

EXIBIDOR

ANO VI - Nº 23 | NOVEMBRO/2016

O PESO DAS LEIS PARA O EXIBIDOR

INTERFERÊNCIAS DO ESTADO SE TRANSFORMAM EM VERDADEIROS ENTRAVES PARA O MERCADO



MARKETING

COMO TRABALHAR EM PEQUENOS MUNICÍPIOS?

TECNOLOGIA

DIGITAL SIGNAGE DIVERSIFICA E IMPACTA

EXPOCINE 2016

GUIA COMPLETO COM TODAS AS NOVIDADES

2017 PROMETE MUITA DIVERSÃO PARA TODOS OS PÚBLICOS!

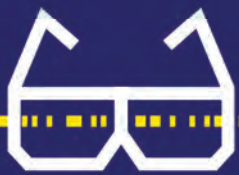


CONHEÇA OS GRANDES FILMES QUE
A WARNER BROS. PICTURES ESTÁ PREPARANDO.

_estréia 16 de novembro



SUPER FILMES!



_estréia 1º de junho



_estréia 18 de maio



_estréia 9 de fevereiro

■ ■ GRANDES PRODUÇÕES!

■ ■ GRANDES DIRETORES!



_estréia 8 de dezembro



_estréia 23 de fevereiro



_estréia 26 de janeiro



_estréia 9 de março



_estréia 23 de março



_estréia 27 de julho



A VOCÊ EXIBIDOR, NOSSOS CUMPRIMENTOS!

CHEGAMOS À EDIÇÃO 23 da **Revista Exibidor** com um conteúdo pesado para demonstrar o quanto os exibidores brasileiros são vencedores por conseguirem, em meio a tanta burocracia, interferência do Estado, mudanças tecnológicas e problemas políticos e econômicos, manterem as salas de cinema em pleno funcionamento.

O momento não poderia ser mais oportuno, pois a edição é distribuída no principal evento de negócios voltado ao mercado de exibição e distribuição na América Latina, a Expocine 2016, que chega à sua terceira edição com muitas novidades, das quais você tem uma prévia aqui dos três dias do encontro que novamente vai surpreender pela qualidade, conteúdo e oportunidades de negócios.

Mas, voltemos à saga do Exibidor. A matéria de capa traz um apanhado sobre as principais leis que interferem no segmento de exibição. Não bastando toda essa intromissão do Estado que insiste em dar 'pitacos' sem de fato entender as demandas e necessidades do mercado, há ainda uma série de projetos de lei em andamento, incluindo muitos sobre o mesmo tema e com soluções das mais variadas. O tema é tão complexo que gerou ainda um artigo do nosso colaborador e advogado especialista na área cinematográfica, Dr. Bitelli.

Na sequência outra matéria sobre um assunto que tem afetado exibidores ao redor do País: consumo de energia elétrica. Fizemos uma pesquisa geral com *dealers* e especialistas para mensurar o consumo de uma sessão de cinema com duração de duas horas. A partir disso, levantamos o valor diário e mensal. É assustador o quanto isso onera o exibidor.

Assim, registramos aqui uma homenagem aos empresários da área cinematográfica, que em meio a tantas turbulências conseguem seguir adiante. Prova disso é o exemplo dos exibidores que, mesmo situados em pequenas cidades, têm estratégias diferenciadas para atrair não só o público local, mas do entorno e cidades vizinhas – porque o céu é o limite.

Sempre de olho nas novidades, falaremos ainda sobre *digital signage*, que depois do *rollout* do projetor analógico para o digital, pode ser o próximo produto a cair nas graças do exibidor.

Encerramos o ano, talvez não como gostaríamos, diante dos percalços enfrentados por nosso País, mas certos de que o brasileiro não desanima, não desiste e não foge à luta!

Celebraremos nossos desafios e conquistas na Expocine, com prospecção de um 2017 de muito sucesso para todo o mercado: exibidores, distribuidores e fornecedores!

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, Fernanda Mendes e
Fábio Guedes

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
Bruno Wainer, Luiz Fernando Morau,
Marcos Bitelli, Omelete, Espaço/Z

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

FECHAMENTO DESTA EDIÇÃO
20/10/2016

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**.

Este exemplar faz parte do Acervo
da Cinemateca do Rio de Janeiro.

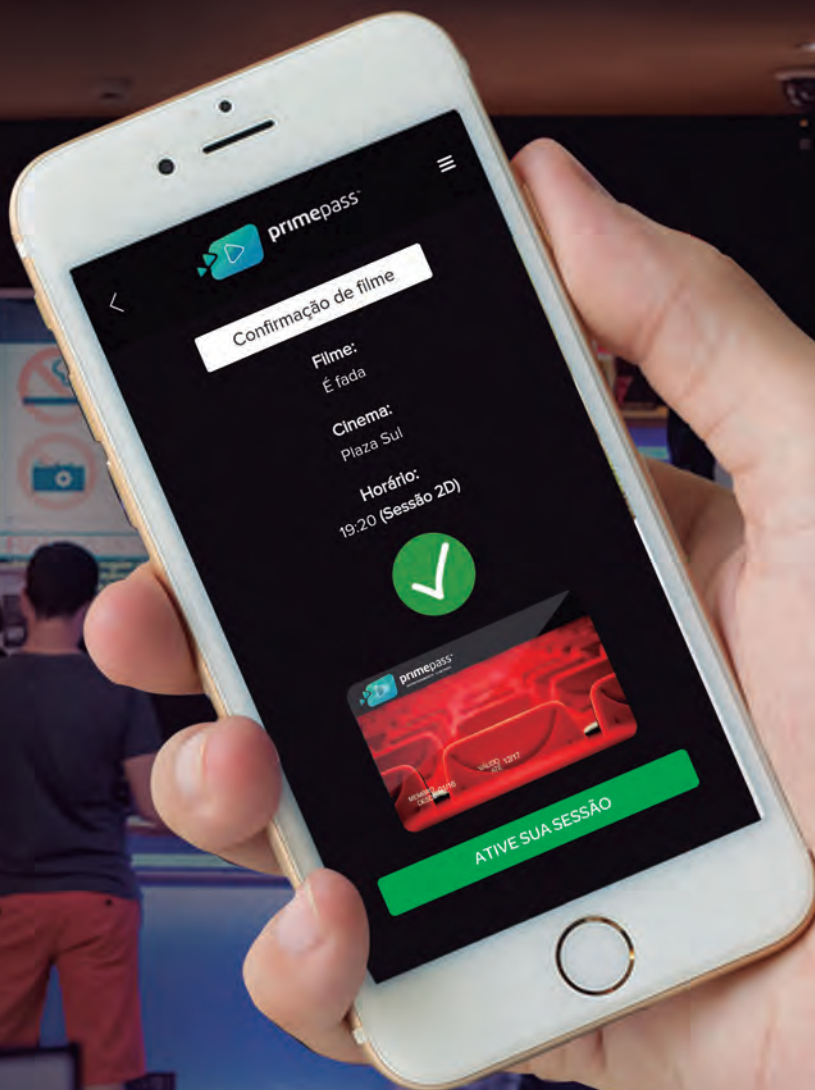


DESCUBRA SEU NOVO CANAL DE VENDAS

Adicional:

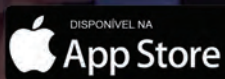
+Frequência +Receita +Espectadores +Bomboniere

- ✓ 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

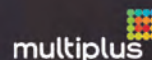


Tel: (11) 2599-8292 | (11) 2599-8235
info@primepass.club

primepass.club



PARCEIROS



EMPRESAS CITADAS NESTA EDIÇÃO

#

3D INC.

A

ABRASCE

ADIBRA

ADOROCINEMA

AMC

ANCINE

ANEEL

B

BARCO

BARDAN

BEAT TURISMO E EVENTOS

BIG POC

BIOCOPO

BNDES

BRAVI

BRAVOLUZ

BUDA FILMES

C

CARMIKE

CBM PUBLICIDADE

CELLULOID JUNKIE

CENTAURO

CHRISTIE

CINE 14BIS

CINE ARAÚJO

CINE BRASIL

CINE COLOMBIA

CINE LÚMINE

CINE SHOW

CINECOLOR

CINELIVE

CINEMA EQUIPMENT &
SUPPLIES

CINEMACENTER

CINEMAIS

CINEMARK

CINEMAXXI

CINEMEX

CINEPAR

CINÉPOLIS

CINESPAÇO

CINESYSTEM

CINETECA

CITIBANK

COMIC CON EXPERIENCE

COMSCORE

CONSCIÊNCIA

D

DC COMICS

DISNEY

DOLBY

E

EQUINOX DIGITAL

EQUIPOSHOP

EUROPA FILMES

F

FACEBOOK

FASANO

FENECC

FLAVORED POPCORN

FLIX MEDIA

FRIDLEY THEATRES

G

GABO FILTER

GLOBO FILMES

GOODRICH QUALITY
THEATERS

GRÁFICA ROSSET

GRAND HYATT

GRUPO BOSSA NOVA

GRUPO CINE

H

HARKNESS SCREENS

HOTSOUND

I

IBGE

IDEAL POLTRONAS

IES DO BRASIL

IMAX

IMPLY

INGRESSO.COM

INORCA

K

KELONIK

KINOPLEX

KLIPSCH

KTALISE

L

LA PEÑA PRODUÇÕES

LUCASFILM

LUMMA

M

MARCUS THEATRES

MARVEL

MASTERIMAGE

MAXILLUSION

MOVIE READIND

MPA-AL

MULTICINE CINEMAS

N

NEC

O

O2 PLAY

OMELETE

OSRAM

P

PASSION PICTURES

PHILIPS

PIPOCAS CIANORTE

PIXAR

PLAYCINE

PLAYTIME

POSTO MÍDIA

PRESHOW

PRIMEPASS

PROJETELAS

Q

QORA

QUANTA DGT

R

RACCORD FILMES

REGAL

RESERVA CULTURAL

RG PRODUÇÕES E
EVENTOS

RIOFILME

ROSALTUR VIAGENS

S

SAMSUNG

SANTA CLARA POLTRONAS

SEECESP

SEVERTSON SCREENS

SHOPPING CIDADE LUZ

SHOPPING MORUMBI TOWN

SHORTLIST

SINDICATO DAS
EMPRESAS EXIBIDORAS
CINEMATOGRAFICAS DO
RIO GRANDE DO SUL

SOLUPLEX

SONY PICTURES

SPCINE

STRONG MDI

T

TELECINE

TELEM

THE GUARDIAN

THEATREWORLD

TONKS

TRISTAR PICTURES

TV BRÁSÍLIA

TV GOIÂNIA

TVA

U

ULTRACINE

UNID CINEMÍDIA

UNIPOLAR

UNIVERSAL NETWORKS

V

VIDEOSOFT

W

WARNER BROS.

WEBEDIA

WHATSAPP

WINTEX BRASIL

WOMETCO

EMPRESAS ANUNCIANTES NESTA EDIÇÃO

ALLIANZ SEGUROS

www.allianz.com.br

BARCO

www.barco.com/pt

BIOCOPO

www.biocopo.com.br

BRAVOLUZ

bravoluz.com.br/shop

CENTAURO

www.centauro-cinema.com.br

CHRISTIE DIGITAL

www.christiedigital.com/pt-br

CINE BRASIL

www.cinebrasil.co.uk

CINECOLOR

www.cinecolorsat.com

CINEMARK

www.cinemark.com.br

CONSCIÊNCIA

www.consciencia.com.br

DISNEY

disney.com.br

ESPAÇO/Z

www.espaco.com.br

EXPOCINE

www.expocine.com.br

H2O FILMS

www.h2ofilms.com.br

IDEAL POLTRONAS

www.industriasideal.com.br

MARES FILMES

www.maresfilmes.com.br

MASTERIMAGE

www.masterimage3d.com

MICROSENS

www.microsens.com.br

NEC

www.necdisplay.com

PARAMOUNT PICTURES

www.paramountpictures.com.br

PARIS FILMES

parisfilmes.com.br

PEDRO BARROS

www.pedrobarrosseguros.com.br

PRÊMIO ED

www.premioed.com.br

PRIMEPASS

primepass.club

SANTA CLARA POLTRONAS

www.santaclarapoltronas.com.br

TONKS

www.tonks.com.br

USHIO

www.ushio.com

WARNER BROS. PICTURES

www.br.warnerbros.com

- PIPOCA - CINEMARK

SABOR FANTÁSTICO. DIVERSÃO BOMBÁSTICA.



COMO LIDAR COM TANTAS LEIS?

LEGISLAÇÃO AFETA DIVERSAS ÁREAS DA EXIBIÇÃO BRASILEIRA



SUMÁRIO

NOTÍCIAS | 10

Giro pelo mercado

INFOGRÁFICO | 14

Dr. Estranho leva mais “magia” ao cinema

CLAQUETE.COM | 16

Novidades do cinema

ENTREVISTA | 20

Diretor da Cineteca Nacional do México comenta mudanças no mercado local

TECNOLOGIA | 24

Digital signage dinamiza a experiência do lobby do cinema

MARKETING | 30

Ações de exibidores de pequenas cidades para atrair público das cidades vizinhas

ARTIGO LEGISLAÇÃO | 36

Decretos, regulamentos e a atividade cinematográfica

ARTIGO EXIBIÇÃO | 48

Efeitos da evolução nas tecnologias

INFRAESTRUTURA | 50

O preço da energia elétrica para os exibidores

ARTIGO PRODUÇÃO | 54

Os números, o cinema e a crise

AGENDA | 58

Próximos lançamentos

TRAJETÓRIA | 60

O sucesso da CE+S nas mãos da família Younger

EXPOCINE 2016 | 63

Tudo o que você precisa saber sobre a maior convenção da América Latina



EXPOCINE16

16 - 18 NOV 2016

PORTAL EXIBIDOR

UM NOVO CONCEITO,
NOVO LAYOUT E NOVA IDENTIDADE.
MAIS COMPLETO E COM
CORRESPONDENTES INTERNACIONAIS.

PORTAL

EXIBIDOR

A FORÇA DO CINEMA LATINO E O MERCADO BRASILEIRO

O crescimento do cinema latino-americano foi destaque no Festival San Sebastian (tonk.es/sansebastian2016) e a Argentina brilhou no Festival de Veneza (tonk.es/veneza2016). Aqui no Brasil, o cinema nacional surpreendeu no Festival do Rio e nas discussões do RioMarket (tonk.es/riomarket2016).

FOCO EM BILHETERIA

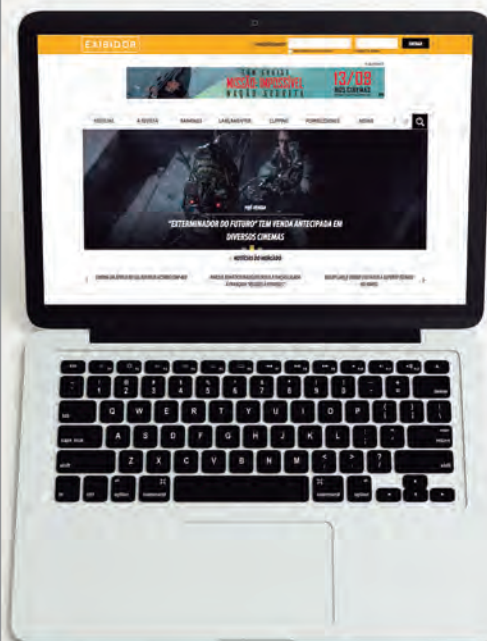
O Portal Exibidor visitou o set de filmagens de **Internet – O Filme**. Dividido em sete histórias, que acabam se cruzando em algum momento, a produção nasceu com recursos próprios, buscando, desde já, uma boa bilheteria com a influência dos *youtubers* (tonk.es/internetofilme).

ACESSIBILIDADE

Em encontro com o mercado, a ANCINE detalhou a Instrução Normativa 128/2016, que estabelece as regras que o parque exibidor e distribuidores terão que seguir nos próximos 24 meses para exibir conteúdos acessíveis (tonk.es/detalhesacessibilidade).



WWW.EXIBIDOR.COM.BR



ASSINE JÁ.
APENAS R\$ 15,90/MÊS

EXIBIDOR

WWW.EXIBIDOR.COM.BR

SANTA CLARA POLTRONAS INAUGURA SHOWROOM EM SANTA ISABEL (SP)



©DIVULGAÇÃO

Com 37 anos de atuação no mercado, a Santa Clara Poltronas inaugurou o novo *showroom* em sua fábrica em Santa Isabel (SP), em setembro. O espaço abriga desde poltronas simples até as VIPs para demonstração e apreciação dos exibidores.

Na abertura oficial do espaço, a empresa recebeu representantes de exibidoras como Cine Araújo, Cinespaço, Cine Show e Kinoplex. Do mercado fornecedor de equipamentos e tecnologias para cinema estavam as empresas Barco, Christie, MasterImage, entre outras.

Atualmente a empresa tem cerca de 400 funcionários e tem ampliado seu mercado de atuação para países da América Latina. (Veja como ficou o showroom: tonk.es/showroomsantaclara).

MULTICINE ANUNCIA PLANO DE EXPANSÃO

A Multicine Cinemas, com sede em Goiânia (GO), está expandindo suas operações.

Segundo a exibidora, estão previstas inaugurações em diversas regiões do Brasil, começando por Piauí (complexo em Picos com quatro salas) e Maranhão (cinema em Caxias com cinco salas), com abertura em novembro deste ano. Os locais terão exibição em 3D e projetores Barco.

Para a rede, essa expansão representa oportunidades de emprego e renda, além de ser uma opção de lazer em regiões que ainda não tinham cinema. “Com pé no chão e visando o futuro, esse é o nosso lema para alcançar os objetivos de crescimento”, disse o gerente de marketing Hellbert Macmillan.

O cronograma de expansão inclui ainda novos complexos em Floriano (PI), Timon (MA), Brusque (SC) e Juazeiro (CE), todos com cinco salas cada. Todas as novas unidades devem seguir o mesmo *layout*.

RESERVA CULTURAL ABRE COMPLEXO EM NITERÓI (RJ)



©DIVULGAÇÃO

A cidade fluminense Niterói ganhou um complexo cinematográfico do grupo Reserva Cultural. A inauguração do cinema contou com a pré-estreia de **Aquarius**, somente para convidados. O Reserva Cultural é um dos pilares do cinema independente em São Paulo (SP) com quatro salas na Av. Paulista.

Com projeto original concebido por Oscar Niemeyer, o Reserva Cultural Niterói tem cinco salas, lojas, estacionamento e espaços livres com mesas para café, restaurante e outros. “Niterói é a cidade mais cinéfila do Brasil. Aqui os filmes independentes têm boa repercussão e aparecem oportunidades de exibição dessas obras”, disse Jean Thomas Bernardini, sócio do Reserva, em entrevista ao **Portal Exibidor**.

A inauguração oficial do complexo para o público foi realizada no início de setembro. (Veja mais em: tonk.es/reservaculturalrj).

CINESYSTEM TERÁ PRIMEIRA UNIDADE EM SÃO PAULO (SP)



A rede Cinesystem anunciou a inauguração do seu primeiro multiplex na cidade de São Paulo, no Shopping Morumbi Town, zona sul da capital (SP). Serão nove salas, sendo que cinco contam com Espaço VIP. A data oficial ainda não foi revelada.

Dentre os atrativos da unidade estão o modelo de autosserviço e a sala Cinépic com tela gigante e som Dolby Atmos.

Segundo a exibidora, o complexo pretende ser o mais moderno da América Latina com alta tecnologia em projeção e som.

“Nós conseguimos conquistar um público fiel ao levar cinemas de ponta para cidades que nem sempre estavam no radar das grandes empresas. Esse processo foi essencial para o nosso crescimento e continuará entre as nossas prioridades. Expandir agora as nossas operações para uma capital tão importante como São Paulo é um desafio, sem sombra de dúvidas, porém é também um passo natural quando se tem um processo sólido de expansão. Esse é nosso projeto mais tecnológico e com certeza o público do Morumbi e região vai corresponder às nossas expectativas e aproveitar cada detalhe”, comenta Jane Gambarin, diretora de expansão da empresa.

EXPOSHOPPING TRAZ DADOS DA RELAÇÃO ENTRE CINEMA E CENTROS DE COMPRAS

No 14º Congresso Internacional de Shopping Centers & Exposhopping, realizado em São Paulo (SP) em setembro com participação da Cinemark e da Cinesystem, a Associação Brasileira de Shopping Centers divulgou novos estudos com dados que envolvem exibidores e centros de compra.

Dentre os dados, 84% dos shoppings brasileiros, por exemplo, têm salas de cinema. Dessas, 54% estão no Sudeste, que tem mais de 1.400 telas só em centros de compras.

Sobre o perfil do consumidor de shoppings, 88% dos entrevistados costumam ir ao cinema, sendo que, desses, 32% vão pelo menos uma vez por mês. Apenas 5% dos participantes da pesquisa declararam que o cinema era o principal motivo para ir aos shoppings.

A expectativa para 2016 é de 27 inaugurações de centros de compras. Hoje o País tem 550 shoppings (Leia mais: tonk.es/exposhopping2016).

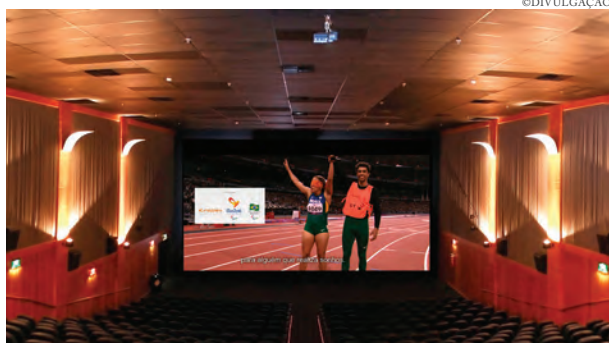
NOVOS CINEMAS DA CINÉPOLIS NAS REGIÕES SUL E SUDESTE



A rede de cinemas de origem mexicana abriu seu primeiro complexo em Carapicuíba (SP) no fim de outubro e planeja inaugurar unidade em Santa Maria (RS) no início de 2017.

O cinema em Carapicuíba tem cinco salas stadium digitalizadas com capacidade para mais de 1.200 espectadores. Já o complexo em Santa Maria contará com a maior tela da cidade com 14 metros de altura em uma de suas cinco salas. O cinema terá aproximadamente 1.100 lugares.

CAMPANHA PARALÍMPICA DO KINOPLEX IMPACTA 20 MILHÕES DE ESPECTADORES



©DIVULGAÇÃO

O Kinoplex recebeu o título de cinema oficial dos Jogos Paralímpicos Rio 2016. Entre as ações promovidas pela rede de cinemas para divulgar o evento estão uma exposição de fotos de atletas paralímpicos e a exibição de vídeos sobre a história desses paratletas. “As histórias dos atletas se assemelham com histórias de super-heróis, são verdadeiras ‘histórias de cinema’”, comenta Patricia Cotta, gerente de marketing da exibidora.

Ao todo, mais de 20 milhões de brasileiros foram impactados pelos conteúdos na tela da exibidora, sem contar a exposição de fotos, a campanha online e os anúncios em jornais, revistas e outros meios.

As campanhas realizadas na tela do Kinoplex foram exibidas com apoio técnico da FLIX Media.

GRUPO BOSSA NOVA COMENTA NOVO MODELO DE NEGÓCIO

Há 20 anos no mercado audiovisual, a Bossa Nova Films agora passa a fazer parte do Grupo Bossa Nova, criado pelos sócios da produtora devido ao lançamento de duas novas companhias: uma voltada para a produção de animação, a Bossa Nova Animation, e a outra um estúdio para criação, desenvolvimento e exploração de propriedade intelectual, inclusive, por meio de licenciamentos, chamado Bossa Nova Studio.

O grupo aproveitou a oportunidade da 9ª edição da Expo Licensing Brasil – ExpoLB, voltada ao setor de licenciamento e realizada em agosto no Espaço Grand Hyatt em São Paulo (SP), para apresentar oficialmente ao mercado o estúdio ligado à propriedade intelectual.

“A companhia veio para explorar a propriedade intelectual em um sentido mais amplo e não somente naquele formato predefinido ao qual uma narrativa foi condicionada”, afirma Eduardo Tibiriçá, CEO do Grupo Bossa Nova, em entrevista ao **Portal Exibidor** (Confira a entrevista na íntegra: tonk.es/bossanova).

PRODUÇÃO INDEPENDENTE DEVE CRESCER

A produção audiovisual independente no Brasil e no mundo hoje atua em múltiplas telas e plataformas, tendo como possibilidades a produção para mobile, web e VOD (*video on demand*), além dos canais lineares de televisão. Com essa premissa, a ABPITV (Associação Brasileira de Produtoras Independentes de TV) anunciou recentemente a mudança da sigla da entidade para BRAVI (Brasil Audiovisual Independente).

Com a alteração, a entidade prevê ter ainda maior representatividade não só abrangendo as diversas plataformas, mas também aumentando sua atuação territorial, permitindo tratar de novas questões regulatórias nacionais e regionais e aumentando assim a sua capilaridade.

“Essa mudança levou a uma reestruturação da entidade. Agora, o foco não é só TV, mas também outros meios digitais. A TV não é mais a única tela de relevância. Precisamos olhar a produção de conteúdo independente para além da tela convencional”, explica o presidente executivo da BRAVI, Mauro Garcia.

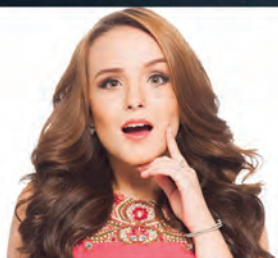
VEJA O QUE VEM POR AÍ...

PARIS
PRODUÇÕES



 **Internet** O Filme

JANEIRO 2017



Meus 15 Anos

1º SEMESTRE 2017

ESTRELADO POR **LARISSA MANOELA**

ADAPTADO DO GRANDE SUCESSO INFANTO-JUVENIL DA TV



JULHO 2017

BASEADO NA OBRA DE **LUCIANO CUNHA**

O DOUTRINADOR

2º SEMESTRE 2017

DIRIGIDO POR **AFONSO POYART**
ROTEIRO DE **GABRIEL WAINER**



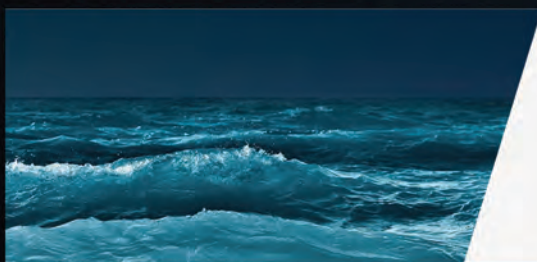
DE **TATI BERNARDI**

Depois a Louca sou Eu

2º SEMESTRE 2017

DIRIGIDO POR **JULIA REZENDE**

UMA COPRODUÇÃO
Morena Filmes



BATEAU MOUCHE

EM 2017

DIRIGIDO POR **AFONSO POYART**



PARIS FILMES



PARIS
PRODUÇÕES

História

A expressão "magia do cinema" vai ganhar um novo sentido a partir deste mês de novembro, quando chega aos cinemas **Doutor Estranho**. O personagem do universo místico das histórias em quadrinhos da **Marvel** será interpretado por **Benedict Cumberbatch** e pode finalmente alcançar um status que nunca conseguiu nas revistas e outras incursões nas telas. Conheça aqui um pouco mais sobre o personagem.

Apareceu pela primeira vez na revista **Strange Tales #110**, em uma história de cinco páginas criada por **Steve Ditko** e **Stan Lee** intitulada "Dr. Estranho, o Mestre da Magia Negra", em julho de 1963

Texto: **Marcelo Forlani**
Ilustração: **Camilo Solano**

Inspiração

Chandu, the Magician, um astro do rádio nos anos 1930 e 1940 foi uma das grandes inspirações para **Ditko** e **Lee**.

O personagem chegou a ganhar dois filmes no cinema estrelados por **Bela Lugosi**

DOCTOR ESTRANHO

Origem

Dr. Stephen Strange era um neurocirurgião cujo talento só rivalizava com sua arrogância. Após um acidente de carro em que suas preciosas e precisas mãos são danificadas, ele vai à Índia procurar uma cura - e acha muito mais do que isso!

Poderes

Em seu treinamento místico, **Dr. Estranho** se transformou também em um dos maiores mestres de artes marciais da Marvel, e seu elevado intelecto faz dele também um exímio estrategista

Telepatia

Dr. Estranho é um dos maiores telepatas da Marvel. Ele consegue projetar seu corpo astral através da existência, se comunicar telepaticamente e criar ilusões

Magia

O **Olho de Agamotto** gera raios de energia e serve também como protetor ao herói, assim como sua capa, quase indestrutível e capaz de fazê-lo levitar

Nas telas: Em 1978 foi produzido um filme para TV que serviria de piloto para uma série do **Dr. Estranho** que nunca saiu do papel. Em 1992 veio o filme "**Doctor Morbid**", que é o personagem da Marvel, mas modificado por problemas de licenciamento.

O inglês **Benedict Cumberbatch**, da série **Sherlock**, foi o escolhido para apresentar o personagem ao grande público. Agora os fãs dos filmes da Marvel vão conhecer uma nova parte das histórias em quadrinhos, o universo místico.

omelete

DISNEY CONFIRMA VERSÕES LIVE-ACTION DE “MULAN” E “O REI LEÃO”



©DIVULGAÇÃO

A Disney está apostando alto na adaptação de suas animações para filmes *live-action*. Depois de lançar **Cinderela** (*Cinderella*), **Malévola** (*Maleficent*, 2014), **Alice no País das Maravilhas** (*Alice in Wonderland*, 2010) e **Mogli – O Menino Lobo** (*The Jungle Book*) e confirmar a estreia de **A Bela e a Fera** (*Beauty and the Beast*) para 2017, agora o estúdio anunciou que fará a versão *live-action* de **O Rei Leão** (*The Lion King*, 1994) e já deu também a data de lançamento de **Mulan**: novembro de 2018.

A animação original da guerreira chinesa foi lançada em 1998 e é um dos clássicos da Disney. O longa arrecadou US\$ 304 milhões mundialmente e teve a maior bilheteria de seu ano de estreia. Na história, Mulan é uma jovem chinesa que se disfarça de homem para lutar na guerra no lugar de seu pai. Apesar de não ser de uma família real nem se relacionar com alguém da realeza, a jovem é considerada uma das “princesas” mais populares da Disney.

O estúdio divulgou que está procurando mundialmente por uma atriz para o papel. O roteiro do novo longa era de Rick Jaffa, mas será reescrito por Amanda Silvier.

O Rei Leão não tem data de lançamento confirmada.

É REVELADO O ATOR QUE INTERPRETARÁ VILÃO DE “PANTERA NEGRA”



©DIVULGAÇÃO

Com estreia marcada para fevereiro de 2018, **Pantera Negra** (*Black Panther*) já confirmou o intérprete de seu vilão, M'Baku. O ator escolhido para viver o personagem conhecido como Homem-Gorila foi Winston Duke.

O filme falará do líder do país fictício Wakanda, o príncipe herdeiro T'Challa que é também o herói Pantera Negra. Ao retornar para o país depois da morte de seu pai, o herói enfrentará aventuras e o vilão M'Baku que é um dos guerreiros mais poderosos de Wakanda.

T'Challa continuará a ser interpretado por Chadwick Boseman, que atuou como o Pantera Negra em **Capitão América – Guerra Civil** (*Captain America: Civil War*). Também participam do elenco Michael B. Jordan, Danai Gurira e Lupita Nyong'o. A direção é de Ryan Coogler.

SAM NEILL TERÁ PARTICIPAÇÃO ESPECIAL EM “THOR: RAGNAROK”

Com estreia marcada para novembro de 2017, **Thor: Ragnarok** agora tem a participação confirmada de mais um ator: Sam Neill.

Em entrevista ao portal Shortlist, Neill afirmou que terá uma participação pequena e não revelou qual personagem interpretará. Ele brincou também que, se falasse mais sobre sua atuação no longa, os agentes secretos da Marvel iriam pegá-lo.

As filmagens do longa já começaram em julho último e contam com os atores Tom Hiddleston, Idris Elba, Mark Ruffalo, Karl Urban e Anthony Hopkins, bem como com o protagonista Chris Hemsworth e a atriz Cate Blanchett, que interpretará a vilã Hela.

A direção de **Thor: Ragnarok** é de Taika Waititi.

FILME DE “MINECRAFT” CHEGA AOS CINEMAS EM 2019

O popular jogo de *videogame* “Minecraft” vai ganhar uma adaptação para os cinemas. A idealizadora do projeto, Warner Bros., quer repetir o sucesso de *Uma Aventura LEGO* (*The LEGO Movie*, 2013), por isso o produtor dos dois longas é o mesmo: Roy Lee.

O diretor de *Minecraft* será Rob McElhenney, ator e roteirista da série “It’s Always Sunny in Philadelphia”. O longa está previsto para estrear nos Estados Unidos em 25 de maio de 2019.

“AS CRÔNICAS DE NÁRNIA” TERÁ NOVO FILME



©DIVULGAÇÃO

Após seis anos sem um novo filme da franquia *As Crônicas de Nárnia*, a produção fantástica estará de volta às telonas com a história “A Cadeira de Prata” que será adaptada do livro original.

Antes liderada pela Disney, desta vez quem assumirá a produção será a TriStar Pictures, divisão da Sony Pictures, levando Mark Gordon para a produção e David Magee para o roteiro.

“Tudo está levando para uma nova franquia. Tudo original. Todos os personagens originais, diretores diferentes e um time inteiro novo também estará à frente do projeto”, afirma Gordon sobre o filme que ainda não tem data de estreia.

O primeiro longa da série, *As Crônicas de Nárnia: O Leão, a Feiticeira e o Guarda-Roupa* (*The Chronicles of Narnia: The Lion, the Witch and the Wardrobe*, 2005), teve uma renda mundial de US\$ 745 milhões.

MEL GIBSON SERÁ UM AGENTE DA CIA EM NOVO LONGA DE AÇÃO

Após ser confirmado na direção da sequência de *A Paixão de Cristo* (*The Passion of the Christ*, 2004), Mel Gibson agora está no elenco de *Every Other Weekend*, longa sem título em português.

O ator fez sucesso em filmes de ação dos anos 90 e agora será o avô de uma família muito tradicional. Nesse núcleo, o pai, filho de Gibson, convence seu filho de que é um agente da CIA. Mas, na verdade, o pai é apenas um analista de TI da agência. Em uma típica viagem entre os dois, surgem situações de risco e agora os segredos virão à tona. E tudo com um detalhe: o personagem de Gibson é, de fato, um agente da CIA.

Every Other Weekend ainda não tem data de estreia confirmada, mas suas gravações devem começar ainda em 2016 com direção de Benjamin Rocher.

BEN AFFLECK COMANDARÁ ADAPTAÇÃO DE LIVRO DE AGATHA CHRISTIE



©DIVULGAÇÃO

Após o filme **Argo** (2012), que ganhou o Oscar de Melhor Fotografia em 2013, Ben Affleck volta para a direção de um longa na nova adaptação do livro de Agatha Christie, **Witness for the Prosecution**, sem título em português.

Segundo informações do *The Guardian*, além de dirigir o filme, Affleck também será o protagonista: um advogado que é contratado para defender um homem acusado de matar uma senhora rica, que lhe deu toda sua herança sem ao menos saber que ele era casado.

O roteiro ficará por conta de Christopher Keyser e a produção terá Matt Damon. Jeniffer Todd também estará no elenco.

Outro longa que terá Ben Affleck como diretor e ator, além de produtor executivo e roteirista, é **A Lei da Noite** (*Live By Night*), que estreará nos cinemas no início de 2017.

O filme traz a época conturbada dos anos 1920, marcada pela “Lei Seca” nos Estados Unidos, no qual as bebidas alcoólicas continuaram a ser vendidas clandestinamente. Na história, Affleck é Joe Coughlin, o filho fora-da-lei do Superintendente da Polícia de Boston.

Atualmente, ele se concentra nas filmagens de **The Batman**, atuando e dirigindo. O longa tem estreia prevista para 2018.

FRANQUIAS DA MARVEL E STAR WARS ANUNCIAM NOVOS FILMES

A Disney anunciou novidades para suas franquias com a Marvel e a Lucasfilm.

Entre os super-heróis dos quadrinhos, a promessa é uma continuação de **Capitão América – Guerra Civil** (*Captain America: Civil War*), confirmada pelos diretores Anthony e Joe Russo em entrevista ao site *Qora*. Por enquanto não há data oficial para estreia de um **Guerra Civil 2**, mas a ideia passada pelos irmãos Russo é de que “a guerra ainda não terminou”.

Um segundo filme sobre os conflitos com foco no Capitão América e no Homem de Ferro também se justifica financeiramente, afinal, **Capitão América – Guerra Civil** arrecadou mais de US\$ 1,1 bilhão e, até o fechamento desta revista, mantém o posto de maior bilheteria de 2016.

Já no mundo de **Star Wars** a novidade é a confirmação de um terceiro *spin off* da saga da Lucasfilm. O primeiro será **Rogue One: Uma História Star Wars** (*Rogue One: A Star Wars Story*) e estreará em dezembro, enquanto o segundo filme derivado desse universo será lançado em 2018 e contará a história de Han Solo. Já o terceiro longa está marcado para chegar às telonas em 2020, ainda sem trama divulgada.

A Disney ainda confirmou mais três filmes para 2020, porém sem dicas se serão da saga **Star Wars** ou uma nova fase para a Marvel.

SEQUÊNCIA DE “BLADE RUNNER” GANHA TÍTULO

A continuação do clássico **Blade Runner, Caçador de Andróides** (*Blade Runner*, 1982) ganhou seu título oficial: **Blade Runner 2049**. O longa deve estreiar em outubro de 2017.

A trama terá Ryan Gosling no papel principal e contará também com Harrison Ford e Jared Leto no elenco. A direção do longa será de Denis Villeneuve.

JASON
BATEMAN

OLIVIA
MUNN

T. J.
MILLER

JILLIAN
BELL

VANESSA
BAYER

COURTNEY B.
VANCE

ROB
CORDDRY

SAM
RICHARDSON

RANDALL
PARK

COM
KATE
McKINNON

E
JENNIFER
ANISTON



A ÚLTIMA RESSACA DO ANO

FAZER HORA EXTRA É MELHOR DO QUE PARECE.

8 DE DEZEMBRO NOS CINEMAS

DREAMWORKS
PICTURES

AUltimaRessaca.com.br [f/paramountbrasil](#) [#AUltimaRessaca](#) [@ParamountBrasil](#) [@ParamountBrasil](#) [/paramountbrasil](#)

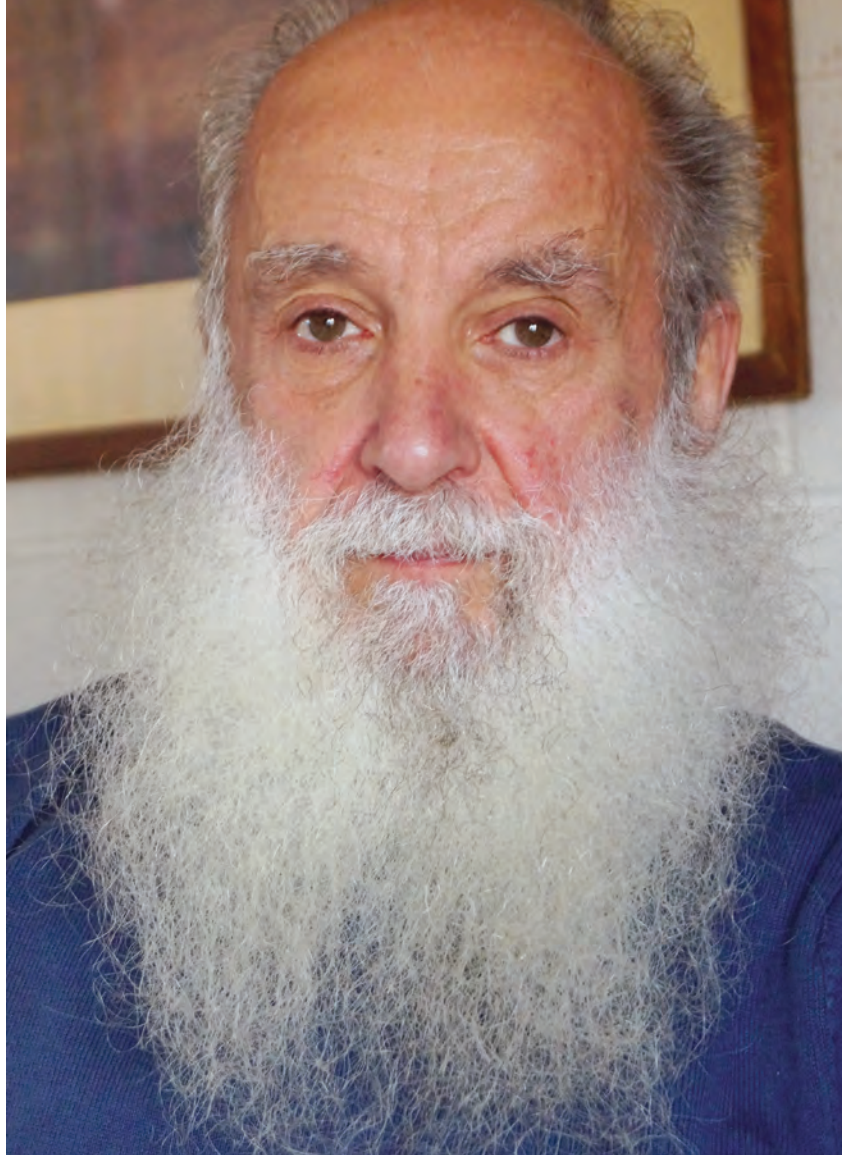
VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA



PÚBLICO LATINO-AMERICANO ESTÁ MOLDADO PELO CINEMA DE HOLLYWOOD

NELSON CARRO RODRÍGUEZ, DIRETOR DE DIFUSÃO E PROGRAMAÇÃO DA CINETECA NACIONAL DO MÉXICO, NÃO ENXERGA GRANDES MUDANÇAS PARA O MERCADO

POR FERNANDA MENDES | FOTO DIVULGAÇÃO



NELSON CARRO RODRÍGUEZ,
DIRETOR DE DIFUSÃO E
PROGRAMAÇÃO DA CINETECA

NOMEADA COMO a maior exibidora de filmes latino-americanos no mundo, a Cineteca Nacional do México, foi inaugurada em 1974 com o objetivo de preservar o acervo cinematográfico mexicano e promover filmes nacionais e internacionais a fim de estimular o desenvolvimento da cultura. Sempre aprimorando seus objetivos, a instituição promove grandes eventos culturais como a Mostra Internacional de Cinema, lançada em 1977, e o Fórum Internacional da Cineteca, criado em 1980.

Apesar de realizar muitas ações para estimular a produção mexicana, atualmente a instituição não enxerga com muita esperança o mercado nacional. Com bons números de salas de cinema, o circuito exibidor não oferece grandes espaços para as produções nacio-

nais. Uma exceção é o título recente **No Manches Frida**, que alcançou a liderança de bilheteria em setembro, com mais de 1,2 milhão de ingressos, destacando-se como a terceira maior abertura de um filme local no país.

Assim, observando a dificuldade que as produções latino-americanas têm em emplacar grandes sucessos nos circuitos de seus próprios países e as diversas barreiras que um idealizador enfrenta para colocar seu filme em uma tela de cinema, a Cineteca é um grande espaço para a projeção de longas que não têm espaço na grade comercial. Muitas vezes, produções mexicanas e de outros países têm suas maiores bilheterias na instituição.

Recentemente, em 2014, a Cineteca inaugurou o Departamento de Extensão Acadêmica para contribuir com a formação do público e fortalecer a *expertise* mexicana no cinema. O projeto é encarregado de organizar seminários, cursos e palestras com especialistas da sétima arte para cinéfilos e profissionais do mercado.

Em entrevista à **Revista Exibidor**, Nelson Carro Rodríguez, diretor de difusão e programação da Cineteca, lamenta o cenário atual e a desunião que, segundo ele, existe no mercado latino-americano de cinema. Para o executivo, apenas a língua inglesa consegue unir os países, e as diferenças culturais e linguísticas ainda são uma grande barreira para propagar filmes regionais em outros territórios, mesmo que vizinhos.

EXIBIDOR - COMO VOCÊ AVALIA O MERCADO DE PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA MEXICANA EM GERAL?

Do meu ponto de vista, embora o cinema mexicano tenha conseguido um notável volume de produção, mais de centenas de longas-metragens no ano passado, ainda há grandes dificuldades em chegar às telas. Salvo casos excepcionais, o público não responde às produções nacionais. Pela mesma razão, os exibidores não têm um interesse especial em mostrar o cinema mexicano. O mercado independente tem as mesmas limitações, com o agravante de que economicamente não tem uma repercussão importante na recuperação do filme.

QUANTOS FILMES SÃO PRODUZIDOS EM MÉDIA POR ANO?

No ano passado foram produzidos cerca de 140 longas-metragens no México.

EM RELAÇÃO À DISTRIBUIÇÃO EM OUTROS TERRITÓRIOS, COMO ESTÃO AS PRODUÇÕES MEXICANAS?

Em geral, a distribuição em outros territórios é muito limitada. São poucos filmes mexicanos que têm distribuidor internacional ou que conseguem boas bilheterias. Em relação aos festivais, são poucas as produções que conseguem entrar em outros territórios. Às vezes, alguns longas entram nos Estados Unidos e, normalmente, as produções de Carlos Reygadas (diretor de **Luz Silenciosa**, *Stellet Licht*) também vão para a França. Mas são exceções.

QUAL O FILME DE MAIOR REPERCUSSÃO PRODUZIDO DOMESTICAMENTE COM ÊXITO EM OUTROS TERRITÓRIOS?

Certamente, em volume é **No se Aceptan Devoluciones** (*Não Aceitamos Devoluções*, título em português). Em quantidade de territórios é **Las Elegidas**.

COMO AVALIA QUE SERÁ O CENÁRIO DE EXIBIÇÃO E DISTRIBUIÇÃO NO MÉXICO NOS PRÓXIMOS ANOS E COMO IMPACTARÁ NA AMÉRICA LATINA?

É difícil prever, mas não acredito que irá mudar de forma relevante. Sobretudo, porque boa parte dos espectadores estão modelados pelo cinema de Hollywood.

EM RELAÇÃO AO PARQUE EXIBIDOR, QUANTAS SALAS E COMPLEXOS HÁ NO MÉXICO HOJE? QUEM SÃO OS OPERADORES?

Atualmente já se somam mais de 4 mil salas. As principais exibidoras nacionais são a Cinépolis e a Cinemex.

COMO ESTÁ A EXIBIÇÃO DE PRODUÇÕES LATINO-AMERICANAS NA CINETECA NACIONAL?

A Cineteca tem uma presença importante do cinema latino-americano em suas telas, todos os conteúdos que se referem a filmes em estreia, tanto ciclos como retrospectivas. Em geral, quase sempre temos também a exibição de filmes argentinos, colombianos, brasileiros, chilenos e uruguaios. Os filmes de ficção têm uma boa resposta do público e títulos como **O Clube**, **O Abraço da Serpente** ou **Anina** estão entre os mais populares do ano, com 17, 15 e 13 mil espectadores somente nas telas da Cineteca Nacional.

QUAL A IMPORTÂNCIA DESSES TÍTULOS?

São fundamentais. Para a Cineteca, a exibição de filmes latino-americanos é uma prioridade e por isso tem funcionado bastante. Na verdade, a Cineteca Nacional é a principal exibidora do ci-

nema latino-americano em nível mundial e onde os filmes têm suas maiores bilheterias. Em alguns casos, a venda de ingressos aqui é maior que em seus próprios países.

QUAIS SÃO OS PRÓXIMOS PLANOS DA CINETECA NACIONAL?

No campo da exibição, alcançamos uma quantidade excepcional de espectadores, cerca de 1,2 milhão por ano e 100 mil por mês. O desafio é manter essa cifra com uma programação diversificada que atenda a produção de qualidade, os títulos premiados em festivais, os reconhecidos pela crítica e todos os filmes que constantemente não conseguem chegar ao circuito comercial.

ALGUM RECADADO AO MERCADO DE CINEMA LATINO-AMERICANO?

Por algum tempo, tornou-se difícil para os países latino-americanos reconhecerem o filme de países vizinhos como o seu próprio. As diferenças de idioma, por exemplo, parecem se transformar em uma barreira quase intransponível quando é exibido no México um filme chileno ou cubano. E o mesmo acontece em outros países. Parece que o que nos une é o inglês e isso é muito grave.

E HÁ ALGUM RECADADO EXCLUSIVAMENTE AO BRASIL?

Creio que no caso do Brasil o idioma é igualmente uma barreira errada. Recentemente, a Cineteca organizou um ciclo de filmes brasileiros que está circulando pelo país com uma boa resposta. Há títulos como **Hoje eu Quero Voltar Sozinho**, **Que Horas Ela Volta?** e **O Lobo Atrás da Porta**. ■



Fulpel Group[®]
• Desenvolve • Produz • Distribui

A estreia dos melhores filmes em seu cinema com produtos de qualidade

A ÚNICA EMPRESA DO RAMO DE EMBALAGENS QUE OFERECE A SOLUÇÃO COMPLETA PARA O SEU CINEMA.
POSSUÍMOS BALDES E SACOS PARA PIPOCA, COPOS, CANUDOS, GUARDANAPOS, ENTRE OUTROS.
CENTRALIZE SEUS PEDIDOS COM A FULPEL E TENHA MAIS QUALIDADE E COMODIDADE EM SEU CINEMA!

SACOS PARA
PIPOCA

PERSONALIZE
BIOCOPOS

CINE
CAIXINHA

CANUDOS E
GUARDANAPOS

PERSONALIZE
BIOBALDES



cineatendimento@fulpel.com.br



www.biocopo.com.br

SOLUÇÃO DA NEC É UTILIZADA EM
CINEMAS DA STARLIGHT NOS EUA

DIGITAL SIGNAGE, UMA MANEIRA DE DINAMIZAR A EXPERIÊNCIA PRÉ-SALA

MAIS DO QUE UMA SOLUÇÃO VISUALMENTE IMPACTANTE, ESSA TECNOLOGIA PODE SER UMA NOVA FORMA DE RENTABILIZAR O CINEMA

POR NATALÍ ALENCAR

A EXPERIÊNCIA de ir ao cinema começa muito antes da exibição de um filme e é no ambiente “pré-sala” que novas oportunidades podem surgir para tornar esse momento ainda mais fascinante. Somada a isso, a sinalização digital ainda pode gerar uma arrecadação extra.

“A propaganda em monitores profissionais é um ótimo negócio, tanto para quem fornece o espaço para a publicidade, quanto para quem anuncia.

As telas permitem que o estabelecimento divulgue suas marcas e ofertas e também tenha uma renda extra, dando maior visibilidade para marcas parceiras”, indica João Hiroshi, gerente sênior da divisão de monitores da Samsung Brasil.

Assim, o *digital signage* tem se apresentado ao mercado brasileiro como uma ferramenta em potencial com grande

chance de crescimento. Por enquanto, as instalações no Brasil ainda se apresentam de maneira amadora no segmento exibição, desconsiderando as diversas possibilidades que essa tecnologia permite. Mas as fabricantes já sinalizam um futuro promissor, com uma presença que, pode sim, chegar à totalidade do parque exibidor, sendo de forma básica ou mais agressiva.

Até pouco tempo essa ferramenta era conhecida apenas como uma forma de apresentar o produto ou a marca de uma maneira mais dinâmica e atraente, no entanto, as soluções têm passado por constantes aprimoramentos e agora se apresentam com recursos visualmente mais agradáveis, adaptáveis a diferentes locais, espaços e de diversos modelos, incluindo ainda possibilidades de interação e imersão.

Um investimento que aparentemente pode parecer caro, mas que em longo prazo também traz economia com custos de impressão e logística de materiais que, em vez de estarem impressos, podem ser digitais em qualquer área do cinema.

“Além do conteúdo dinâmico mais atraente, há mais flexibilidade, facilidade e agilidade para gerenciar as apresentações para realizar, por exemplo, uma promoção relâmpago em tempo real ou até mesmo para girar o estoque de produtos de acordo com o que é preciso colocar no mercado”, exemplifica Hiroshi.

Algumas instalações já estão previstas para o mercado brasileiro.

UNIDADE DA GUZZO COM SOLUÇÃO
DA CHRISTIE

“Iniciamos neste ano a comercialização de algumas soluções para *digital signage* com mais força. Temos um projeto inovador a ser lançado no mercado ainda este ano, no qual revitalizaremos este setor adotando uma nova postura e modelo de negócio. É necessário existir uma relação de ganha-ganha com todos os envolvidos neste novo modelo e é isso que apoiaremos”, revela Ricardo Laporta, gerente de vendas da Christie.

Segundo ele, o objetivo é expandir o mercado dessa solução para o cinema, abrindo caminhos para os exibidores conhecerem, por exemplo, novas soluções de interatividade que trarão retorno para os seus negócios e que ditarão o caminho daqui para frente.

A Barco, outra empresa com soluções para *digital signage*, prevê uma instalação já neste ano. “Estamos em desenvolvimento do que será nosso primeiro complexo, com inauguração prevista ainda em 2016”, diz Ricardo Ferrari, executivo de vendas da Barco.

CARMIKE CINEMAS COM SOLUÇÃO DA NEC

Um exemplo de que o *digital signage* pode ser utilizado para aumentar o rendimento nos cinemas é o *case* da Carmike Cinemas, que utilizou a solução da NEC para dinamizar o menu.

Exibidor: Carmike Cinemas

Desafios: Aumentar os gastos por usuário, expandindo o espaço de DMB (*Digital Menu Board*) em todos os complexos. Foi utilizada uma solução para comunicar melhor e de maneira mais eficiente as promoções aos clientes utilizando cerca de 45 diferentes *layouts*.

Solução: Série “V” de *displays* da NEC com tamanhos de 42 polegadas e 46 polegadas.

Implantação: dezembro de 2013 a julho de 2014.



SOLUÇÕES NO BRASIL - CONHEÇA AS PRINCIPAIS EMPRESAS QUE FORNECEM PRODUTOS E SERVIÇOS EM DIGITAL SIGNAGE

CHKISTIE®

Possui soluções desde os menores projetores como Captiva, até outras customizadas para bilheterias, menus para bombonnières, *videowalls* com som e MicroTiles, painéis interativos e soluções integradas. Uma tecnologia de painel de LED pode ser aliada a processadores de imagem e vídeo.

Na negociação, segundo a fabricante, o primeiro passo é ouvir o cliente e entender quais os objetivos a serem atingidos com a solução a ser adotada. Após esta fase de estudo, parte-se para um sistema já pronto como um *videowall* com conteúdo próprio ou customizado.

Por ter diversos tamanhos de soluções e equipamentos, há várias opções de investimento, incluindo instalação e gerenciamento por um valor mensal, onde o exibidor não precisa investir alto no início para depois recuperar o valor ao longo do tempo. A empresa também conta com financiamento próprio para pequenos exibidores.

Possui instalações de *digital signage* nas americanas AMC, Regal, Carmike e Fridley Theatres.

NEC

A NEC comercializa qualquer solução que envolva *displays*, desde o *display* em si (de 17 polegadas até 98 polegadas em 2K ou 4K), até uma solução de aplicação completa com flexibilidade nos modelos de negócio.

As soluções funcionam em ambientes de operação intensa, 24 horas por dia, sete dias por semana. Cada projeto exige uma solução técnica diferenciada e, por isso, a empresa preferiu não falar de valores.

Veja case de sucesso na página 25.



Disponibiliza soluções de *smart signage* por meio de monitores profissionais com modelos de 10 a 85 polegadas. É uma solução profissional para negócios de todos os tamanhos: pequenos, médios e grandes, além de serem adaptáveis.

Monitores da Samsung possuem um *hardware* embutido no aparelho, que dispensa a utilização de outros equipamentos externos. Isso, além de centralizar o gerenciamento da programação e do equipamento em uma única solução, também facilita a operação para implementação de novas telas.

Por política global da empresa, valores não foram revelados.



Oferece uma única solução, modular, que permite atender desde uma sala de cinema até um shopping center. O gerenciamento é feito por meio de uma única rede, com o sistema X2O, operacionalizado no Brasil pela Quanta DGT.

Entre os diferenciais competitivos, a fabricante informa: rede integrada com articulação por monitor, monitoramento 24x7, flexibilidade de opção de monitores, *player boxes* montados no Brasil e formatação de conteúdo personalizado. Permite ainda comunicação corporativa interna.

Com diferentes níveis de serviços e equipamentos, indo de uma solução básica – bilheteria, bombonnière e pôsteres digitais – até o Lobby Domination, uma imersão completa na mais sofisticada experiência em *digital signage*, além de pacotes específicos para comunicação corporativa. Cada caso exige uma adaptação orçamentária.



DISPLAYS DA NEC EM UNIDADE DA PARISIAN

SOLUÇÃO DA SAMSUNG NA ARGENTINA

A Samsung e a Cinemacenter, exibidora argentina, anunciaram recente parceria que resultou na instalação de equipamentos de *digital signage* em dois complexos da rede de cinemas.

Solução: telas digitais com sistema de gerenciamento de conteúdo.

Desafios: gerenciamento integrado do conteúdo.

Implantação: julho de 2016.

MERCADO BRASILEIRO, ATRASADO OU CAMINHANDO?

O mercado brasileiro de sinalização digital tem muito potencial. A Samsung, por exemplo, aposta nesse segmento. “Outros mercados já estão mais conscientes da importância da troca de uma comunicação estática para uma digital como o segmento *fast food*, que já está substituindo o cardápio impresso pelo menu *board*”, conta João Hiroshi, que tem em seu portfólio instalações nos hotéis Grand Hyatt e Fasano, no Citibank, além da Posto Mídia.

A comparação com outros mercados também é inevitável. Em relação a territórios como EUA e Japão, de acordo com a NEC, o Brasil está um pouco atrás. “Se analisamos o aspecto do uso de produtos de melhor especificação técnica e aplicabilidade para obtenção de uma melhor solução final em termos de conforto visual e TCO (*Total Cost of Ownership* ou Custo Total de Aquisição, em tradução livre) ainda estamos, na nossa opinião, bastante defasados. Para exemplificar, existem operações de *digital signage* que ainda utilizam TVs”, argumenta Carlos Bellei de Siqueira, da área de *digital cinema & display solutions* da NEC no Brasil.

Outro ponto de vista é possível, considerando que o mercado nacional tem seus próprios passos a seguir.

“Talvez ‘atraso’ não seja a palavra mais justa ou precisa para descrever. Entendemos que o momento do Brasil em relação aos EUA, por exemplo, é outro. Nossa indústria de fato não tem o mesmo tempo de vida que a deles e é importante olhar o caminho que o mercado norte-americano traçou até chegar aqui. Não necessariamente precisamos copiar o modelo daquele território, mas é interessante prestarmos atenção em algumas características presentes por lá e criarmos o nosso próprio caminho”, comenta Ricardo Laporta, da Christie. Segundo o profissional, alguns serviços que por lá funcionam bem não teriam o mesmo êxito por aqui, afinal, entender o mercado brasileiro é mais importante do que simplesmente copiar algo feito em outro país. “Podemos e devemos ser responsáveis pela criação do nosso modelo de negócios”, enfatiza.

Essa defasagem é também uma consequência, considerando a digitalização tardia.

“Estamos com um *delay* natural, se considerarmos que nossa conversão digital se consolidou apenas em 2016, mas, observando o que já foi feito em outros países, podemos afirmar que o atraso não é significativo”, comenta Ricardo Ferrari, da Barco. ■

COMEÇOU A TEMPOR

E VOCÊ NÃO PODE FICAR



NOITE SEM FIM (Nobody Wants the Night)

De: Isabel Coixet

Com: Juliette Binoche, Gabriel Byrne
e Rinko Kikuchi

Festivais: Festival de Cinema de Berlim -
Filme de Abertura, Festival do Rio

Estreia nos cinemas:
01 de Dezembro

SIERANEVADA (Sieranevada)

De: Cristi Puiu

Com: Mimi Branescu, Mirela Apostu
e Eugenia Bosânceanu

Festivais: Festival de Cannes
Seleção Oficial, Festival do Rio,
Selecioneado da Romênia ao Oscar

Estreia nos cinemas:
15 de Dezembro

BELOS SONHOS (Sweet Dreams)

De: Marco Bellocchio

Com: Bérénice Bejo, Emmanuelle Devos
e Guido Caprino

Festivais: Festival de Cannes,
Mostra Internacional de São Paulo -
Filme de Abertura

Estreia nos cinemas:
29 de Dezembro

Peça nossos materiais, exiba nossos trailers e cartazes.

Email: contato@maresfilmes.com.br - Tel.:(11) 41919215

ADA DE PREMIAÇÕES

FORA DELA, PROGRAME JÁ!



UM INSTANTE DE AMOR (From the Land of the Moon)

De: Nicole Garcia
Com: Marion Cotillard, Louis Garrel
e Alex Brendemühl

Festivais: Festival de Cannes
Seleção Oficial

Estreia nos cinemas:
2017

THE HANDMAIDEN

De: Chan-wook Park
Com: Min-hee Kim, Kim Ta-eri
e Jung-woo Ha

Festivais: Festival de Cannes
Seleção Oficial, Mostra Internacional
de São Paulo

Estreia nos cinemas:
2017

PLANETARIUM

De: Rebecca Zlotowski
Com: Natalie Portman, Lily-Rose Depp
e Emmanuel Salinger

Festivais: Festival de Cinema de Veneza,
Festival de Cinema de Toronto,
Festival do Rio

Estreia nos cinemas:
2017



CIDADES-SATÉLITES EM FOCO

EXIBIDORES DE PEQUENOS MUNICÍPIOS COMENTAM SUAS AÇÕES PARA CONQUISTAR O PÚBLICO VIZINHO E MANter MODELO DE NEGÓCIO SUSTENTÁVEL

POR VANESSA VIEIRA | FOTOS DIVULGAÇÃO

GERIR UM CINEMA nunca foi fácil, mas esse desafio pode ser ainda maior em cidades pequenas, onde a população às vezes não tem o hábito de ir ao cinema e a distância das capitais dificulta a logística do negócio. Esses são provavelmente alguns dos motivos para apenas cerca de 560 das 5.570 cidades brasileiras terem cinema (Veja mais em: tonk.es/pesquisa/BEcinema). Mas nem tudo são problemas! Afinal, as salas de exibição costumam

ocupar o posto de principal opção de lazer nessas cidades e muitas vezes são as únicas da região.

Alguns pequenos exibidores são a prova de que é possível manter um complexo de maneira sustentável nessas localidades com determinação e muito trabalho. Para isso, o aproveitamento do público de cidades vizinhas é um dos principais fatores que levam ao sucesso do complexo.

O MODELO DE NEGÓCIO

Entre os exibidores entrevistados pela **Revista Exibidor** existe uma semelhança no modelo de negócio adotado: parte-se de um cinema em um município considerado um ponto comercial de sua região, com cidades-satélites e com grande distância até outro complexo.

Em alguns casos como o do CineMaxxi, que abriu em Guarabira (PB) em julho deste ano, a cidade-sede com sua população de 70 mil pessoas representa apenas 30% do seu público. Veronildo Coutinho, diretor e proprietário do cinema, explica que o complexo atende cerca de 30 cidades em um raio de 60 km que somam 400 mil habitantes. “Em nossa região não há opções de lazer e o cinema preenche muito bem esse espaço”, comenta.

O empresário, que vem do setor alimentício, conta que decidiu abrir por conta própria o CineMaxxi dentro do seu empreendimento, o Shopping Cidade Luz, devido à dificuldade em trazer franquias para um município com menos de 100 mil habitantes. Coutinho escolheu, então, a Santa Clara para a implantação de duas salas e o Grupo Cine para o contato com as distribuidoras.

É claro que nem todas as porcentagens de público do município-sede e das cidades-satélites são as mesmas para cada caso. Por exemplo, o Cine 14Bis, que já está em Guaxupé (MG) há mais de 15

anos, recebe 28% dos seus espectadores de oito cidades vizinhas com destaque para Graranésia, São Pedro da União e Muzambinho. A maior parte de seu público, portanto, ainda vem de Guaxupé, que tem pouco mais de 50 mil habitantes e foi escolhida para receber o cinema por ser um centro comercial da região. Mauri Palos, diretor da Cine 14Bis, explica que muitas pessoas vão à cidade por outros motivos além do cinema e acabam aproveitando para assistir um filme.

Para Palos, a vantagem de contar com os municípios vizinhos vem de ter um público maior para se trabalhar, mas a principal dificuldade ainda é a distância. “Tem cidade que está a 30 km, mas mesmo assim os habitantes vão ao Cine 14Bis porque é o cinema mais próximo”, comenta.

A distância entre as cidades é uma desvantagem apontada também por Mariá Bastos, proprietária do Cine Lúmine, em Penápolis (SP). Segundo a profissional, isso dificulta o atendimento a sessões promovidas por escolas, creches e outros parceiros por demandar transporte específico. Somados aos mais de 60 mil habitantes de Penápolis, o complexo de duas salas recebe espectadores de Alto Alegre, Barbosa, Braúna e Promissão.

Um exemplo do mesmo modelo de negócio, mas de uma maneira diferente é o

PlayCine, um complexo com duas salas inaugurado em julho de 2015 na cidade de Balsas (MA). Além de contar com o público de 30 cidades-satélites em um raio de 170 km e uma distância de 400 km até o cinema mais próximo, o cinema ainda conta com o centro de entretenimento – PlayTime – em que está instalado para garantir a sustentabilidade de seu negócio. O espaço conta com pistas de boliche, um *pub* e outros estabelecimentos.

“Balsas é um centro econômico da região do sul do Maranhão que é ligada ao agronegócio. Como não havia opção para lazer além do turismo ecológico, surgiu a ideia de montar esse minishopping porque o cinema de rua talvez não desse certo, mas agregado a esses outros negócios se mostrou bem-sucedido”, explica Sérgio Tischler, um dos sócios que abriram o PlayTime na cidade com 100 mil habitantes.

As cidades-satélites de Balsas têm população, em média, entre 20 e 30 mil pessoas cada. Porém, uma dificuldade para o cinema é o alto número de habitantes da região que têm baixa renda. “A vantagem é não termos concorrência próxima a ponto de canibalizar os preços, mas isso nos dá uma responsabilidade maior no atendimento”, comenta.

Porém, se os municípios vizinhos trazem possibilidades em termos de público, ainda assim é preciso conquistar esses espectadores.



CINE LÚMINE ESTÁ EM PENÁPOLIS (SP), QUE TEM CERCA DE 60 MIL HABITANTES



CINE 14BIS ATENDE ATÉ OITO CIDADES-SATÉLITES DE GUAXUPÉ (MG)

ATRAINDO O PÚBLICO VIZINHO

Mauri Palos, do Cine 14Bis, conta que já realizou diversas ações para diminuir o problema da distância entre Guaxupé e suas cidades-satélites. “Fizemos projetos em que pagávamos o ônibus. Foi uma iniciativa nossa com patrocínio via lei de incentivo à cultura que durou três anos”, diz. A proposta, realizada há cerca de cinco anos, levou mais público ao cinema e reflete nas bilheteiras atuais por ter criado o hábito de ir à telona.

Hoje o Cine 14Bis tem parcerias com empresas locais como a agência de turismo Rosaltur Viagens, de Muzambinho, que organiza excursões para o cinema ao menos duas vezes por mês e divulga sua programação. A exibidora tem também uma parceria de 10 anos com a IES do Brasil de Guaranésia. A empresa que atua no setor de equipamentos agrícolas adquire ingressos mensalmente para dá-los a seus funcionários. Os acordos feitos com prefeituras, faculdades, escolas e empresas dos municípios vizinhos são reforçados por Mariá Bastos, do Cine Lúmine.

No entanto, uma grande aposta do momento para Palos são as redes sociais com as postagens no Facebook direcionadas para as cidades-satélites. Além disso, o cinema implantou o uso do WhatsApp para atender a demanda dos clientes da região que buscam infor-

mações sobre a programação. Segundo o executivo, mais de 100 mensagens são trocadas a cada semana.

Além das mídias sociais, Veronildo Coutinho explica que, para divulgar o CineMaxxi, que tem cerca de três meses em funcionamento, conta com o rádio como aliado junto a uma comunicação voltada à família e aos jovens. Mas no online ele afirma ter obtido bons resultados por meio de parcerias com blogueiros e *youtubers* da região.

Assim como o CineMaxxi, o PlayCine ainda é considerado uma novidade. “O desafio é implantar a cultura do cinema e tirar o público de casa. Para isso, os lançamentos nacionais têm sido o grande diferencial aliados a combos baratos e ações sociais com entidades carentes”, comenta Sérgio Tischler. Ele aponta o exemplo de **Os Dez Mandamentos – O Filme**, com o qual fechou mais de 1.500 ingressos antecipados abrangendo várias cidades da região.

O PlayCine também tem pontos de venda distribuídos pela cidade e a comercialização online dos ingressos. Este último, inclusive, é considerado por Cícero Celes, diretor de marketing da

Cine Show, um item obrigatório para cinemas que contam com o público de municípios vizinhos. Isso porque a venda online dá a garantia aos clientes de não perderem a viagem porque o ingresso já estará pago.

Mas nem só de marketing e cidades-satélites vive um cinema em pequenos municípios. É preciso inovar e melhorar sua infraestrutura ou ainda expandir o negócio para outras regiões.

PLANOS PARA UM FUTURO PRÓXIMO

O CineMaxxi, que nem completou seis meses de atividades, já planeja a instalação da terceira sala de seu complexo para o primeiro semestre de 2017 e Coutinho diz estar de olho em outras praças. Outro que também vai ganhar mais telonas é o Cine 14Bis que deve abrir mais uma ou duas salas dentro de dois anos. Mas Mauri Palos ainda tem planos de achar novas cidades para implantar o modelo de negócio dentro ou fora do Brasil.

Todas essas experiências demonstram como é difícil manter um cinema em cidade pequena, mas também mostram que é possível e sustentável. E é assim que, com planejamento, paciência e muito trabalho, esses exibidores estão levando a experiência cinematográfica a lugares onde antes a telona era um lazer no mínimo improvável. **E**

CNS CINEMA

CINEMA DE PONTA A PONTA

PROGRAMA

VENDA

FIDELIZE

ANALISE



TRANQUILO
DE PONTA A PONTA

centauro - desde 1936 projetando as
melhores soluções para salas de cinema



O cinema é uma das opções de lazer mais queridas no mundo todo e há mais de um século está se reinventando, se adaptando e revolucionando a tecnologia. Tudo para trazer ao expectador novas e incríveis experiências.

Desde 1936 a Centauro vem trabalhando cada vez mais na busca e desenvolvimento de soluções técnicas de integração para projeção e áudio que permitam aos exibidores e suas salas de cinema proporcionar momentos marcantes com sabor de quero mais para todo o público. Do projeto à execução e montagem das salas (compreendendo a implantação de sistemas digitais de informação/TI, projeção e áudio), passando por áreas de suporte técnico e monitoramento de equipamentos 24h, e da comodidade de contar um setor de serviços técnicos com variado estoque de peças de reposição a Centauro inicia a comemoração dos seus 80 anos pronta para transformar os desafios em oportunidades. Fale com a gente e saiba melhor como podemos colaborar e fazer a diferença para o seu negócio.

Ligue (11) 3331-8055 e agende uma apresentação com a nossa equipe comercial.

centauro **SIP** em parceria com:
DOLBY **CHRISTIE**
SISTEMA INTEGRADO DE PROJETOS

Conheça o Centauro SIP - Sistema Integrado de Projetos - um serviço técnico especialmente criado para os exibidores que analisa e indica a melhor configuração para salas de cinema entre áudio, projeção e sistemas de TI, realizado em parceria com as mais importantes marcas do mercado como a Dolby e a Christie.



centauro 

www.centauro-cinema.com.br

PREPARADO?
O FUTURO CHEGOU.

LASER PHOSPHOR PROJECTION

Liderando o caminho em projeção a laser

O primeiro projetor de fósforo a laser 20.000-lúmens da indústria para cinema apresenta 3X mais brilho do que qualquer outro ofertado no mercado. Ele possibilita uma considerável economia de custos e menor manutenção do que os modelos de xénon, tornando-o a escolha perfeita para qualquer tamanho de tela. Graças ao módulo de retrofit exclusivo da Barco, os exibidores podem trazer os benefícios do fósforo a laser para as telas já existentes, mediante a uma simples substituição do lamp house atual do seu projetor por um novo módulo de laser fósforo.

Visite a Barco na Expocine2016, estande # 49 2 50!



O CINEMA E AS LEIS DO ABSURDO

POR: MARCOS BITELLI

A ATIVIDADE DE EXIBIÇÃO cinematográfica desde o século passado sempre foi glamorosa e despertou atenção do público. Décadas passadas ocupou a posição que as televisões vieram a substituir como primeiro veículo de comunicação de massa. Por causa disso, o cinema, que é uma atividade puramente privada, aberta ao público, é confundida como sendo uma atividade pública.

Assim, o que não falta neste País são leis, decretos e regulamentos que visam interferir na atividade cinematográfica como se fosse razoável e possível tamanha intervenção. Todavia, não obstante a reserva constitucional de competência, graceja por todos os Estados e municípios leis bastante absurdas que colocam nos ombros do exibidor obrigações como se tais entes estaduais e municipais tivessem competência para edição dessas normas. Historicamente o benefício da meia-entrada estudantil já entrou para a tradição legislativa e é um exemplo de intervenção na livre atividade econômica. Há leis estaduais, municipais e agora uma lei federal tratando a matéria.

Na sequência veio o Estatuto do Idoso, concedendo meia-entrada. Alguns municípios não satisfeitos passaram a criar algumas leis inconstitucionais de gratuidade para idosos. Sobre a meia-entrada se encontra de tudo, para professores, funcionários públicos, orientadores educacionais e até mesmo para quem doa sangue. No Brasil a Consolidação das Leis

de Trabalho (CLT) dá o direito de se ausentar do trabalho sem desconto no salário por 1 (um) dia, em cada 12 (doze) meses de trabalho, para realizar doação voluntária de sangue. Então, nada mais justo na cabeça de alguns legisladores que, dispensado do trabalho, o doador vá ao cinema... E o exibidor dê o desconto para o doador. Trata-se de outra lei absurda e ilegal. Em alguns locais, querem que sejam exibidos filmes sobre pessoas desaparecidas antes da projeção dos filmes, outros querem detectores de metais e assim vai. Não há um momento que os exibidores possam sossegar com a previsibilidade da atividade. Sucessivas leis foram sendo aprovadas quanto à acessibilidade das instalações, que exigem adaptações, sendo certo que alguns locais são de difícil remodelação. Na sequência surge a questão da acessibilidade aos conteúdos, sem que se tenha qualquer definição técnica de como prover os recursos de acessibilidade, notadamente a questão da janela de LIBRAS.

Não custa dizer ainda que as salas de exibição são foco de dois grandes vetores. A atuação dos órgãos de proteção do consumidor que muitas vezes enxergam nas salas de cinema grandes vilões. De outro vetor, há a atuação da ANCINE – Agência Nacional do Cinema, que impõe sucessivas intervenções na atividade econômica, bem

como inúmeras obrigações administrativas, que geram obrigações diárias e até mesmo horárias aos empreendedores do setor.

Portanto, a atividade de exibição cinematográfica precisa sempre se manter vigilante e atuante para enfrentar, questionar ou conviver, conforme o caso, com as sucessivas absurdas intervenções externas que aparecem dia a dia. Ninguém questiona um restaurante impedir que o cliente traga comida para comer no seu estabelecimento ou de cobrar “a rolha” para abrir uma garrafa do cliente, mas quando se trata de cinema, parece às vezes que trazer uma pizza para dentro da sala de projeção é um direito inafastável do espectador. ■

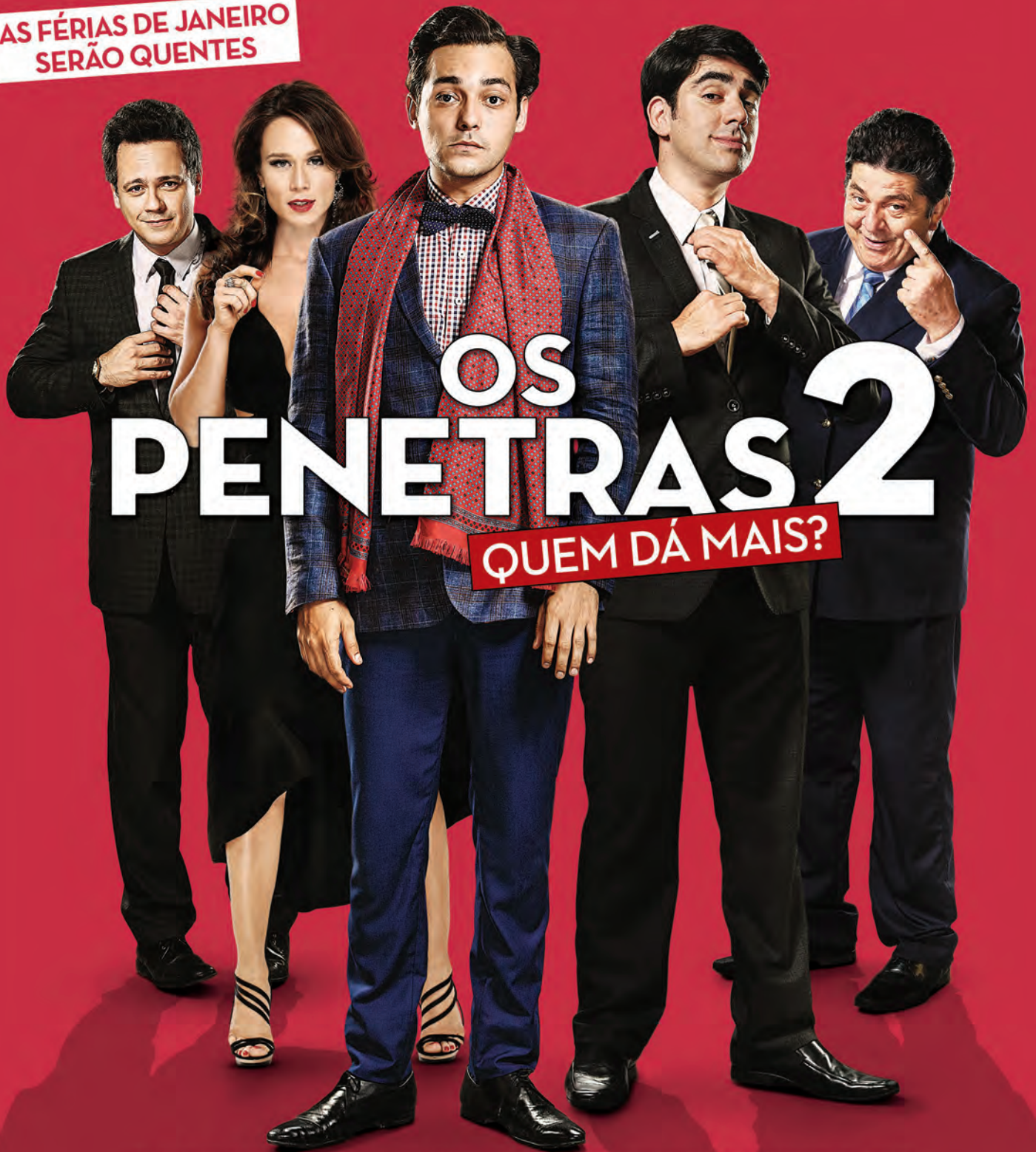


MARCOS ALBERTO SANT ANNA BITELLI | MARCOS.BITELLI@BITELLI.COM.BR | DOUTOR EM DIREITO PELA PUC-SP - DIREITOS DIFUSOS E COLETIVOS - DIREITO CIVIL MESTRE EM DIREITO PELA PUC-SP, COORDENADOR DO CURSO COMUNICAÇÃO E DIREITO DO INSTITUTO INTERNACIONAL DE CIÊNCIAS SOCIAIS, PROFESSOR DOS CURSOS DE PÓS-GRADUAÇÃO 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.

BNDES, CAIXA SEGURADORA, CONSPIRAÇÃO FILMES, GLOBO FILMES, TELECINE, PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO, SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA, H2O FILMS e UNIVERSAL PICTURES INTERNACIONAL apresentam

EDUARDO STERBLITCH MARCELO ADNET
DANTON MELLO MARIANA XIMENES STEPAN NERCESSIAN

**AS FÉRIAS DE JANEIRO
SERÃO QUENTES**



OS PENETRAS 2

QUEM DÁ MAIS?

BNDES, CAIXA SEGURADORA, CONSPIRAÇÃO FILMES, GLOBO FILMES, TELECINE e UNIVERSAL PICTURES INTERNACIONAL apresentam uma produção CONSPIRAÇÃO FILMES "OS PENETRAS 2 - QUEM DÁ MAIS?" EDUARDO STERBLITCH, MARCELO ADNET, MARIANA XIMENES, STEPAN NERCESSIAN, DANTON MELLO, ELENA SOPOVA, MIKHAIL BRONNIKOV coprodução GLOBO FILMES, TELECINE e UNIVERSAL PICTURES INTERNACIONAL, argumento ANDRUCHA WADDINGTON e RENATO FAGUNDES, roteiro RENATO FAGUNDES, direção de fotografia FERNANDO YOUNG, direção de arte RAFAEL TARGAT, figurinos MARCELO PIES, maquiagem MARTIN MACIAS TRUJILLO, 1ª assistente de direção KITTY FEÓ, produção de elenco CIBELE SANTA CRUZ, som DIRETO JORGE SALDANHA e JOSÉ LOUIZEIRO, montagem THIAGO LIMA, música BERNA CEPAS, supervisão musical BERNA CEPAS e SERGIO MEKLER, supervisão de som ALESSANDRO LAROCA, mixagem ARMANDO TORRES JR., coordenação pós produção LEO MORAES, supervisão de efeitos visuais CLAUDIO PERALTA, supervisão de imagem SERGIO PASQUALINO, coordenação de produção MÔNICA JUNCKEN, direção de produção ROSE SOARES, produtor delegado FERNANDO ZAGALLO, coprodutoras executivas MIRELA GIRARDI e MÔNICA SIOLEIRA, produtor associado CARLOS DIEGUES, produtores executivos ADRIEN MUSELET, GIL RIBEIRO, LEONARDO M BARROS, Mª AMELIA M P LEÃO TEIXEIRA e RENATA BRANDÃO, produzido por ANDRUCHA WADDINGTON e ELIANA SOÁREZ, dirigido por ANDRUCHA WADDINGTON



f /PENETRASOFILME

t /PENETRASOFILME

Y /OSPENETRASOFILME

f /PENETRASOFILME

o SPENETRAS

19 DE JANEIRO NOS CINEMAS

NÓS EVOLUÍMOS COM O MERCADO

2001

Criação da ANCINE, que tem como atribuições o fomento, a regulação e a fiscalização do mercado do cinema e do audiovisual no Brasil.

2007

Chega ao Brasil o primeiro projetor digital de padrão DCI para exibir a animação da Disney A Família do Futuro em 3D.

2009

Avatar, de James Cameron, chega aos cinemas do mundo quebrando todos os recordes e revoluciona a exibição do filme em formato 3D.

2006



Nascimento da Tonks, a princípio como provedora de soluções de websites e sistemas para o mercado de cinema.

2008



Tonks é escolhida para realizar e organizar a votação do Prêmio ED. No mesmo ano o Portal Claquete.com é relançado com a programação de 90% das salas de todo o País e informações sobre todos os lançamentos nos cinemas.

2011

E

Publicação da 1ª edição da Revista Exibidor. Veículo trata dos principais temas que permeiam o cotidiano dos exibidores e distribuidores. Em 2013 lançou o Portal e boletim com atualização diária e uma série de serviços para atualização do mercado.

2012 **tonks** host

Lançamento da Tonks Host, primeiro serviço de hospedagem web com atenção dedicada às necessidades do mercado de entretenimento.

2014



Realização da 1ª Expocine, verdadeiro marco no mercado como o único evento que reúne num mesmo local todos os profissionais do setor.

2016



Solidificação dos serviços e soluções para o mercado de cinema com atendimento a todas as pontas da cadeia (exibidores, distribuidores e fornecedores) por meio das mais diversas soluções, sejam elas em soluções web, consultoria, eventos e informação.

2013

Processo de digitalização e início do VPF. Após muitos acordos, o VPF inicia a assinatura dos contratos rumo à digitalização do parque exibidor nacional.

2015

Um dos anos mais produtivos para o mercado cinematográfico. Do Top 10 global, cinco filmes foram lançados neste ano.

tonks

HÁ 10 ANOS CONTRIBUINDO COM NOVAS SOLUÇÕES PARA A EVOLUÇÃO DO MERCADO CINEMATOGRAFICO

O PESO DAS LEIS NO CINEMA



DA MEIA-ENTRADA ÀS EXIBIÇÕES DE VÍDEOS GOVERNAMENTAIS NO PRE-SHOW, A INTERFERÊNCIA DE ALGUMAS LEIS SE TRANSFORMA EM ENTRAVE PARA O MERCADO EXIBIDOR BRASILEIRO

POR VANESSA VIEIRA



TODO SETOR COMERCIAL precisa lidar com as leis do País e não é diferente com o mercado exibidor de cinema. No entanto, esse relacionamento tem sido conturbado para o negócio, especialmente no que diz respeito à legislação ou projetos de lei que afetam os preços, a adoção de tecnologias e o espaço publicitário.

Para Ricardo Difini Leite, presidente do Sindicato das Empresas Exibidoras Cinematográficas do Rio Grande do Sul, o cinema não abrange um número de usuários expressivo o bastante para justificar a quantidade de interferências governa-

mentais que recebe. “Estamos em só 10% das cidades brasileiras e nem somos permissionários do governo, mas temos mais obrigações do que uma televisão, que opera por meio de concessão pública”, defende. Os dados são do IBGE. Além disso, segundo informações da ANCINE, 60% dos complexos estão apenas em municípios com mais de 500 mil habitantes, o que demonstra que a presença do cinema ainda é concentrada em poucos pontos do território nacional.

Paulo Lui, presidente da Federação Nacional das Empresas Exibidoras – FENEEC e do Sindicato das Empresas Exibidoras Cinematográficas do Estado de São Paulo – SEECESP, reforça ainda

que o cinema oferece uma diversão pública, mas por meio de empresas privadas e não de atividade estatal.

A questão se torna ainda mais complexa quando se leva em conta que, além das normas federais, os exibidores também precisam estar atentos às leis estaduais e municipais de acordo com a localidade de seu cinema. Segundo Difini, o maior motivo de reclamações por parte dos exibidores ainda é a legislação sobre a meia-entrada. “Tem algo errado em dar metade do preço como desconto em um país com inflação de 6% ao ano”, comenta.

EMBATES COM A MEIA-ENTRADA



Até dezembro de 2015, as leis que determinavam as aplicações de meia-entrada em cinema e outros estabelecimentos ligados ao entretenimento eram apenas estaduais ou municipais. Isso mudou com o Decreto N° 8.537, uma legislação federal que estabeleceu a aplicação da meia-entrada para todo o País (tonk.es/novalemeiaentrada). O documento especifica

quem pode receber o benefício: estudantes, deficientes e jovens de baixa renda com idade entre 15 e 29 anos.

Soma-se ainda o Estatuto do Idoso, documento de âmbito nacional, que concede o desconto para cidadãos com mais de 60 anos. Isso sem contar as leis estaduais e municipais sobre a questão como a legislação, vigente desde 2002, que garante o benefício aos doadores de sangue do Estado do Ceará.

Difini opina que a atual lei para a meia-entrada impacta o negócio de exibição cinematográfica e não é vantajosa. “Se fosse só para estudantes de escola pública, por exemplo, seria mais justa”. Ele comenta que outros países e exibidores dão descontos para estudantes, mas com o desconto e os dias variados. O executivo acredita que o cinema precisa ter a liberdade de fazer seus preços, promoções e descontos. Quanto ao benefício dado aos idosos, Difini defende que também seria mais adequado se ele fosse concedido apenas àqueles com baixa renda.

Mas não são só com as leis referentes à meia-entrada que os exibidores precisam ficar atentos. Afinal, a aces-

sibilidade de conteúdo (tonk.es/regreseprezos *ANCINE*) também chegou às normas seguidas pelo setor, que ainda é afetado por outras leis.

No Estado do Rio de Janeiro, por exemplo, já existe legislação que obriga os cinemas a terem as poltronas numeradas e divulgação de informações sobre crianças desaparecidas, bem como regulamenta taxas cobradas por plataformas de venda online de ingressos e dá meia-entrada para jovens com idade entre 15 e 18 anos com Título de Eleitor. Nesse Estado há ainda a exigência de se ter assentos para obesos nas salas de exibição. Uma lei similar é válida em Estados como o de São Paulo, que tem também normas para a higienização de óculos 3D e de reserva do assento de acompanhante de deficientes.

Um tipo de legislação recorrente é a da obrigatoriedade de exibição de vídeo so-

cioeducativo no pre-show. No Estado do Ceará, ela é relacionada a vídeos sobre o turismo local e o mesmo acontece no Rio Grande do Sul, onde, além de turismo, é necessário exibir informes sobre denúncia de pedofilia e perigos das drogas. Vídeos sobre este último tema também são obrigatórios em São Paulo e Alagoas.

Em âmbito federal não há legislação sobre esse tipo de conteúdo, no entanto, já existem mais de cinco projetos de lei que planejam levar vídeos governamentais às telonas de todo o País. Entre os temas desses conteúdos estão pedofilia, drogas e defesa do consumidor. Isso sem contar as propostas ainda em análise nos Estados e cidades.

PROJETOS DE LEI E EXIBIDORES

Manter-se atualizado em relação às novas leis e as vigentes já é um desafio para o exibidor, mas outra dificuldade é conseguir acompanhar os projetos de leis e se posicionar. Tanto Paulo Lui quanto Ricardo Difini criticam o modo como essas propostas são feitas. “O legislador faz o projeto com fins demagógicos, eleitores. Não procura os agentes do mercado para saber se tal ideia é boa mesmo ou viável”, afirma Lui. Já Difini questio-

na a maneira como alguns parlamentares escolhem repetidamente o cinema para a criação de legislação e, por vezes, nem sequer criam projetos novos, mas sim cópias de ideias já apresentadas.

“Isso atrapalha o nosso negócio e chegamos a um ponto em que nem conseguimos nos inteirar de todas as leis”. Para ele, esse foco no cinema acontece porque o setor não tem tanta força política e econômica para se posicionar de maneira mais firme, bem como porque





não há resistência da população a esse tipo de projeto. “Em muitos casos é menos traumático obedecer a lei do que ter o desgaste de tentar combatê-la. Aí o setor vai para o caminho mais fácil que é ajustar o preço dos ingressos para compensar descontos, só que isso afasta uma parcela da população”. Tanto o peso da meia-entrada quanto o da alta tributação sobre o setor e seus preços foram apontados em estudo da Motion Picture

Association – América Latina (tonk.es/estudoMPA2016) como causas do alto valor do ingresso.

O executivo afirma que essa interferência no negócio é problemática porque não existe contrapartida. Ele exemplifica com o caso da propaganda política na televisão, no qual o veículo recebe um abatimento no imposto como compensação pelo espaço cedido. Nesse sentido,

Difini propõe que os exibidores do País deveriam receber um subsídio semelhante tanto no caso da meia-entrada quanto no dos vídeos socioeducativos. No Rio de Janeiro, por exemplo, há uma redução de 50% dos impostos estaduais para os cinemas que concedem meia-entrada.

Porém, para se posicionar contra ou a favor de qualquer norma ou projeto de lei, é preciso antes conhecê-los.

UNIR PARA CONQUISTAR

Paulo Lui conta que é complicado para o exibidor acompanhar todas as propostas legislativas porque isso inclui tempo e recursos para buscar esses projetos e, em alguns casos, para entrar com ação judicial contra eles.

Por isso, uma solução é contar com as associações e sindicatos patronais. “Tem muitos exibidores de pequeno porte que mal têm tempo para cuidar de seu negócio, então é difícil ter pessoas que

possam abdicar do seu tempo para verificar os projetos de lei”, explica Ricardo Difini. Para ele, hoje o setor está mais organizado graças às entidades que o representam. No entanto, Lui ressalta que se inteirar dos projetos de lei e se relacionar com os políticos responsáveis é uma tarefa “íngrata e por vezes improdutiva”, principalmente pela falta de abertura

para diálogo. “Aí resta recorrer à esfera judiciária”, diz.

Assim, a mensagem que os executivos deixam ao mercado é da necessidade de se unir para ganhar representatividade na esfera política. Apenas pelo fortalecimento do setor é que os exibidores poderão ter voz ativa na criação e negociação de propostas que podem tanto beneficiá-los quanto tolher seu crescimento. ■


CONHEÇA ALGUNS PROJETOS DE LEIS FEDERAIS RELACIONADOS A CINEMA:

PROPOSTAS	PROJETOS
AVISO DE RISCOS DA PROJEÇÃO 3D À SAÚDE	PL 1886/2011
FORNECIMENTO GRATUITO DE ÁGUA EM BEBEDOURO	PL 613/2011 E PL 3262/2015
HIGIENIZAÇÃO DE ÓCULOS 3D	PL 1992/2011, PL 3505/2012 E PL 5456/2013
MEIA-ENTRADA PARA PROFESSORES	PL 263/2011, PL 1013/2015 E PL 1092/2015
VÍDEOS SOCIOEDUCATIVOS - GERAL	PL 7499/2006 E PL 4774/2012
VÍDEOS SOCIOEDUCATIVOS - DENÚNCIA DE PEDOFILIA	PL 7036/2010
VÍDEOS SOCIOEDUCATIVOS - DEFESA DO CONSUMIDOR	PL 7719/2010 E PL 314/2011
VÍDEOS SOCIOEDUCATIVOS - RISCOS DE DROGAS	PL 4493/2008 E PL 4602/2012
PROIBIÇÃO DA ENTRADA DE CRIANÇAS EM SESSÕES INADEQUADAS PARA SUA IDADE, MESMO COM ACOMPANHAMENTO DOS PAIS	PL 591/2011



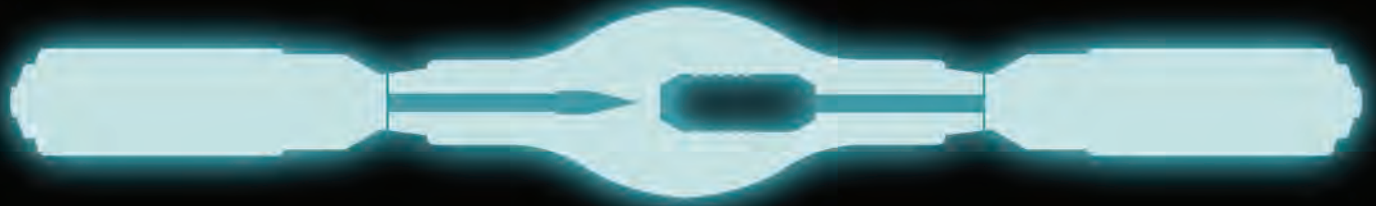


(41) 3076.4588 / (41) 3072.0368

 CONTATO@BRAVOLUZ.COM.BR

Visite nosso estande na
EXPOCINE16
NOV 2016
e conheça nossos produtos

PENSOU LÂMPADAS XENON, PENSOU BRAVOLUZ.





YOU DO NOT HAVE TO BE AN EXPERT TO RECOGNIZE A GREAT PERFORMANCE.

USHIO lamps offer great performance with an extremely long lifetime. The superior quality in brightness, contrast, color and sharpness on your cinema screen will constantly impress your audience. Our consistent performance and reliability are unmatched. That's why huge majority of movie theaters around the globe already trust the USHIO products. **Additionally: Only USHIO lamps are tested, approved and certified by all projector manufacturers including Barco, NEC and Sony.**

USHIO

Ushio America, Inc. +1.800.838.7446 | www.ushio.com

USHIO is an Exclusive Distributor of

KOOPTECH™
Washer & Dryer System
for 3-D Glasses.



A EVOLUÇÃO DA 'EVOLUÇÃO' DAS SALAS DE CINEMA

A CONVERSÃO DIGITAL DAS SALAS DE CINEMA JÁ FICOU PARA TRÁS, CERTO? ERRADO!

POR: LUIZ MORAU

É FÁCIL AFIRMAR QUE, praticamente, 100% das salas de cinema já são digitais. Mas ao sair do mundo jurássico do analógico, os exibidores mudaram de patamar e as salas de cinema nunca mais serão as mesmas.

O projetor digital há pouco tempo instalado já começa se tornar obsoleto com a chegada da projeção a laser, que parecia ainda estar num futuro distante. Agora é fato consumado e, depois de assistir algum conteúdo nessa nova opção, você não vai querer nada menos do que isso.

As telas prata 3D se modernizam e exorcizam os fantasmas que os puristas possuíam em relação às, eventuais, distorções que poderiam provocar no conteúdo 2D. Pois agora elas são quase brancas e, ao mesmo tempo que viabilizam uma projeção 3D, não interferem na qualidade da 2D.

O 3D não fez por menos e já oferece uma eficiência de luz superior a 35% numa projeção convencional, podendo atuar em conjunto com o laser e oferecer uma experiência que, com certeza, deixará os cinéfilos extasiados com o show de imagens. Mas neste caso o clube de fabricantes é mais restrito, pois nem todos se compatibilizam com este novo mundo.

O som imersivo que sangrava o bolso dos exibidores, agora já dá sinais de competitividade e se torna indispensável nas salas PLF (*Premium Large Format*). As opções cresceram e os fabricantes de equipamentos de áudio perceberam que algo precisava ser feito para viabilizar esse diferencial tecnológico.

Bom para o mercado em geral, pois uma relação ganha-ganha é sempre vencedora!

Os efeitos dessa evolução são devastadores para qualquer orçamento e a principal consequência será o restabelecimento dos antigos patamares entre os grandes e pequenos exibidores. Pois quem mal saiu do passado analógico, entrando no mundo digital, agora terá que vislumbrar a real necessidade de mais uma transformação em suas salas de cinema.

Até mesmo no mundo das “Super Salas” o impacto é perceptível. As megatelas tão acostumadas a uma projeção dual, agora se viabilizam com um único projetor laser e apenas um polarizador 3D, isso se traduz em um custo menor de partida aliado a um custo menor de operação.

É importante deixar claro que este avanço tecnológico permanente é fruto de não termos conteúdo cinematográfico suficiente para manter os cinéfilos motivados a deixar o conforto de suas

casas e dos seus filmes e seriados. Isso aumenta a necessidade de investir em talento de programação, marketing e operação, pois não há mais espaço para o amadorismo extremo, sendo este amadorismo o caminho natural para que se instale mais uma Igreja.

O ritmo das transformações será definido pela presença ou não de um concorrente com mais fôlego financeiro.

A solução definitiva é a união entre os pequenos, para que se tenha a musculatura necessária para enfrentar a concorrência e ganhar voz ativa junto aos distribuidores e fornecedores. ■



LUIZ FERNANDO MORAU 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.

—A MAIS INCRÍVEL—
EXPERIÊNCIA EM 3D


masterImage
ABSOLUTELY 3D

O seu parceiro digital na América Latina

- O 3D com a mais elevada eficiência de luz e a melhor qualidade de imagens
- Suporte local 24/7
- Mais de 8.300 sistemas instalados em todo o mundo
- Uma empresa global com modelos de negócios sob medida para você

cinema@masterimage3d.com | masterimage3d.com



ENERGIA ELÉTRICA, MAIS UM GARGALO PARA O EXIBIDOR

DENTRE OS MUITOS PERCALÇOS QUE O EMPRESÁRIO DE EXIBIÇÃO ENFRENTA NO BRASIL, ESTÁ A INSTABILIDADE EM RELAÇÃO AO PREÇO DA ELETRICIDADE

POR MARCELO LIMA



“SER EXIBIDOR NO BRASIL significa ser também super-herói”. O ‘triste’ trocadilho é um apontamento feito por um exibidor que sentiu na pele os efeitos no aumento da conta de energia elétrica de seus cinemas, que superaram 50% no ano passado, período de alta estiagem enfrentado no Brasil. Índice extremamente complicado quando um empresário faz projeções para o orçamento do seu negócio. (Veja exemplo na página 52).

Outro exibidor também apontou o mesmo percentual. “Tivemos realmente um enorme aumento de custo de energia no ano passado, cerca de 52%”.

Esses exemplos foram citados em sigilo a pedido das próprias redes de cinema.

Em 2016, apesar da regularização no abastecimento das hidrelétricas, o valor na conta do exibidor não diminuiu como esperado e as exibidoras seguem em uma verdadeira saga para equilibrar as contas.

Para entender a questão, a **Revista Exibidor** entrou em contato com alguns *dealers* e levantou o consumo de energia aproximado para uma sala de cinema. Levando em consideração que cada sala tem suas especificidades como determinado projetor e sistema de som.

Assim, pediu-se que os integradores (Kelonik, Centauro e Wintex) montassem uma sala “fictícia” para servir como exemplo nesta matéria. Em conjunto, foi levantado o consumo da bilheteria, da bombonière e da infraestrutura do cinema como um todo, incluindo até o sistema de ar-condicionado.

Esses parâmetros foram pesquisados com base em informações de consultores, empresas e algumas contas de consumo de energia elétrica passadas pelos próprios exibidores.

Portanto, chegou-se ao valor de consumo estimado por sala de cinema em

100 kWh, para cada sessão de 2 horas realizada. Nesse valor, que vale lembrar, é apenas uma estimativa e varia dependendo das configurações da infraestrutura da sala (som, projetor, servidor, amplificadores, capacidade etc.), não estão inclusos os formatos 3D e 4D, além do som imersivo.

Para se chegar a um valor por região, foi solicitado à Agência Nacional de Energia Elétrica – Aneel a média de preço do kWh com e sem impostos de cada Estado. Em muitas localidades há diversas empresas distribuidoras de eletricidade, então foi feita uma média por Estado, incluindo impostos, porém sem outras especificidades que entram no cálculo da conta de consumo como a questão das bandeiras e outros fatores que compõe a conta, como a taxa de iluminação pública. Esse valor remete a cerca de 50% do cálculo total da fatura de consumo de eletricidade.

A partir desse dado, adicionamos o valor cobrado pela faixa comercial, tipo A4, de consumo informado pela Aneel, de julho, chegou-se então ao preço do kWh por Estado.

RESULTADOS

Observou-se que, quanto mais salas o exibidor tiver, o consumo médio cai, pois as despesas com bilheteria, bombonière e ar-condicionado são compartilhadas, diferente de salas locadas em espaços diversos, que dependem da mesma infraestrutura em todos os locais.

Para que uma única sessão de cinema funcione, apenas para pagar a luz, é preciso que o exibidor venda no mínimo três (3) ingressos, levando em conta o

COMPARATIVO

Custo total com energia elétrica no ano de 2015 em relação a 2014, chegou a 48% a mais, embora os kWh utilizados em 2015 fossem menores que em 2014.

Mantendo o sigilo, um exibidor passou o valor pago em janeiro de 2014 e em igual período de 2016.

SHOPPING A

Valor do kWh em janeiro de 2014 = R\$ 0,40

Valor do kWh em janeiro de 2016 = R\$ 0,69

72% a mais

SHOPPING B

Valor do kWh em janeiro de 2014 = R\$ 0,34

Valor do kWh em janeiro de 2016 = R\$ 0,67

97% a mais

valor do ticket médio a R\$ 14,00. Isso, desconsiderando gastos com água, recursos humanos, suprimentos, negociação e distribuição dos filmes.

Veja também nas tabelas o comparativo para um dia de funcionamento (quatro sessões) e o valor referente a um mês (145 sessões).

A tabela indica que as regiões onde o custo é menor são Roraima, Amapá e Amazonas. Já Rio de Janeiro, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul são os locais com o maior valor.

2015 foi um ano difícil, pois o País enfrentou um período de estiagem em muitas regiões e isso afetou diretamente o preço nas contas de energia elétrica. **E**

MÉDIA DE CONSUMO POR SESSÃO DE CINEMA

(SESSÃO DE CINEMA DE DUAS HORAS = 100 KWH)

REGIÃO NORTE

ESTADO	MÉDIA SEM IMPOSTOS	MÉDIA COM IMPOSTOS	CUSTO DE UMA SESSÃO (2 HORAS)	CUSTO DE UM DIA (4 SESSÕES)	CUSTO DE 1 MÊS (145 SESSÕES)
AMAZONAS (AM)	R\$ 0,37	R\$ 0,43	R\$ 43,00	R\$ 172,00	R\$ 6.235,00
RORAIMA (RR)	R\$ 0,27	R\$ 0,31	R\$ 31,00	R\$ 124,00	R\$ 4.495,00
AMAPÁ (AP)	R\$ 0,29	R\$ 0,34	R\$ 34,00	R\$ 136,00	R\$ 4.930,00
PARÁ (PA)	R\$ 0,40	R\$ 0,54	R\$ 54,00	R\$ 216,00	R\$ 7.830,00
TOCANTINS (TO)	R\$ 0,44	R\$ 0,58	R\$ 58,00	R\$ 232,00	R\$ 8.410,00
RONDÔNIA (RO)	NÃO INFORMADO				
ACRE (AC)	R\$ 0,35	R\$ 0,46	R\$ 46,00	R\$ 184,00	R\$ 6.670,00

REGIÃO NORDESTE

MARANHÃO (MA)	R\$ 0,37	R\$ 0,47	R\$ 47,00	R\$ 188,00	R\$ 6.815,00
PIAUÍ (PI)	R\$ 0,32	R\$ 0,45	R\$ 45,00	R\$ 180,00	R\$ 6.525,00
CEARÁ (CE)	R\$ 0,36	R\$ 0,51	R\$ 51,00	R\$ 204,00	R\$ 7.395,00
RIO GRANDE DO NORTE (RN)	R\$ 0,34	R\$ 0,46	R\$ 46,00	R\$ 184,00	R\$ 6.670,00
PERNAMBUCO (PE)	R\$ 0,35	R\$ 0,50	R\$ 50,00	R\$ 200,00	R\$ 7.250,00
PARAÍBA (PB)	R\$ 35,00	R\$ 0,46	R\$ 46,00	R\$ 184,00	R\$ 6.670,00
SERGIPE (SE)	R\$ 0,33	R\$ 0,43	R\$ 43,00	R\$ 172,00	R\$ 6.235,00
ALAGOAS (AL)	R\$ 0,34	R\$ 0,44	R\$ 44,00	R\$ 176,00	R\$ 6.380,00
BAHIA (BA)	R\$ 0,35	R\$ 0,46	R\$ 46,00	R\$ 184,00	R\$ 6.670,00

REGIÃO CENTRO-OESTE

MATO GROSSO (MT)	NÃO INFORMADO				
MATO GROSSO DO SUL (MS)	R\$ 0,45	R\$ 0,58	R\$ 58,00	R\$ 232,00	R\$ 8.410,00
GOIÁS (GO)	R\$ 0,37	R\$ 0,57	R\$ 57,00	R\$ 228,00	R\$ 8.265,00
DISTRITO FEDERAL (DF)	R\$ 0,37	R\$ 0,51	R\$ 51,00	R\$ 204,00	R\$ 7.395,00

REGIÃO SUDESTE

SÃO PAULO (SP)	R\$ 0,39	R\$ 0,50	R\$ 50,00	R\$ 200,00	R\$ 7.250,00
RIO DE JANEIRO (RJ)	R\$ 0,48	R\$ 0,63	R\$ 63,00	R\$ 252,00	R\$ 9.135,00
MINAS GERAIS (MG)	R\$ 0,42	R\$ 0,56	R\$ 56,00	R\$ 224,00	R\$ 8.120,00

REGIÃO SUL

PARANÁ (PR)	R\$ 0,33	R\$ 0,48	R\$ 48,00	R\$ 192,00	R\$ 6.960,00
RIO GRANDE DO SUL (RS)	R\$ 0,37	R\$ 0,50	R\$ 50,00	R\$ 200,00	R\$ 7.250,00
SANTA CATARINA (SC)	R\$ 0,35	R\$ 0,48	R\$ 48,00	R\$ 192,00	R\$ 6.960,00

Fonte: Aneel (Jul/2016)



CHRISTIE®

A experiência
completa para cinema



Procurando por todos os lados
por uma solução completa e
integrada de cinema?

A Christie tem.

Envolve o seu público com uma experiência de cinema completa, com visuais cativantes e sons impressionantes, no auditório e em todo o seu lobby. A Christie® tem tudo: visuais projetados inspiradores, áudio imersivo, displays digitais dinâmicos, e os mais diversos serviços para manter seu cinema em funcionamento.

**Visite-nos na suíte de demonstração n° 4 - oferecido
pelo Christie CP2208 e Christie Vive Audio
christiedigital.com/completecinema**

O CINEMA BRASILEIRO DIANTE DA CRISE

POR: BRUNO WAINER

OS NÚMEROS DO CINEMA nacional até setembro de 2016 parecem muito positivos. Foram 22,3 milhões de ingressos vendidos. Um aumento de 53% em relação ao mesmo período de 2015.

A realidade, porém, não é exatamente esta. Se tirarmos o fenômeno totalmente fora da curva e da realidade do cinema nacional, o filme **Os 10 Mandamentos** e seus 11,3 milhões de ingressos vendidos, veremos na verdade um decréscimo no número de bilheteria.

Com a crise econômica pela qual passa o País, já se percebe uma mudança de hábito do consumidor de filmes nas salas de cinema. A cautela é a palavra de ordem. O consumidor é cada vez mais seletivo na escolha do filme a assistir. Somente filmes-evento têm mostrado capacidade de vencer.

Por outro lado, Hollywood se reinventou com a exploração cada vez mais intensiva de franquias e universos adaptados das HQs. Marcas como Marvel, DC Comics, Pixar, Disney e Lucasfilm se traduzem em uma oferta muito maior de blockbusters, espalhados ao longo do ano.

A combinação da crise econômica com aumento da oferta de filmes-evento vindos de Hollywood trouxe como consequência um resultado abaixo da expectativa para a produção nacional, aquela voltada para a conquista do público.

É histórico que o público apreciador do filme nacional seja o popular, das classes

B e C. Justo a parcela da população que mais sofre com a atual crise financeira.

Para se proteger dos riscos, cada vez maiores no financiamento das despesas de lançamento (P&A), em fase de resultados incertos, as distribuidoras adotam uma estratégia defensiva nas campanhas, reduzindo número de telas e praças.

Há também uma aversão ao risco por parte das distribuidoras na montagem do seu line-up, resultando em menos títulos competitivos e em uma menor diversificação de gêneros com possibilidade de retorno.

Para reverter esse quadro, há de se tomar algumas medidas urgentemente. É preciso defender o espaço ocupado no mercado pelo cinema nacional.

A razão para essa defesa é simples. Cinema nacional gera renda e empregos aqui no Brasil. Cinema de Hollywood gera emprego e renda lá fora.

O poder público tem um papel primordial a desempenhar. Para tal, a medida mais urgente é criar de fato uma política voltada ao fortalecimento das distribuidoras brasileiras. Uma política de conquista do mercado via distribuidoras locais é modelo testado e aprovado em diversos países cuja participação é decente no seu próprio território como Índia, Coreia do Sul, Japão, Turquia, entre outros, sendo a França o exemplo mais próximo a nós. As distribuidoras só se sustentam com o sucesso

dos filmes, logo têm todo interesse em apoiar projetos com possibilidade de gerar bons resultados.

A ADIBRA, Associação dos Distribuidores Independentes Brasileiros, vem sugerindo ao poder público várias medidas simples e eficazes para de fato fortalecer as distribuidoras brasileiras.

Acreditamos que caso essas medidas sejam implementadas, elas gerarão enorme economia de estrutura, tempo e recursos no processo de financiamento da indústria. Assim, fortalecerá de vez as empresas capacitadas a competir e dará muito mais dinamismo ao setor para enfrentar a crise do País e o poderio de Hollywood.

A hora de implementá-las chegou. ■



BRUNO WAINER COMEÇOU SUA CARREIRA NO CINEMA EM 1978 COM 17 ANOS COMO ESTAGIÁRIO NO FILME "BYE BYE BRASIL". EM 1991, INICIOU NOVA ETAPA PROFISSIONAL SE ASSOCIANDO À DISTRIBUIDORA LUMIÈRE. EM 2006, FUNDOU A DOWNTOWN FILMES, A 1ª DISTRIBUIDORA PRIVADA DEDICADA EXCLUSIVAMENTE AO CINEMA NACIONAL. ATÉ MARÇO DE 2015 LANÇOU 98 FILMES BRASILEIROS QUE VENDERAM 70 MILHÕES DE INGRESSOS.



Deixe para trás a barreira do som

CHRISTIE
VIVE AUDIO

Há décadas, a tecnologia de áudio não via inovação. Até agora. O Christie® Vive Audio™ é a solução de áudio revolucionária que combina com a reconhecida qualidade de imagem de tirar o fôlego da Christie. Com som dinâmico e de alta definição, nossa tecnologia de drivers de faixa planares traz nova vida à experiência cinematográfica | viveaudio.com

Visite-nos na suíte de demonstração nº 4 -
oferecido pelo Dolby Atmos e Christie Vive Audio



microsens

Distribuidor autorizado Christie.

Financiamento

Microsens dos produtos
Christie para **Cinema.**

Todas as opções de Projetores,
Speakers em ate **36X**

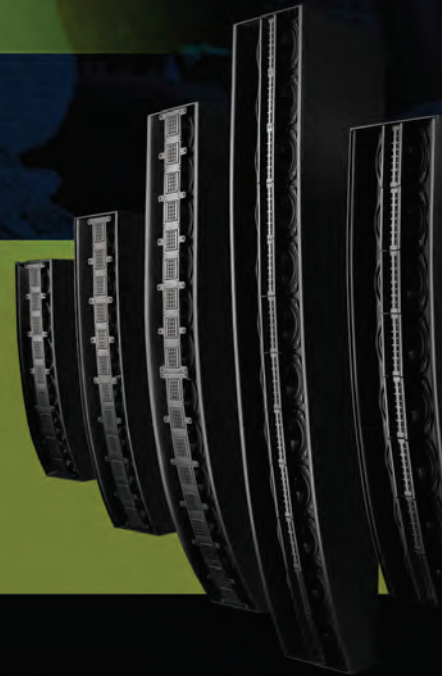


Projetores

2K, 4K e Laser

Speakers e Amplificadores

Para salas pequenas, médias e grandes.



CHRISTIE

financiamento@microsens.com.br | Tel: +55 (043) 3029 8700



microsens

Distribuidor autorizado Christie.

Financiamento para
Digital Signage Christie
através da **Microsens**
em até **36** parcelas.

Soluções

Flat Panels, Projetores Multimídia,
Processadores de imagem e interação.

CHRISTIE

financiamento@microsens.com.br | Tel: +55 (043) 3029 8700



24/11/2016

FILME	DIREÇÃO	ELENCO	DISTRIBUIDORA
JACK REACHER: SEM RETORNO (Jack Reacher 2)	Edward Zwick	Tom Cruise, Cobie Smulders, Danika Yarosh, Austin Hébert, Patrick Heusinger, Aldis Hodge, Holt McCallany e Robert Catrini	Paramount
RAINHA DE KATWE (Queen of Katwe)	Mira Nair	Lupita Nyong'o, David Oyelowo, Ntare Guma Mbaho Mwine, Russel Savadier, Maurice Kirya, Peter Odeke, Charity Rose Pimer	Disney
ELIS	Hugo Prata	Andreia Horta, Gustavo Machado, Lucio Mauro Filho	Downtown/Paris
SHUT IN	Farren Blackburn	Charlie Heaton, Naomi Watts, Jacob Tremblay	Diamond



01/12/2016

ANJOS DA NOITE - GUERRAS DE SANGUE (Underworld: Blood Wars)	Anna Foerster	Kate Beckinsale, Tobias Menzies, Theo James, Charles Dance, Bradley James, Alicia Vela-Bailey, Lara Pulver, Daisy Head, James Faulkner, Trent Garrett, Oliver Stark, Peter Andersson	Sony
SULLY: O HERÓI DO RIO HUDSON (Sully)	Clint Eastwood	Tom Hanks, Aaron Eckhart, Laura Linney	Warner
NERUDA	Pablo Larraín	Luis Gnecco, Gael García Bernal, Alfredo Castro, Antonia Zegers, Pablo Derqui, Mercedes Morán, Alejandro Goic, Marcelo Alonso	Imovision
O ÚLTIMO VIRGEM	Rilson Baco, Felipe Bretas	Fiorella Mattheis, Guilherme Prates, Bia Arantes, Renata Molinaro	Downtown/Paris



08/12/2016

TAMO JUNTO	Matheus Souza	Sophie Charlotte, Fábio Porchat, Fernanda Souza, Alice Wegmann, Matheus Souza, Leandro Soares	Downtown/Paris
O VENDEDOR DE SONHOS	Jayne Monjardim	Dan Stulbach, Cesar Troncoso, Thiago Mendonça	Warner
A ÚLTIMA RESSACA DO ANO (Office Christmas Party)	Josh Gordon, Will Speck	Olivia Munn, Jennifer Aniston, T.J. Miller	Paramount
CAPITÃO FANTÁSTICO (Captain Fantastic)	Matt Ross	Viggo Mortensen, Frank Langella, George Mackay	Universal



15/12/2016

ROGUE ONE: UMA HISTÓRIA STAR WARS (Rogue One: A Star Wars Story)	Gareth Edwards	Ben Mendelsohn, Felicity Jones, Mads Mikkelsen, Alan Tudyk, Riz Ahmed, Donnie Yen, Diego Luna, Forest Whitaker	Disney
A BAILARINA (Ballerine)	Eric Summer, Éric Warin	Vozes de: Elle Fanning, Dane DeHaan, Maddie Ziegler	Paris
FAMÍLIA HOLLARS (The Hollars)	John Krasinski	John Krasinski, Anna Kendrick, Margo Martindale	Sony



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

FILME	DIREÇÃO	ELENCO	DISTRIBUIDORA
SING - QUEM CANTA SEUS MALES ESPANTA (Sing)	Garth Jennings	Vozes de: Scarlett Johansson, Taron Egerton, Matthew McConaughey, Reese Witherspoon, Nick Offerman, Seth MacFarlane, John C. Reilly, Peter Serafinowicz	Universal
O ESPAÇO ENTRE NÓS (The Space Between Us)	Peter Chelsom	Britt Robertson, Carla Gugino, Gary Oldman	Diamond
MINHA MÃE É UMA PEÇA 2	André Pellenz	Paulo Gustavo, Herson Capri, Rodrigo Pandolfo, Mariana Xavier	Downtown/Paris
MOANA - UM MAR DE AVENTURAS (Moana)	Ron Clements, John Musker	Vozes de: Auli'i Cravalho, Dwayne Johnson, Alan Tudyk, Phillipa Soo	Disney
ASSASSIN'S CREED	Justin Kurzel	Michael Fassbender, Marion Cotillard	Fox
PASSAGEIROS (Passengers)	Morten Tyldum	Jennifer Lawrence, Chris Pratt, Michael Sheen, Laurence Fishburne, Jamie Soricelli, Aurora Perrineau, Kimberly Battista, Shelby Taylor Mullins, Marie Burke	Sony
HACKSAW RIDGE (sem título em português)	Mel Gibson	Teresa Palmer, Andrew Garfield, Sam Worthington	Diamond
LA LA LAND (sem título em português)	Damien Chazelle	Ryan Gosling, Emma Watson, Miles Teller	Paris
A LEI DA NOITE (Live By Night)	Ben Affleck	Ben Affleck, Zoe Saldana, Sienna Miller, Elle Fanning, Chris Sullivan, Anthony Michael Hall, Brendan Gleeson, Titus Welliver	Warner
ALIADOS (Allied)	Robert Zemeckis	Brad Pitt, Marion Cotillard, Jared Harris, Lizzy Caplan, Matthew Goode.	Paramount
A LONGA CAMINHADA DE BILLY LYNN (Billy Lynn's Long Halftime Walk)	Ang Lee	Kristen Stewart, Vin Diesel, Garrett Hedlund, Steve Martin, Chris Tucker, Ben Platt, Tim Blake Nelson, Makenzie Leigh	Sony
FRAGMENTADO (Split)	M. Night Shyamalan	Anya Taylor-Joy, Haley Lu Richardson, Brad William Henke, Betty Buckley, Sterling K. Brown	Universal
INTERNET - O FILME	Filippo Capuzzi	Kefera, Christian Figueiredo, Whindersson Nunes, Rafinha Bastos	Downtown/Paris
OS PENETRAS 2 - QUEM DÁ MAIS?	Andrucha Waddington	Marcelo Adnet, Eduardo Sterbitch, Mariana Ximenes, Stepan Nercessian	Universal
AS AVENTURAS DE ROBINSON CRUSOE (Robinson Crusoe)	Ben Stassen, Vincent Kesteloot	Vozes de: Matthias Schweighöfer, Ron Allen, George Babbit, Laila Berzins, Ilka Bessin, Joey Camen, Jeff Doucette, Jeff Doucette, Sandy Fox	Imagem
SETE MINUTOS DEPOIS DA MEIA NOITE (A Monster Calls)	Juan Antonio Bayona	Felicity Jones, Liam Neeson, Tony Kebbell, Sigourney Weaver, Geraldine Chaplin, Lewis MacDougall, Frida Pálsson, Jennifer Lim, James Melville	Diamond

22/12/2016



29/12/2016

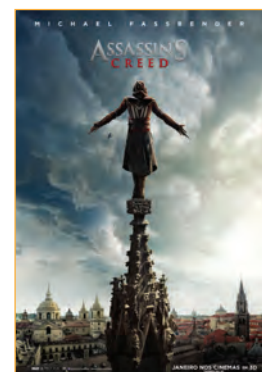


05/01/2017

12/01/2017



19/01/2017




 FAMÍLIA YOUNGER SEGUE NA
 GESTÃO DA CE+S

UNIÃO FAMILIAR MARCA A HISTÓRIA DA CINEMA EQUIPMENT & SUPPLIES

FUNDADA POR GEZA YOUNGER, EM HONDURAS, A EMPRESA ESTÁ EM SUA TERCEIRA GERAÇÃO

POR: FERNANDA MENDES | FOTO: DIVULGAÇÃO

DE UM SIMPLES DENTISTA a fundador de uma das mais respeitadas empresas integradoras da área de cinema, Geza Younger, um imigrante húngaro em Honduras, sempre teve um faro apurado para os negócios. Desde quando praticava o ofício de odontologia, viajava constantemente aos Estados Unidos a fim de se integrar cada vez mais com o mercado.

No entanto, a oportunidade no país norte-americano não foi a que esperava. Em uma dessas viagens, Geza en-

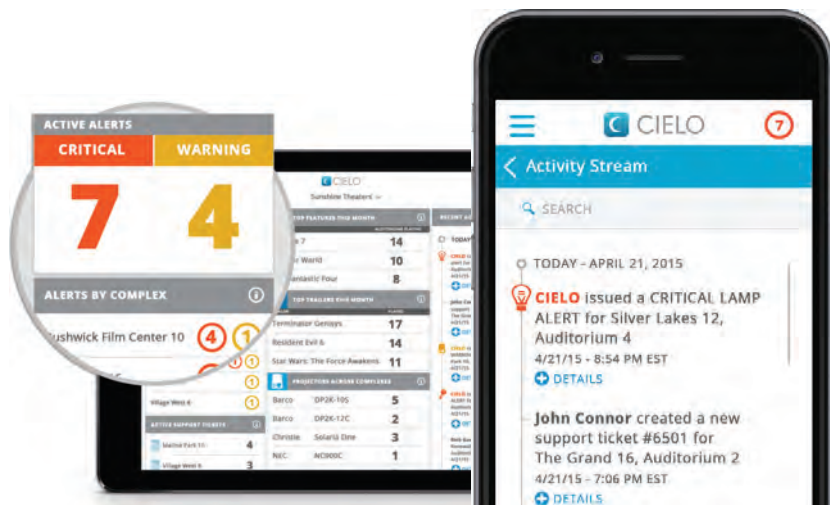
controu um contrrâneo que fabricava projetores Holmes em Chicago e, assim, aderindo à ideia, o dentista voltou a Honduras com diversos projetores antigos, improvisando com um lençol uma tela para exibir filmes em seu quintal.

Rapidamente o imigrante passou a projetar longas em pequenas cidades, o que acabou o levando a grandes cinemas na capital de Honduras, Tegucigalpa,

incluindo o primeiro complexo de três telas do país.

O sucesso fez com que se mudasse para Miami, onde optou por oferecer uma melhor educação aos seus seis filhos, incluindo o mais velho, Guillermo Younger Sr. Ao mesmo tempo que ainda mantinha o circuito de exibição no país da América Central, Geza também começou a vender equipamentos e peças de cinema, prosperando assim o seu negócio.

SISTEMA CIELO É UMA DAS MAIS RECENTES SOLUÇÕES DA EMPRESA



Com a entrada de Guillermo no chamado “*high school*”, Geza o mandou de volta a Honduras para estudar e trabalhar nos cinemas, desde a venda de ingressos até o manejo com os projetores.

Em 1982, com uma crise política abalando a América Central, Guillermo voltou aos Estados Unidos já com sua esposa, Carolina, e os dois filhos, Alex e Guillermo Younger Jr., onde começou a trabalhar para a Wometco, uma grande cadeia exibidora em Miami. Guillermo reparava equipamentos para a companhia e vendia algumas peças.

Assim, o novato formou uma grande rede de relacionamento com os fabricantes e vendedores da indústria: o primeiro passo para que a empresa da família se tornasse uma integradora respeitada no ramo.

Consertando projetores e equipamentos usados vendidos por grandes exibidores como a Regal Cinemas, a Cinema Equipment & Supplies (CE+S) revendia esses produtos a pequenos empresários latino-americanos do ramo da exibição.

Conforme o negócio foi crescendo e se concretizando, Guillermo Younger Jr. e Alex Younger também assumiram as rédeas da empresa agregando modernidade e novas visões. Junior desenvolveu a solução Cielo, uma base de dados armazenada na nuvem capaz de monitorar e dar suporte ao gerenciamento de um cinema. Com os diversos contatos que seu pai fortaleceu ao longo de tanto tempo, o produto logo ganhou o mercado e marcou uma nova fase da companhia.

Recentemente, o Cine Colombia anunciou a implementação da plataforma aos negócios para monitorar cerca de 280 telas em mais de 42 unidades.

Mas não são só os exibidores latino-americanos que aderiram a nova tecnologia. A rede Marcus Theatres, dos Estados Unidos, utiliza a plataforma para monitorar suas 681 telas e, em setembro, o Goodrich Quality Theaters também assinou um contrato com a empresa.

Hoje, após 30 anos de experiência, a companhia se firma como líder global em soluções de cinema digital com mais de 1.000 sistemas de projeção instalados em cerca de 15 países.

Entre suas conquistas mais recentes está a inauguração do escritório-satélite em 2014 no Brasil, uma estratégia para se aproximar dos clientes latino-americanos. Com o nome de Wintex Brasil, o escritório, na verdade, já existia desde junho de 2004 como uma empresa de *trading* atuando na gestão de importação de produtos e auxiliando clientes e parceiros na busca de oportunidades de mercado em diversos países. Durante a intensificação do processo de digitalização de salas, em julho de 2014, a companhia foi adquirida pelo grupo CINEPAR, *holding* controladora dos complexos Cinemais nos Estados de Minas Gerais, São Paulo

e Goiás, junto à CE+S, especializando-se no fornecimento de soluções para o mercado de cinema.

OPORTUNIDADES BRASILEIRAS

Se comparado a outros países da América Latina como México e Argentina, o Brasil detém o maior número de habitantes por sala de cinema: 68 mil habitantes/sala, segundo dados da ANCINE de 2015. Ainda, segundo a ABRASCE, em 2017 serão inaugurados cerca de 43 novos shoppings centers. Estes números influenciaram os planos da empresa para os próximos cinco anos no País.

A estratégia de crescimento foi pautada no atendimento ao mercado de pequenos e médios exibidores e na possibilidade de ampliação de salas em cidades de menor porte. Como forma de aprimorar cada vez mais o atendimento ao mercado, além da estrutura logística já organizada em Maringá (PR), a Wintex também montou uma estrutura de gestão, atendimento e serviços em Uberlândia (MG), o que agilizará o processo de importação de equipamentos.

“A Wintex Brasil já projeta um crescimento para o próximo ano, na ordem de 8%. Além da atuação no mercado de cinemas, faz parte da estratégia da empresa atender demandas de outros setores, fazendo valer um dos nossos diferenciais competitivos – a atuação como *trading*”, afirma Guilherme Lima, gerente geral da Wintex Brasil. ■

GUARDE ESTA DATA:
08 DE DEZEMBRO
LAJE DO GOOGLE

O SINDICATO DAS EMPRESAS
EXIBIDORAS CINEMATOGRAFICAS
DO ESTADO DE SÃO PAULO
APRESENTA

PRÊMIO

ed

DESTAQUES
2016

EXIBIÇÃO & DISTRIBUIÇÃO



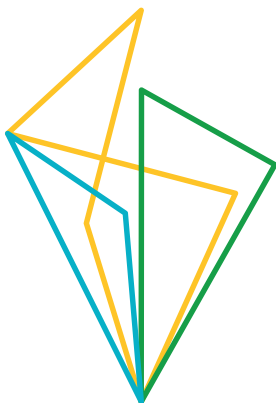
WWW.PREMIOED.COM.BR

REALIZAÇÃO:



ESPAÇO/Z
UMA AGÊNCIA | VÁRIOS SOTAQUES

tonks



SUMÁRIO

ABERTURA | 66

Com vocês, os desafios e as tendências do cinema

PROGRAMAÇÃO | 70

Perspectivas internacionais ampliam os debates da convenção

DISTRIBUIDORAS | 74

Exibição e Distribuição, uma parceria de sucesso

PATROCÍNIO | 77

Empresas apostam na Expocine para fortalecer relacionamentos

APOIO E REALIZAÇÃO | 80

Momento de interação e oportunidades

EXPOSITORES | 82

Produtos, serviços e tecnologias: O futuro te espera



TEM COISAS
QUE SÓ QUEM
É DA TERRA
CONHECE

Aperreio

a.per.rei.o
sm

1. Ato ou efeito de aperrear(-se).
2. Estado de espírito que resulta em uma contrariedade.
3. No Nordeste, é quando o cabra tá em apuro.

Acunhar

a.cu.nhar
vtd

1. Apertar.
2. Acunhear.
3. Quando o cearense "chega junto".

Baia

bai.a
sf

1. Separação de ambientes.
2. Compartimento individual para cavalgadura.
3. Casa do curitibano.

Coé

co.é
pron + vlig

1. Abreviação de "qual é".
2. Cumprimento entre os cariocas: "como vai?"

Fiúza

fi.ú.za
sf

1. Confiar em alguém sem justificativa.
2. Ter fé, esperança.
3. Expressão popular do latim: fiducia.

Goiabeiro

goi.a.bei.ro
adj sm

1. Pessoa que vive de barganhas.

2. Quem costuma fazer troca, permuta.
3. Mineiro ou cowboy catireiro.

Guapo

gua.po
adj sm

1. Rápido, habilidoso.
2. Esperto, exímio em qualquer atividade.
3. Gaúcho cheio de destreza.

Lacrar

la.crar
vtd

1. Fechar com lacre.
2. Identificar com chapa numérica.
3. Na internet, é arrasar. Ou melhor, "tombar".

Luxento

lu.xen.to
adj

1. Cheio de luxo.
2. Pessoa exigente.
3. Mineiro que tá acostumado só com o "bão".

Matula

ma.tu.la
sf

1. Provisões alimentícias para viagem.
2. Prato típico dos tropeiros.
3. O que o goiano adora na hora do rancho.

Niuma

ni.u.ma
adv

1. Nada, nenhuma.
2. De maneira alguma, de modo algum.
3. Baiano sem problema "é niuma".

Parada

pa.ra.da

sf

1. Ato ou efeito de parar.
2. Ponto de transporte coletivo.
3. Desfile em carros alegóricos.
4. Como o carioca chama qualquer "coisa".

Putistanga

pu.tis.tan.ga

interj

1. O mesmo que "égua" para os nortistas.
2. Expressão de surpresa, exclamação.

Rocha

ro.cha

sf

1. Formação compacta de pedra.
2. Que ou quem é inabalável.
3. Em Brasília, uma conversa séria é "de rocha".

Shippar

ship.par

vtd

1. Aprovar o relacionamento de um casal.
2. Quando os internautas torcem pelo amor entre seus personagens preferidos.

Tutu

tu.tu

sm

1. Mistura de feijão com farinha de mandioca.
2. Expressão popular para dinheiro, grana, bufunfa, dindin.

Vereda

ve.re.da

sf

1. Caminho estreito, alternativo.
2. Várzea à margem do rio.
3. Em Sampa, quando algo é repentino, "de vereda".

Xoxo

xo.xo

sm

1. Gíria em inglês que os internautas usam para "beijos e abraços".
2. Como as pessoas encerram suas conversas online.

Não há mapa ou livro que ensine melhor sobre um lugar do que quem vive os costumes e a cultura local todos os dias.

A Espaço/Z pode ser o guia para sua marca se comunicar com o público em todo país.

Com equipe própria em 9 cidades, a Espaço/Z cobre o Brasil de norte a sul com criatividade, planejamento estratégico e aquele toque pessoal que só quem é da terra sabe.

Fale com todos.
E fale de perto.

ESPAÇO/Z

UMA AGÊNCIA · VÁRIOS SOTAQUES

EXPOCINE16

COM VOCÊS, OS DESAFIOS E AS TENDÊNCIAS DO CINEMA

EXIBIDORES, DISTRIBUIDORES E PRODUTORES SE REÚNEM NA EXPOCINE PARA CONHECER AS NOVIDADES TECNOLÓGICAS E DISCUTIR OS RUMOS DO SETOR, CONSOLIDANDO O EVENTO COMO O MAIOR DA AMÉRICA LATINA NO MERCADO CINEMATográfico

POR FÁBIO GUEDES | FOTOS DIVULGAÇÃO

EM SUA TERCEIRA EDIÇÃO, a Expocine convida os principais *players* do mercado cinematográfico a embarcar em uma viagem direto para o futuro, repleta de debates, curiosidades e experiências inovadoras que estão deixando o campo da ficção científica para protagonizar uma profunda mudança na maneira de se conceber o cinema no mundo real.

É o caso, por exemplo, da realidade virtual aplicada à exibição, tendência que poderá se tornar mais conhecida nos próximos anos mundo afora e que está exposta na feira. As últimas tecnologias para tornar o conteúdo acessível a deficientes auditivos e visuais, projetores a laser e as supertelas, bem como o aparato tecnológico que abarca o universo *Premium Large Format* (PLF) também marcam presença neste que é o maior evento dedicado ao mercado cinematográfico na América Latina.

Nessa jornada organizada pela Tonks (empresa de consultoria para o mercado cinematográfico de exibição e distribuição), os destaques não ficam apenas para os aparatos tecnológicos. Debates importantes sobre o presente e o futuro do setor – como realidade virtual, modelos de negócios sustentáveis, identificação do perfil do espectador como público alvo e cinema 4D – farão parte da programação nas três manhãs dos dias 16, 17 e 18 de outubro.

Uma das principais novidades neste ano é o encontro especialmente dedicado à Spcine (Empresa de Cinema e Audiovisual de São Paulo), que discutirá diversos aspectos ligados ao futuro do audiovisual.

O Encontro Spcine reunirá agentes do mercado, gestores públicos e profissionais da área em painéis temáticos e rodas de conversa. O objetivo é promover um ambiente de reflexão sobre os rumos do audiovisual e dialogar com o setor sobre o próximo ciclo de desenvolvimento das políticas públicas.

“Conseguimos abarcar na Expocine todos os campos do mercado de cinema, desde a exibição e a distribuição até a produção. E isso é fundamental para aprofundar discussões e trocar experiências que contribuirão para a evolução do mercado cinematográfico na América Latina”, afirma Marcelo Lima, diretor da Tonks e da Expocine.

Todos os grandes estúdios de Hollywood – Disney, Paramount, Warner Bros., Fox Film, Universal e Sony Pictures – estão na convenção para apresentar seus próximos lançamentos aos exibidores latino-americanos.

Diante de tudo isso, desenha-se um ambiente propício para o fomento de novos negócios e de aproximação entre os vários elos da cadeia do setor cinematográfico. “Este é um evento que se mostrou necessário desde o primeiro dia e que está crescendo no âmbito dos negócios e dos debates”, reconhece Igor Kupstas, diretor da O2 Play.

Avaliação semelhante faz o CEO do Webedia Group – dono do AdoroCinema –, Cyrille Reboul, que espera ampliar as suas relações com o mercado cinematográfico. O AdoroCinema comandará três painéis para discutir o conteúdo audiovisual no primeiro dia da Feira.

“A cada ano a Expocine proporciona mais espaço para engajamento e troca de ideias, experiências e conteúdo. Isso ajuda a fortalecer o mercado cinematográfico

e a pensarmos de forma equilibrada e confiante”, analisa o executivo francês.

O crescimento é visível. Em uma área de 3.200 metros quadrados, a feira mais do que triplicou de tamanho em comparação aos 1.000 metros quadrados da sua edição inaugural, em 2014. Serão 70 estandes, ante 37 de sua primeira edição.

Mais de 3 mil visitantes devem passar pelo Centro de Convenções Frei Caneca nos três dias de evento. Dentre os principais *players* já confirmados, estão empresas de projetores digitais, som imersivo, controle de ingressos, poltronas, revestimento, arquitetura, pipoqueiras, acessibilidade entre outras necessidades para este mercado.

AMÉRICA LATINA EM ALTA

A Expocine 2016 é realizada em uma fase de pleno crescimento do mercado cinematográfico no Brasil. Até a primeira semana de agosto, o movimento nas salas de cinema aumentou 10%, em comparação com o mesmo período do ano passado. De acordo com a ANCINE (Agência Nacional do Cinema), o público passou de 113,9 milhões para 125,4 milhões de pessoas e o faturamento chegou aos R\$ 1,75 bilhão.

“Este crescimento só não tem sido maior porque o setor de shoppings centers, que está diretamente atrelado ao de cinema, arrefeceu com a queda do poder de consumo do brasileiro com a crise político-econômica que se arrasta desde 2014, impedindo a abertura de mais complexos cinematográficos”, analisa Marcelo Lima.



Por outro lado, segundo ele, tal panorama faz crescer a busca dos empresários de cinema por aprimorar as suas salas de exibição e, assim, oferecer uma melhor experiência para o público. “O capital gerado por essas bilheteiras milionárias, que em um cenário normal seria utilizado para criar mais salas, está sendo alocado para a modernização dos complexos já existentes”, aponta o diretor da Expocine.

O bom desempenho tem influenciado diretamente a expansão do setor na América Latina. Enquanto a bilheteria mundial registrou crescimento de 5% em 2015 em relação a 2014, na América Latina esse índice foi de 13%, segundo a MPAA (*Motion Picture Association of America*).

Tais números carregam consigo expectativas positivas não apenas aos distribuidores e exibidores, mas a toda uma cadeia de empresas por trás das salas de exibição como integradores, instaladores, projetores, sistemistas e outras ligadas principalmente aos setores de serviços e tecnologia.

Fornecedora de soluções em 3D presente em salas de cinemas de mais de

A EXPOCINE É UM MOMENTO DE ENCONTRO E OPORTUNIDADES PARA O MERCADO



100 países, a MasterImage é uma das que pretendem aproveitar o evento para gerar negócios importantes para os próximos anos.

“Nossa expectativa é enorme, pois queremos que os exibidores percebam a qualidade dos nossos produtos neste momento de transição dos antigos equipamentos 3D de baixa eficiência de luz e óculos 3D de alto custo para soluções mais modernas”, projeta Luiz Fernando Morau, diretor da empresa na América Latina.

Com crescimento recorde de 29% no primeiro semestre na venda de ingressos online em comparação com o mesmo período do ano passado, a Ingresso.com vê na Expocine a oportunidade de ampliar a sua percepção do mercado. “Participamos desde a primeira edição e nossa equipe sai, ano após ano, com o olhar renovado em relação à mecânica de um mercado em constante transformação”, afirma Mauro Gonzalez, CEO da empresa.

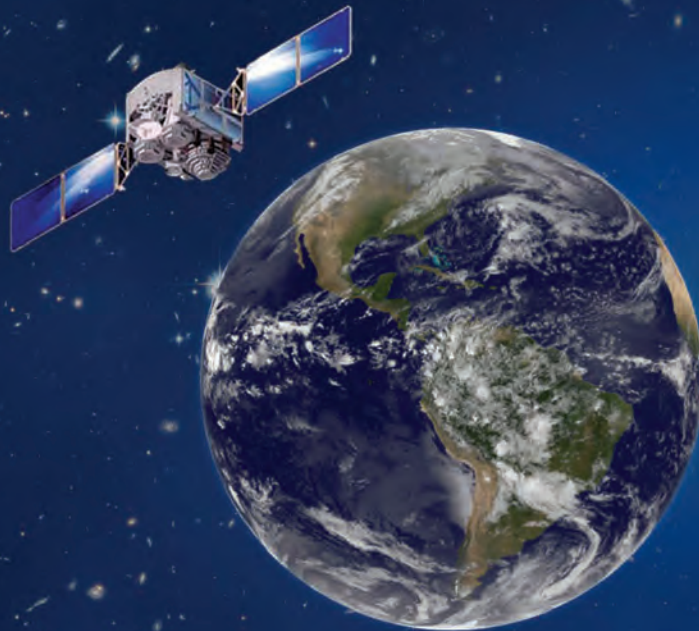
Em um momento em que presente e futuro caminham cada vez mais juntos e a passos largos, a Expocine se consolida como o evento ideal para quem deseja se atualizar, fechar negócios, debater ideias e não ser surpreendido pela avalanche de tecnologias e soluções que vem transformando o cinema.

Afinal, estão aqui os principais *players* e especialistas do audiovisual. Quem estiver mais preparado para acompanhar o movimento do mercado e antecipar as tendências, sairá da feira com novas oportunidades e perspectivas, que se renovarão anualmente a cada edição do evento. ■

NESTA EDIÇÃO, A EXPECTATIVA É DE QUE A CONVENÇÃO RECEBA MAIS DE TRÊS MIL PARTICIPANTES



cinecolor sat



DISTRIBUINDO CONTEÚDO DIGITAL AOS CINEMAS COM A MAIS AVANÇADA TECNOLOGIA DE TRANSMISSÃO VIA SATÉLITE

- MAIS DE 320 FILMES JÁ TRANSMITIDOS
- GARANTIA DE RECEBIMENTO DENTRO DO PRAZO
- MONITORAMENTO E SUPORTE LOCAL 24x7
- FLEXIBILIDADE E AGILIDADE NA PROGRAMAÇÃO
- ECONOMIA IMEDIATA EM CUSTO DE TRANSPORTE
- CONTEÚDOS ALTERNATIVOS E EVENTOS AO VIVO

+55 (11) 2078-3600
cinecolorsat@cinecolor.com.br
www.cinecolorsat.com
Alameda Amazonas, 798 Alphaville
Barueri /SP



PERSPECTIVAS INTERNACIONAIS AMPLIAM OS DEBATES DA CONVENÇÃO

EXPOCINE CONTA COM MAIOR PRESENÇA DE PROFISSIONAIS DO MERCADO INTERNACIONAL, ENCONTRO SPICINE E PAINÉIS COM TEMAS COMO CONQUISTA DO PÚBLICO E REALIDADE VIRTUAL

POR VANESSA VIEIRA | FOTO DIVULGAÇÃO

ESTA EDIÇÃO DA EXPOCINE traz novidades em sua programação como a maior presença de painelistas internacionais e o evento paralelo Encontro Spicine, no qual a entidade paulista apresentará o balanço de seus dois anos de atuação.

No primeiro dia, o foco é o espectador, começando pela identificação dele enquanto público-alvo e caminhando para novas formas de impactá-lo. O segundo dia tem a programação mais “internacional” de todo o evento com painéis sobre modelos de negócios sustentáveis para cinemas em cidades pequenas e para a exibição de filmes independentes, bem como um debate sobre cinema 4D. Enquanto isso, o mercado exibidor brasileiro e o impacto de outras mídias no cinema são os destaques do último dia da convenção.

Organize-se para aproveitar tudo o que a Expocine 2016 pode lhe oferecer!

16/11

COMO IDENTIFICAR E IMPACTAR O PÚBLICO-ALVO

O espectador é o tema central dos três painéis do primeiro dia da Expocine.

A indústria cinematográfica depende da paixão do espectador pela telona e hoje está inserida em um contexto com mais mídias e conteúdos de entretenimento. Assim, torna-se essencial conhecer o público-alvo de cada lançamento, buscar novas maneiras de impactá-lo e criar campanhas cada vez mais customizadas para gerar engajamento.

Quem inicia os debates sobre o tema é Cyrille Reboul, CEO da Webedia, multinacional francesa de mídia digital que controla o *website* brasileiro AdoroCinema, dedicado ao público final da telona. O executivo apresenta a palestra “O poder dos dados: como identificar o público com mais potencial para cada

filme?”, que conta com informações do AdoroCinema, que recebe 25 milhões de visitas mensais.

Reboul também apresenta o painel “Como criar desejo por um filme usando os novos formatos de comunicação digital?”, no qual os resultados da publicidade tradicional serão questionados e comparados aos potenciais da mídia digital. A busca do engajamento do espectador em plataformas como Facebook e Snapchat também entram na palestra.

Os jovens, em especial os chamados *Millennials* ou Geração Y, são considerados o grande desafio para o mercado

de cinema em termos de público. Ao mesmo tempo que eles levam bilheterias de franquias baseadas em HQ's e livros aos recordes, dados divulgados neste ano pela Motion Pictures Association of America apontam que o cinema cada vez mais perde espectadores jovens, especialmente entre aqueles que estão entre os 18 e os 24 anos. Segundo dados da Google, 35% da população brasileira se enquadra nessa geração que nasceu entre 1980 e 2000.

É pensando nesse público e em seu alto envolvimento com o meio online que Luiz Felipe Barros, CEO da Digital Stars, apresenta a palestra “Os novos influenciadores: como usá-los para trazer o público jovem para as salas de cinema?”, que fecha a programação inicial da convenção.

17/11

MODELOS DE NEGÓCIO E TECNOLOGIA NO MERCADO INTERNACIONAL

Manter o cinema um negócio sustentável é um desafio enfrentado por todo o mercado, mas as dificuldades podem ser ainda maiores para os filmes independentes e para os exibidores que atuam em cidades pequenas. Por isso, o segundo dia da Expocine traz duas de suas mesas-redondas dedicadas a modelos de negócio bem-sucedidos tanto no Brasil quanto em outros países.

A palestra “Unindo a distribuição e exibição de filmes independentes” é ministrada por Tim League, CEO e fundador da exibidora Alamo Draffhouse

Cinema. O executivo apresenta os *cases* de filmes e estratégias de divulgação que trouxeram bons resultados para a sua rede estadunidense de cinema independente.

Já a América Latina ganha um espaço especial no painel “Cinemas em pequenas cidades”, que será moderado pelo argentino Ariel Direse, do Instituto Nacional de Cine y Arte Audiovisuales – INCAA. Com a presença de exibidores de três países latino-americanos, o debate traz as dificuldades e soluções encontradas por

esses operadores de cinemas localizados em pequenas cidades da região. Participam do painel Gabriela Zamora, da argentina Cinemacenter; Diego Teheran, da colombiana Royal Films; e Gilberto Leal, da brasileira Cinemaxx.

Outro tema que reúne painelistas internacionais neste dia é o cinema 4D. Com Luiz Fernando Morau, da Master-Image 3D, como mediador, a discussão “Salas 4D: suas marcas e desafios” tem executivos da D-BOX (Michael Fernández), Lumma 4D (Gabriel Castares) e MediaMation (Heather Blair).



18/11 **IMPACTO DE OUTRAS MÍDIAS NO CINEMA E CENÁRIO EXIBIDOR BRASILEIRO**

O entretenimento é um setor econômico que ganha mais mídias e conteúdos a cada ano. Dessa maneira, a concorrência pela atenção do público se acirra e o cinema precisa competir principalmente com as conveniências dos meios presentes na casa do espectador, bem como saber quando e como se unir a essas mídias para ampliar o poder da telona.

Por isso, o terceiro dia da Expocine tem o painel “Impactos da TV e *Streaming* para os cinemas”, com uma visão especialmente voltada para o Brasil, considerado hoje um dos dez maiores mercados para o *Video On Demand* – VOD (vídeo sob demanda, em tradução livre). Erico Borgo, do Omelete Group, é o moderador do debate que inclui ape-

nas executivos brasileiros da Cinesystem (Luis Calil), Universal Pictures (Marcos Oliveira), Telecine (João Mesquita) e Fox/Warner (Patricia Kamitsuji).

Outra novidade tanto em termos de mídia quanto de tecnologia é a realidade virtual ou VR, sigla em inglês. Esse meio promete levar os conceitos de imersão a novos patamares e ainda é uma incógnita quanto a seu papel no mercado cinematográfico. Afinal, a VR será uma concorrente ou uma aliada da exibição na telona? Essa tecnologia já está na mira de empresas como a IMAX e a Sony, entre outras.

Assim, o painel “Realidade Virtual – As outras realidades no mundo do cinema” chega em um momento propício para discutir tanto a VR quanto a chamada realidade aumentada, com destaque especial para o uso dessas tecnologias nas áreas de publicidade e conteúdo. O debate é mode-

rado por Gabriel Giandinoto, do festival latino-americano Ventana Sur.

Apesar do impacto de outras mídias na indústria cinematográfica ganhar dois painéis do último dia da convenção, o mercado exibidor brasileiro recebe também um espaço totalmente dedicado a ele com duas palestras com representantes da Agência Nacional do Cinema – ANCINE (Roberto Lima) e do Banco Nacional do Desenvolvimento – BNDES (Fernanda Farah). A agência faz a apresentação “Cenário atual e novas perspectivas de fomento para exibidores brasileiros” enquanto Fernanda ministra a palestra “Novas linhas de crédito do BNDES”.

ENCONTRO SPCINE

Em paralelo à Expocine, será realizado o Encontro Spcine para a apresentação do balanço dos dois anos de atuação da Empresa de Cinema e Audiovisual de São Paulo – Spcine.

O evento reúne agentes do mercado e gestores públicos em painéis temáticos e rodas de conversa com o objetivo de promover um ambiente de reflexão sobre

os rumos do audiovisual, além de dialogar com o setor sobre o próximo ciclo de desenvolvimento das políticas públicas da Spcine.

O Encontro é gratuito e aberto a todo o público, tendo como destaques as palestras de Maurício Mota, sócio-fundador da Wise Entertainment, para falar sobre “Audiências Negligenciadas”, e de Sean Gormann, presidente do American Greetings Entertainment, que contará detalhes sobre sua experiência na

gestão e desenvolvimento de estratégias para propriedade intelectual.

Além desses temas, também são debatidas as estratégias de distribuição de filmes, a produção de conteúdo independente para diferentes janelas de exibição, a reinvenção das salas de cinema, entre outros assuntos. Tudo para promover a articulação entre todos os elos da cadeia cinematográfica. **E**



BPO 800

INDUSTRIAS IDEAL



ANIVERSARIO

90 anos cumprindo com a qualidade e exigências dos principais exibidores à nível mundial.

Desenvolvendo soluções sob medida para cada cliente.



EXPOCINE16

Bellagio



EXIBIÇÃO E DISTRIBUIÇÃO, UMA PARCERIA DE SUCESSO

POR NATALÍ ALENCAR



BOA PARTE DO SUCESSO no mercado cinematográfico é resultado da parceria bem-sucedida entre exibidores e distribuidores, que garantem conteúdo de alta qualidade para conquistar o público e fazer com que deixem o conforto de casa para ter uma experiência diferenciada, que só é possível na telona. Assim, a Expocine 2016 conta com a presença de sete distribuidoras.

DISNEY - Dos dez filmes mais vistos em 2016, no Brasil, três são da Disney: **Capitão América: Guerra Civil** (9,6 milhões de ingressos), **Procurando Dory** (8,1 milhões) e **O Bom Dinossauro** (3,6 milhões). O estúdio promete grandes apostas até o final desse ano e primeiro semestre de 2017: **Rogue One: Uma História Star Wars** (15/12/2016), **Moana - Um Mar de Aventuras** (05/01/2017), **A Bela e a Fera** (16/03/2017), **Guardiões da Galáxia 2** (27/04/2017), entre outros.

FOX FILM - Três filmes da companhia estão no Top 10 2016, sendo um deles uma verdadeira surpresa de bilheteria:

Deadpool, visto por mais de 6 milhões de espectadores. **A Era do Gelo - O Big Bang** (5,2 milhões) e **X-Men: Apocalipse** (4,2 milhões) foram outros destaques. Para 2017, reserva: **Assassin's Creed** (05/01), **Wolverine 3** (02/03), **Kingsman The Golden Circle** (15/06), **The War for the Planet of the Apes** (13/07) e **Alien: Covenant** (03/08).

WARNER - O ano de 2016 contou com três destaques que lotaram as salas de cinema: **Batman Vs. Superman: A Origem da Justiça** (público de mais de 8,5 milhões), **Esquadrão Suicida** (7,5 milhões) e **Como eu Era Antes de Você** (4,2 milhões). O estúdio finaliza 2016 com **Sully: O Herói do Rio Hudson** (01/12) e entra 2017 com: **Lego Batman O Filme** (09/02), **Annabelle 2** (18/05) e **Mulher-Maravilha** (01/06), além de outros.

SONY - Entre seus destaques em 2016 estão: **Angry Birds - O Filme**, que atraiu 1,8 milhão de espectadores e o remake **Caça-Fantasmas**, com público superior a 1,2 milhão. Na convenção da distribuidora exibe na íntegra **Anjos da Noite - Guerras de Sangue**.

PARAMOUNT - Duas produções distribuídas pelo estúdio ultrapassaram mais

de 1,2 milhão de ingressos no Brasil neste ano: **As Tartarugas Ninja: Fora das Sombras** e **Ben-Hur**. Seu calendário inclui: **Jack Reacher: Sem Retorno** (24/11/2016) e **Transformers: O Último Cavaleiro** (22/06/2017).

UNIVERSAL - Em 2016, lançou **Warcraft - O Primeiro Encontro de Dois Mundos**, que levou mais de 1,3 milhão de pessoas aos cinemas brasileiros, mas é a animação **Pets - A Vida Secreta dos Bichos** que tem despontado como seu maior sucesso, vista por mais de 3,6 milhões de espectadores. Agora, com escritório próprio no Brasil, o estúdio tem uma respeitada lista de lançamentos, começando por **Sing - Quem Canta Seus Males Espanta** (22/12/2016).

DIAMOND - Entre os destaques em 2016 em território brasileiro estão: **Os 8 Odiados**, **Boneco do Mal** e **Invasão a Londres**. Suas próximas apostas incluem: **Nunca Diga seu Nome** (08/12) e **O Espaço Entre Nós** (22/12).

Todas as apresentações são exclusivas para exibidores. **E**

PROGRAMAÇÃO

CONFIRA OS HORÁRIOS DE CADA APRESENTAÇÃO:

16/11

14H00 - **SONY**
18H00 - **DISNEY**

17/11

14H00 - **FOX FILM**
16H00 - **WARNER BROS.**
18H00 - **PARAMOUNT**

18/11

14H00 - **UNIVERSAL**
16H00 - **DIAMOND**





Cine Brasil

A Cine Brasil é referência e excelência em instalação de equipamentos, homologados e aprovados por várias empresas no Brasil.

Atendemos mais de 150 clientes em nosso portfólio de serviços.

E para melhor atender os nossos cliente, temos o nosso serviço de Monitoramento On-line 24 horas (NOC), que atende e proporciona soluções via rede, evitando salas interditadas e gastos excessivos.

Contudo, o nosso mais novo serviço inovador, é a tematização de salas de cinema. Agora o seu cinema pode ter salas com a decoração temática desejada, deixando o seu cinema ainda mais atrativo e diferenciado.

Contrate os nossos serviços, trabalhamos com execução rápida e com profissionais qualificados.

Av. Washington Luís, 316 - Sala 167
Gonzaga - Santos - SP
CEP 11055-000
Tel.: (13) 3585-8417





EMPRESAS APOSTAM NA EXPOCINE PARA FORTIFICAR RELACIONAMENTO

POR NATALÍ ALENCAR | FOTO DIVULGAÇÃO

UM EVENTO do porte da Expocine conta sempre com o patrocínio de empresas que confiam no mercado exibidor e que apostam suas fichas em tempos melhores, já que o País passa por um momento de crise.

Patrocinar a Expocine é sinônimo de confiança em um segmento que só tende a crescer em toda América Latina. Mais do que visibilidade para a marca, essas empresas buscam fortalecer o mercado e unificar o discurso em busca de melhorias.

ADOROCINEMA

Fundada em 2007, a Webedia uniu-se, em 2013, com a Fimalac. O grupo lançou desde 2012 vários sites verticais no Brasil, entre eles o AdoroCinema.

“Já se tornou um dos mais importantes eventos da área. Pretendemos com isso, aumentar nosso relacionamento com o mercado de cinema”, afirma Cyrille Reboul, empreendedor francês, fundador e CEO da Webedia Brasil. Ele se apaixonou pelo Brasil em sua primeira passagem pelo País, de 1994 a 1999, e voltou em 2012 para lançar o grupo Webedia.



Busca a vanguarda no fornecimento de tecnologia, consultoria e soluções diferenciadas para o mercado.

“Apoiamos integralmente o evento por seu potencial e utilidade para o segmento. O evento ganha corpo e visibilidade a cada ano. É algo fundamental, já que no Brasil não há similar. O evento é essencial na evolução do mercado e na integração entre clientes e fornecedores”, comenta o diretor da empresa Bruno Mezzena.



Possui escritório no Brasil desde 2009, com tecnologias de áudio, vídeo e voz que transformam o entretenimento e a comunicação. Apresenta aos parceiros que seja produzindo, distribuindo ou exibindo filmes, as inovações da Dolby contribuem para entregar uma experiência que o público no mundo todo associa com o melhor do cinema.

“Em apenas alguns anos a Expocine se consolidou como uma das maiores feiras de negócio de cinema no mundo. É uma ótima oportunidade para a Dolby entrar em contato com clientes e parceiros na América Latina e discutir como podemos ajudar os exibidores a entregar a maior qualidade possível enquanto diminuem seus custos”, expõe Jason Vreeman.



Comprometida com o avanço da tecnologia 3D, tem como inspiração a inovação de soluções nesse formato que sejam pioneiras para salas de cinemas e dispositivos móveis. Obteve um crescimento significativo no Brasil e América do Sul, sendo percebida como solução 3D de destaque.

“A Expocine se consolida como o melhor local para desenvolver negócios, conhecer novas tendências, encontrar amigos e saber o que o mercado pensa a seu respeito. Nós acreditamos que patrocinar a Expocine, desde a primeira edição, contribui para nossa imagem e impulsiona nossas ações”, reforça Luiz Fernando Morau.



A tecnologia XD, com telas gigantes e potente sistema de som da Cinemark, já está presente em mais de 35 salas no Brasil.

“Nós fazemos parte da indústria e acreditamos no sucesso do evento. E entre os objetivos da Cinemark está o apoio a ações que estimulem o crescimento do mercado. A cada ano, a Expocine fica mais robusta e completa, apresentando conteúdos diferenciados para o nosso mercado”, diz Maricy Leal, gerente de marketing.



Fabricante de telas de projeção localizada em Joliette, Canadá, tem telas 2D e 3D, especiais, sistemas de telas motorizados e estruturas customizadas. É conhecida também por desenvolver revestimentos para superfícies de projeção.

“É a nossa primeira vez na Expocine. Nosso objetivo em ir à feira é aumentar a visibilidade de nossos produtos”, menciona Genevieve Desroches.

Christie, Harkness, Telecine e Video-soft completam o time de patrocinadores da Expocine 2016. ■



EM 2017



ROGUE ONE
— UMA HISTÓRIA STAR WARS™ —

15 de dezembro nos cinemas

MOMENTO DE INTERAÇÃO E OPORTUNIDADES

POR NATALÍ ALENCAR

A CADA EDIÇÃO, o evento cresce não só em tamanho, mas em programação, ações, número de visitantes e expositores. Essa expansão contínua acontece porque as empresas comprovam ano a ano os benefícios não só em participar, mas apoiar o encontro. “O crescimento da Expocine é muito importante para o mercado de cinema e vem buscando cada vez mais melhorias a cada edição. Esse é o maior momento de interação do mercado, onde todos se encontram e é por isso uma oportunidade”, diz Laudson Diniz, gerente executivo da Cinelive.

Além de reunir todos os profissionais, a convenção também tem foco em mostrar as principais tendências. “É a única feira voltada para o setor de exibição onde profissionais de diversas áreas podem visitar fornecedores de conteúdo e tecnologia, além de ouvir palestras que vão desde inovações técnicas de última geração de som e imagem, lançamentos exclusivos de conteúdo nacional e internacional a pesquisas sobre as tendências de marketing digital e mídia social”, cita Melanie D. Schroot, da comScore, que completou sua fusão com a Rentrak Corporation no início de 2016.

Apoiam a Expocine nomes de extrema relevância para o parque exibidor, não só fabricantes e prestadoras de serviços, mas entidades como a FENEEC. “Nosso objetivo é continuar mantendo relações com os exibidores,

levando, pessoalmente mais informações sobre as demandas institucionais que a entidade tem atuado”, diz o dirigente Paulo Lui. Ele completa que entre as facilidades está o fato de o encontro congregar os vários setores da indústria em um local de fácil acesso.

E para conferir tudo isso, “a capital paulista se transforma em ponto de encontro internacional, permitindo que todas as instâncias do negócio participem: de gerentes de salas de cinema a executivos de outros países”, completa Igor Kupstas, da O2 Play.

Além da Revista Exibidor, veículo oficial que cobre o evento, estão entre os apoiadores, o Portal Omelete, o Grupo Webedia (proprietário do Portal AdoroCinema e da revista americana BoxOffice), a Ultracine (Argentina), a TheatreWorld (Índia) e o Celluloid Junkie (EUA). Veículos de impacto, que auxiliam a divulgação do evento internacionalmente.

“Já participamos e posso classificar esse evento como excelente. Um dos melhores do ano da indústria exibidora. Acreditamos que ir à Expocine é importante para fazermos contato e termos destaque na indústria de distribuição e exibição da América Latina”, comenta J. Sperling Reich, do Celluloid Junkie.

Completam esse time a Comic Con Experience, Equinox, NEC, ANCINE, CBM Publicidade e a Beat Turismo como operadora de viagens.

A estrutura operacional do credenciamento e organização das apresentações está a cargo da RG e o apoio técnico é com a Kelonik. “A empresa será de novo *partner*, procurando a cada ano elevar o nível técnico”, comenta Joan Gratacos.



IDEALIZAÇÃO E REALIZAÇÃO

Quando ninguém acreditava que o mercado brasileiro tinha capacidade para realizar um evento como a Expocine, a Tonks apostou suas fichas e tem comprovado, em tempos vindouros e em momentos de crise, que o evento se consolidou como necessário.

“Acreditamos que a Expocine vem para profissionalizar e caracterizar o setor promovendo crescimento tecnológico e, acima de tudo, para mostrar que o cinema é um importante segmento empresarial”, ressalta Wellington T. Silva, do departamento comercial da Tonks.

Desde o ano passado, a Spcine participa como apoiadora e correalizadora. ■



NOSSAS HISTÓRIAS



Disney
MOANA
UM MAR DE AVENTURAS

05 de janeiro nos cinemas

PRODUTOS, SERVIÇOS E TECNOLOGIAS: O FUTURO TE ESPERA

PROJETOR, SOM, TELAS, 4D, REALIDADE VIRTUAL E MAIS! CONFIRA OS PRINCIPAIS DESTAQUES DA FEIRA DE NEGÓCIOS

POR NATALÍ ALENCAR | FOTOS DIVULGAÇÃO

A **EXPOCINE 2016** conta com mais de 60 empresas expondo na feira de produtos e serviços. Além dos estandes convencionais, diversas companhias montaram suítes especiais com novidades. O visitante encontrará de tudo, dos equipamentos primordiais para uma sala de cinema (projetor, tela e sistema de som), tendências (realidade virtual e 4D), até suprimentos para a bombonière (bebidas e pipoca), além de serviços de mídia em tela, negociações com entidades e outros.

Mas, para que tudo isso em um momento de crise? Para você reformar, atu-

alizar seu complexo, ter novas ideias, tirar dúvidas, fazer negociações, ver além, prospectar e pensar em projetos e novas soluções para rentabilizar o seu negócio!

Além das empresas a seguir, são expositoras da Expocine: **ANCINE, Bardon, Christie, Cinecolor, Hony 3D, Klipsch, Ktalise, Lumma 4D, Movie Reading, Osram, Philips, Preshow, Projetelas, Santa Clara, Soluplex, Sp-cine e Unipolar.**

Veja os destaques das principais marcas que estão na Expocine 2016.

NOSSOS PERSONAGENS



Disney
A BELA
EA
FERA

16 de março nos cinemas

BARCO



PROJETOR MODELO DP2K-LP

DESTAQUE – Lançamentos em Laser Phosphor. Projetores de 20.000 ansi Lumens, com um bloco ótico a laser, que substitui as lâmpadas Xenon, com uma vida útil igual ou maior que 40.000 horas e com 40% menos consumo de energia. Também será apresentado o módulo retrofit, que possibilita substituir os blocos óticos de Xenon existentes para um ótico de Laser, sem haver a necessidade de substituição do projetor.

“Vamos inaugurar em São Paulo, em parceria com a Cinesystem, o primeiro complexo 100% a laser da América Latina. Nos sentimos extremamente honrados com a escolha da Barco como fornecedora de projetores a laser para esse complexo, e isto faz com que nosso compromisso com o mercado seja cada vez maior” (Ricardo Ferrari).

A Barco está ativa em mais de 90 países com 3.300 funcionários em todo o mundo. Registrou vendas de 1,029 bilhão de Euros em 2015. Está há 20 anos no Brasil.

NOSSOS HERÓIS

MARVEL STUDIOS

GUARDIÕES
DA GALÁXIA
VOL. 2

27 de abril nos cinemas

BIG POC

DESTAQUE – Novos sabores de pipocas e algodão doce.

“O mercado precisava de um evento desse porte em São Paulo, a cada ano a convenção se torna mais importante para todos do mercado e isso faz com que ele cresça a cada edição. Nosso objetivo é divulgar os lançamentos de produtos e aumentar o relacionamento com os clientes. Entendo que a Expocine já se fixou como um grande evento para o mercado” (Alexandre Petroni).

A Big Poc era uma marca da Mavalério, que está no mercado há mais de 16 anos. Com o crescimento das vendas, a empresa optou por separar a marca, constituindo uma outra. Já se passaram pouco mais de três anos. Entre os produtos há ainda pipoqueiras e guloseimas. A Big Poc é representante oficial e exclusiva da Gold Medal no Brasil.



BNDES

DESTAQUE – Programa Cinema Perto de Você.

“Para nós é muito importante participar, pois existe o encontro dos principais players do setor de salas de cinema no Brasil. Nossa expectativa é conquistar novos clientes” (Fernanda Farah).

O BNDES, empresa pública federal, é hoje o principal instrumento de financiamento de longo prazo para a realização de investimentos em todos os segmentos da economia, em uma política que inclui as dimensões social, regional e ambiental.

BRAVOLUZ

DESTAQUE – Sistemas 3D e lâmpadas Xenon longa vida da marca Ushio.

“Pretendemos encontrar novos clientes e mostrar nossos produtos. Temos grandes expectativas de crescimento de mercado e das vendas. Esse evento é de grande importância por ser único na América Latina” (Leonardo Baron).

CENTAURO

DESTAQUE – Linha de caixas acústicas Dolby Atmos.

“O evento vem melhorando a cada ano se tornando o principal do mercado cinematográfico da América Latina. Conseguiu oferecer aos fabricantes a oportunidade de mostrar seus produtos e novidades de forma organizada e profissional” (Luís Henrique Ciocler).

A Centauro Cinema completou neste ano 80 anos de atividade, tendo sido reconhecida nacional e internacionalmente como uma das principais integradoras técnicas do mercado exibidor brasileiro.

CINE BRASIL

DESTAQUE – Cine Digital Brasil Deco (decorações temáticas para todos os ambientes de uma sala de cinema).

“Vamos lançar um produto e serviços inéditos no Brasil. Mostrar nosso novo nicho para salas de cinemas e estreitar relacionamento com clientes atuais. Onde se reúnem todos fornecedores e clientes com certeza as oportunidades de negócios acontecem” (Claudinei Mascaro).

Apesar de ter apenas 11 anos de operação, tem 210 salas sob sua responsabilidade técnica. Neste ano, após a digitalização e com a crise, promete inovar com novas oportunidades, zelando pelo cliente para que tenha resultado positivo e melhore ou mantenha sempre uma boa bilheteria.

CONTINUARÃO LEVANDO

Disney
PIRATAS  **do CARIBE**
A VINGANÇA DE SALAZAR

25 de maio nos cinemas

CONSCIÊNCIA

DESTAQUE – *Software* com mais recursos. ATM com pagamento em espécie.

“Nossa intenção é aumentar a visibilidade junto ao segmento de cinemas com a exposição da nossa marca e novos produtos, além de estreitar relacionamentos com parceiros” (Bruno Mezzena).

DOLBY

DESTAQUE – Dolby Servers, Dolby Accessibility e o novo amplificador Dolby, além de uma sala especial de demonstração montada em parceria com a Christie para apresentar o Dolby Atmos.

“Será uma grande oportunidade para os exibidores conhecerem a tecnologia e compartilhar nosso momento global com mais de 1.900 salas instaladas em 65 países e mais de 500 exibidores parceiros. Queremos compartilhar com nossos clientes e parceiros os avanços recentes que tornam o Dolby Atmos ainda mais acessível e mostrar que é o formato de áudio imersivo que mais cresce nos cinemas” (Jason Vreeman).

Com um escritório no Brasil desde 2009, a empresa cria tecnologias de áudio, vídeo e voz que transformam o entretenimento e a comunicação em dispositivos móveis, no cinema, em casa e no trabalho.

EQUIPOSHOP

DESTAQUE – Projeto arquitetônico da área da bombonière com integração de equipamentos alinhados ao suporte dos acessórios.

“Queremos ampliar nossa rede de relacionamentos, fazendo uma grade de programação dos seus eventos conectados com os expositores. Que o evento traga novidades para fortalecer essa relação” (Regina Pavão).

Atua com projetos arquitetônicos para ambientes comerciais e revendem equipamentos importados e acessórios no Brasil bem como na América Latina e Europa.

FLAVORED POPCORN

DESTAQUE – Máquinas (pipoqueiras) em comodato e ações promocionais com pipoca de micro-ondas.

“É fundamental termos uma feira que consiga proporcionar esse encontro anual entre as partes (exibidoras e fornecedores). Conseguimos separar alguns momentos para conversar com nossos clientes, alinhar expectativas de mercado. Estarão presentes os principais players do mercado, sendo assim, o ‘futuro’ do mercado estará presente” (Rodrigo Berkembrock).

Fornecem toda a linha de produtos para produção de pipoca e algodão doce, desde máquinas aos insumos (milho, óleo, embalagens, sabores doces, temperos salgados em frascos e sachês). Atua há mais de 20 anos no mercado brasileiro.

FULPEL/BIOCOPO

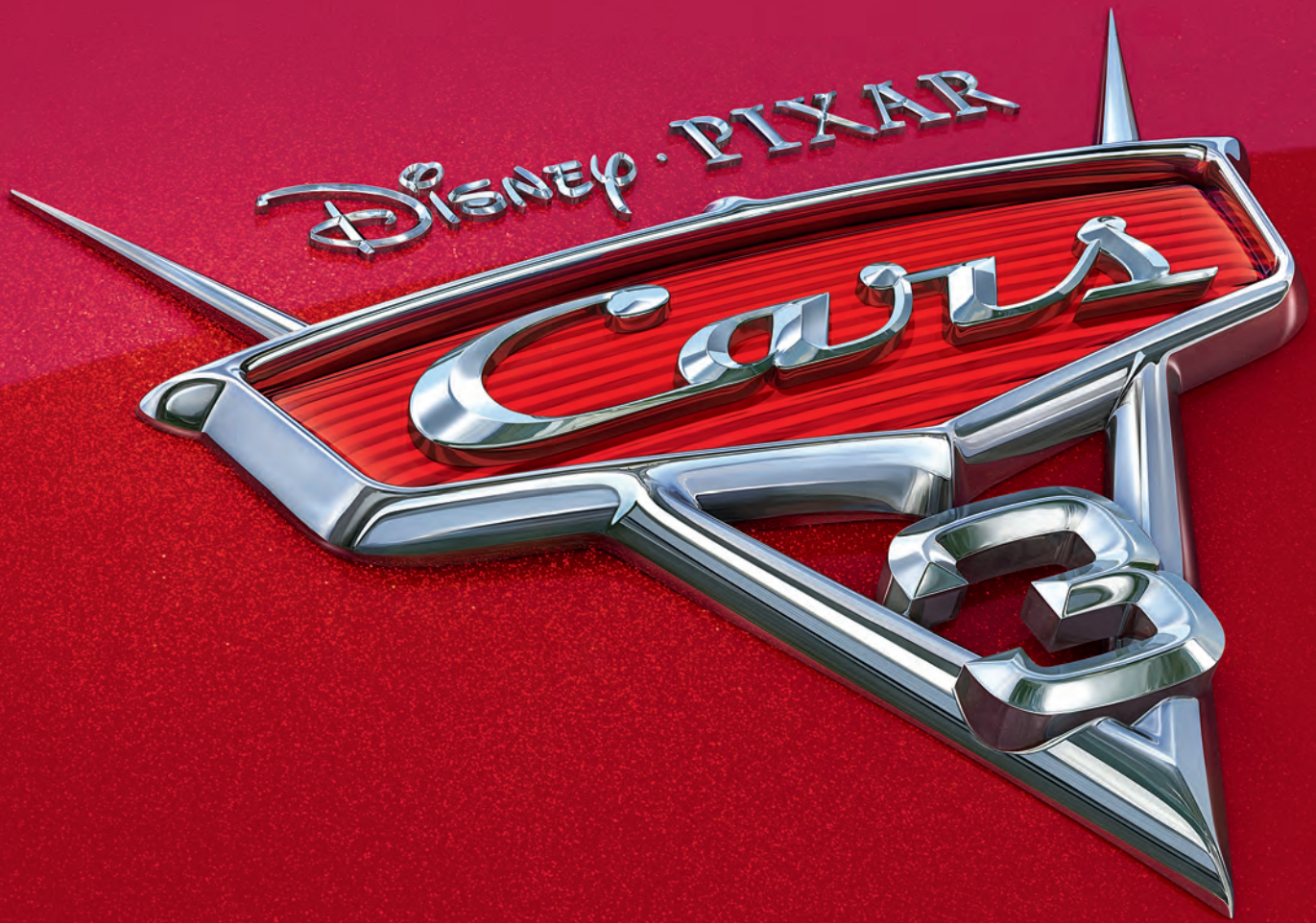
DESTAQUE – Mix completo para bombonière.

“A Expocine vem ganhando espaço e conhecimento no Brasil, é expressiva a evolução da edição de 2014 para a atual. Fizemos ótimos negócios naquele ano e esperamos repetir o sucesso” (Gabrielle Silva).

O Grupo Fulpel está há mais de 23 anos no mercado no ramo de descartáveis e nos últimos dois anos entrou no segmento do cinema, nas bombonières. A empresa tem mais de 100 funcionários e uma área fabril de 3.100m². Fabricam desde os canudos embalados até os baldes de pipoca.



MILHÕES DE PESSOAS
AOS CINEMAS.



13 de julho nos cinemas

GABO

DESTAQUE – Filtros para cinema digital.

“Nossa proposta para a Expocine será encontrar distribuidores para venderem os nossos produtos” (Gary Chu).

A Gabo Filter é subsidiária da Beijing China Jinhaoyuan Purification Technology CO., estabelecida em 2006, na China.

GRÁFICA ROSSET

DESTAQUE – Baldes de 0,75, 1, 4 e 5 litros para pipoca, barquetes, suportes para kits de pipoca + bebidas (ou outro item).

“Apresentaremos para o mercado de bombonnières as mais variadas soluções em embalagens de papel cartão para venda e consumo nas salas de cinema” (Rafael Rosset).

Há 30 anos, a Rosset busca inovar no quesito embalagens de papel cartão, encontrando sempre uma solução diferenciada para cada cliente e desenvolvendo produtos novos.

HOTSOUND

DESTAQUE – Um novo sistema de caixas de som para salas maiores e sistema Dolby Atmos.

“Esperamos fortalecer ainda mais nossos contatos, conhecer clientes novos e poder apresentar nossas novidades. Queremos estar mais próximos dos clientes, criar esse contato pessoal, fortalecendo os relacionamentos” (José Roberto Mandro)

A HotSound é uma das líderes em equipamentos de som de cinema no Brasil e tem como meta se consolidar na América Latina nos próximos anos.

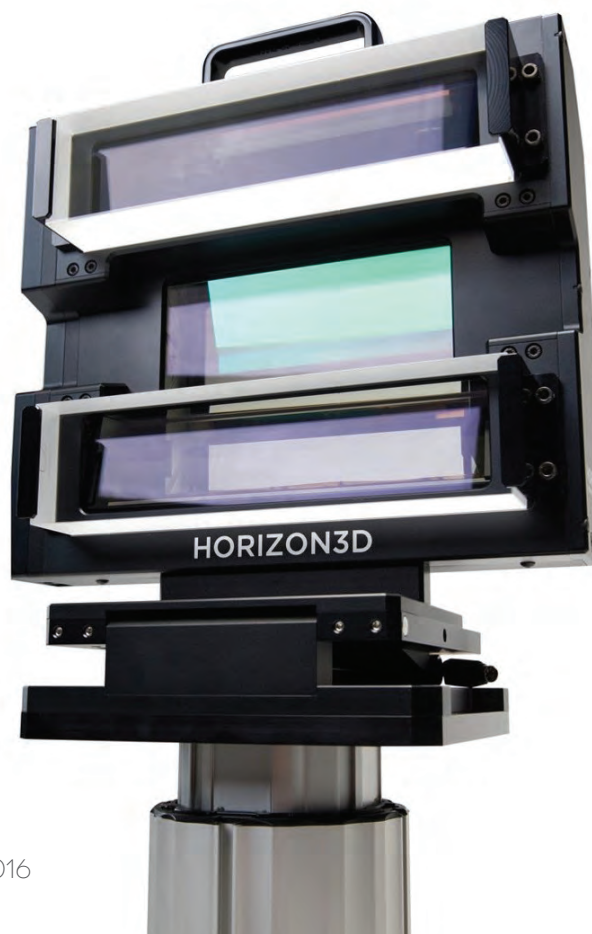
IDEAL

DESTAQUE – Poltronas para o mercado semivip.

“Ao participar da Expocine, esperamos gerar mais demanda e garantir mais presença e disponibilidade da marca no Brasil” (Rodrigo Roque Luz de Melo).

Tem mais de 90 anos no mercado mundial, sendo parceira dos principais exibidores latino-americanos.

MASTERIMAGE HORIZON3D



IMPLY

DESTAQUE – Plataforma Super Ingresso, uma solução integrada de venda de ingressos, validação, controle e gerenciamento de acessos.

“Acredito que quando temos uma ampla gama de soluções com tecnologias customizáveis para cada negócio, uma equipe entusiasmada para ouvir suas ideias e clientes procurando por diferenciais, criamos a fórmula para uma feira de sucesso” (Tiana Ortiz).

A Imply é uma empresa brasileira de engenharia de produtos. Atuam nas áreas de acessos, autoatendimento, entretenimento e painéis. Estão presentes no mercado global de tecnologias em mais de 55 países nos 5 continentes.

INGRESSO.COM

DESTAQUE – Últimas tecnologias e novidades para 2017 como novos aplicativos para Android e iOS, site com usabilidade aperfeiçoada, além de nova plataforma de venda de produtos.

“A Expocine é o maior evento negócios de cinema e um marco no calendário do mercado. Acreditamos que a convenção é o termômetro que mede a evolução do cinema no Brasil, mercado em que atuamos, e na América Latina como um todo” (Mauro Gonzalez).

A Ingresso.com teve recorde de vendas no primeiro semestre deste ano, com crescimento de 29%, em relação ao mesmo período de 2015

INORCA

DESTAQUE – Poltronas para cinema.

“A Expocine adiciona um novo valor para o plano de marketing da nossa companhia. O principal objetivo é a grande divulgação dos nossos produtos no mercado brasileiro e também fazer novos parceiros e negócios” (Lucia Lasso).

KELONIK



DESTAQUE – Modelo novo de alto-falante para *surround* TC-12 completamente integrado no teto existente da sala.

“Avaliamos muito positivamente a evolução do evento com um crescimento e amadurecimento constante e exponencial. Queremos reforçar o contato com o cliente brasileiro e latino-americano” (Joan Gratacos).

A Kelonik é uma empresa de serviços localizada no Rio de Janeiro e com suporte e pessoal próprio no Rio e em São Paulo, que atende no País todo. Especialista em projetos de adequação e instalação de salas de cinema com equipamentos de imagem e som com mais de 40 anos de experiência e mais de 4.000 salas construídas.

MASTERIMAGE

DESTAQUE – Evolução do MasterImage Horizon3D, que já atinge 36% de eficiência de luz.

“Nosso objetivo é fazer relacionamento com nossos clientes, prospects e aliados estratégicos, além de observar tendências e novas possibilidades para nossos produtos e serviços” (Luiz Fernando Morau).

Além de patrocinar o evento, também patrocinam um dos dias de debates.

MAXILLUSION

DESTAQUE – Nova tela QUASAR Silver 3D com ganho 3.0 e reciclagem de telas ECOLOGICAL SILVER SCREEN.

“Pretendemos duplicar nossa carteira de clientes e atender o mercado latino-americano. Manter e estreitar relações com nossos clientes, bem como atrair novos” (Rihcardo Wanderley).

Líder na América Latina em telas *silver* para cinema 3D Passivo. Aberta para exportação em qualquer país.

NEC

DESTAQUE – Dois novos Projetores de cinema digital, o NC1000C e o NC1201L.

“Esperamos que o evento seja muito positivo tanto para as empresas expositoras como para o público presente. Nossa expectativa é de estabelecer muitos contatos com novos clientes e aprofundar ainda mais a relação com os nossos parceiros, tudo graças ao histórico de sucesso do evento” (Carlos Bellei de Siqueira).

Está no Brasil desde 1968, tendo participado de toda a gama de digitalização de tecnologias a começar pela digitalização telefonia, passando pela TV digital e, agora, no segmento de cinema digital.

PROJETOR NC 1000C



PIPOCAS CIANORTE

DESTAQUE – Pipocas prontas caramelizadas ACT II nos sabores caramelo e chocolate, além das pipocas *gourmet* (avelã, morango, limão siciliano e coco caramelado).

“Nosso objetivo é a divulgação de produtos voltados a pipocas, como embalagens, sais especiais, óleo aromatizado e milho de pipoca com alta qualidade e alta expansão. É uma ótima oportunidade de apresentação para clientes, em especial no ramo de snack” (Amilton Domingues de Andrade).

Estabelecida desde 1973 em São Paulo, a Pipocas Cianorte sempre atuou como distribuidora de milho para pipoca, equipamentos e produtos em geral para pipoqueiros, cinemas, circos, quiosques, parques, cantinas escolares, empresas que promovem eventos festivos e entretenimentos em geral.

PRIMEPASS

DESTAQUE – Tecnologia e sistema de assinatura mensal para as pessoas frequentarem os cinemas mais vezes durante o mês, além de uma inovação que trará para o assinante ativo comodidade e praticidade (reserva de assento no app e a apresentação de ingresso digital direto do aplicativo na portaria do cinema, sem necessidade de filas ou chegar antes para reservar lugar).

“Vamos abreviar o contato com todo o mercado, propor ações com distribuidores de filmes para lançamentos e estreias nacionais, obter boas negociações com as redes exibidoras, receber contatos profissionais e trocar informações sobre o mercado com todos que participam da cadeia” (Ricardo Cury).

Está presente no Brasil desde 2015, quando iniciou seus testes beta nas praças de São Paulo e Rio de Janeiro. É uma *startup* com escritório em São Paulo (Brasil), porém, com base na Flórida (EUA).

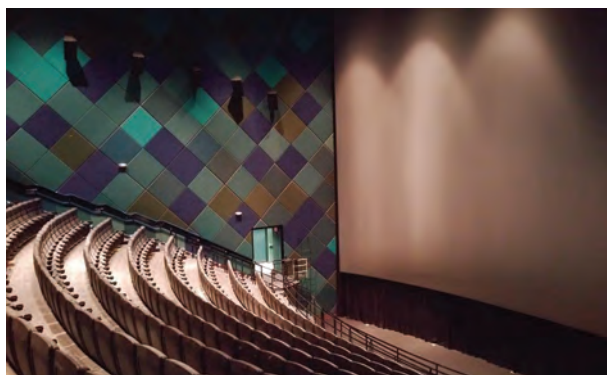
QUANTA DGT

DESTAQUE – Soluções de interatividade dentro e fora da sala de projeção, que envolvem desde a melhoria do gerenciamento técnico do cinema até soluções de inteligência aplicadas a gestão operacional e estratégica do negócio.

“Queremos apresentar novas soluções e estreitar cada vez mais o nosso vínculo com o mercado exibidor” (Suzana Lobo).

A Quanta DGT é a principal integradora de soluções para as salas de cinema do Brasil e da América Latina. Com mais de 1.000 salas digitalizadas, oferece soluções completas não apenas para a modernização, mas ferramentas de gerenciamento estratégico e operacional, além do controle técnico *online* (NOC).

SEVERTSON



DESTAQUE – Linha completa de telas de cinema dobráveis, incluindo tecnologia 3D e de alto ganho.

“Nosso objetivo é atingir novas pessoas que não conhecem a nossa companhia ou as telas e ajudá-las a entender a nossa oferta” (Dan Maxwell).

A Severtson Screens é líder global em tecnologia para projeção em telas, com uma longa trajetória em revestimentos ópticos especializados para 2D e 3D.



TELA STRONG INSTALADA NO
JOLIETTE CINEMA



STRONG | MDI

DESTAQUE – Telas de projeção premium.

“A empresa espera mostrar aos gerentes de cinemas os benefícios em usar nossos produtos. Nosso objetivo em ir à feira é aumentar nossa visibilidade” (Genevieve Desroches).

Fabricante de telas de projeção localizada em Joliette, Canadá. Produz telas 2D e 3D, telas especiais, sistemas de telas motorizados, estruturas customizadas e encobrimento de motores para clientes do mundo inteiro. A companhia também é conhecida por desenvolver revestimentos altamente sofisticados para superfícies de projeção.

TONKS

DESTAQUE – Atendimento ao exibidor com soluções, sistemas e websites.

“Este ano a Tonks vem com a ideia de apresentar como é trabalhar e atender o mercado exibidor, apresentando o nosso formato de atendimento ao cliente e demonstrar como todas as áreas da empresa são interligadas sempre visando a qualidade em nossos serviços” (Wellington T. da Silva).

Além de ser a realizadora do evento, a Tonks tem mais de dez anos de mercado com *know how* em diversas soluções para exibidores. É responsável também pela publicação da Revista Exibidor.

UNID

DESTAQUE – Plataforma automatizada que integra todos os pontos de mídia do exibidor com o mercado.

“Vamos expor nosso case de sucesso com a rede Cineflix. A Unid é uma empresa nova e durante os últimos anos esteve focada em desenvolver um modelo único e otimizado para o mercado regional. Percebemos que após o alcance de resultados tão expressivos chegou o momento de apresentar nossa forma de trabalho” (Antonio Carlos Bidim Junior).

Iniciando suas atividades em março de 2014 a empresa surgiu para levar até redes exibidoras uma solução comercial para o mercado de mídia regional. Desde então desenvolveu produtos focados para estes clientes e assegurou o alcance de resultados que comprovassem a viabilidade para os clientes anunciantes e exibidores.

WINTEX

DESTAQUE – Demonstração de novas tecnologias como projetores equipados com Laser Phosphor além do portfólio completo de produtos e serviços Wintex Brasil.

“O cenário de mudança política associado a uma perspectiva de crescimento do País para o próximo ano, mesmo que pequena, deixa-nos otimistas com relação a alavancagem de investimentos em novas salas e modernização de complexos para 2017” (Guilherme Lima).

A participação na feira já faz parte da estratégia anual de divulgação da Wintex Brasil - fortalecimento da marca, apresentação de produtos e serviços, além do contato com parceiros e clientes. **E**



Pedro Barros
S E G U R O S

Pedro Barros Seguros e Allianz uma parceria de 58 anos



O **Grupo Allianz** é uma empresa global, que apesar de seu tamanho tem por princípio estar sempre próxima de todos os seus clientes, protegendo o patrimônio e a saúde de milhões de pessoas ao redor do Mundo.

Essa proximidade se manifesta em produtos pensados nas necessidades de cada cliente, criados com bases em estudos desenvolvidos no Centro de tecnologia Allianz (AZT), na experiência do público assistindo um evento em uma das **Arenas da Allianz** no mundo ou indo ao cinema e assistindo um filme, ambos segurados pela **Allianz**.

O nome vem do alemão e significa **Aliança, que se traduz em mais de 16 anos de parceria exclusiva com a Pedro Barros**, em seguros ligados ao mundo do cinema, propaganda e televisão.

A **Pedro Barros Seguros**, com 58 anos de atuação, vem se dedicando a desenvolver e traduzir para o nosso mercado todo o leque de opções de seguros do **Grupo Allianz**, com foco em equipamentos cinematográficos, som, luz, imagem, iluminação, produção de filmes e recentemente viabilizamos o seguro da revolução de projeção digital de nossos cinemas, garantindo a integração digital de 1100 salas por todo o país.

Temos o produto ideal para amparar no seguro empresarial as inúmeras salas de cinema de todo o Brasil, de forma isoladas, em pequenos complexos, em multiplex, shopping, cinemas culturais e estamos à disposição para assessorar a contratação de novos seguros, renovações e reanálises de apólices vigentes, com foco no imóvel, instalações e equipamentos de cinema.



www.pedrobarrosseguros.com.br

Rua Augusta, 1598- 5º andar conj 52 Bairro: Consolação / São Paulo - SP | newton@pedrobarrosseguros.com.br | (11) 3262-3002



**NUNCA CEDA
NUNCA DESISTA
NUNCA VOLTE ATRÁS**

**TOM CRUISE
JACK REACHER**

S E M R E T O R N O

PARAMOUNT PICTURES e SKYDANCE APRESENTAM UMA PRODUÇÃO TOM CRUISE UM FILME DE EDWARD ZWICK TOM CRUISE "JACK REACHER: SEM RETORNO" COBIE SMULDERS MÚSICA DE HENRY JACKMAN RESENHA DE LISA MORA LOVAAS
 MONITADOR BILLY WEBER RESENHA DE CLAY A. GRIFFITH DIRETOR DE OLIVER WOOD PRODUTORES PAULA WAGNER HERB GAINS DAVID ELLISON DANA GOLDBERG PRODUTORA DE TOM CRUISE, P. G. A. DON GRANGER, P. G. A. CHRISTOPHER McQUARRIE
 SKYDANCE TC PRODUCTIONS BASEADO NO LIVRO "NEVER GO BACK" DE LEE CHILD ADAPTADO DE RICHARD WENK e EDWARD ZWICK & MARSHALL HERSHKOVITZ DIRIGIDO POR EDWARD ZWICK SOUNDTRACK ALBUM DE PARAMOUNT MUSIC

VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA

[f /JackReacher.BR](#) [jackreacher.com.br](#) [@paramountbrasil](#) [@paramountbrasil](#) [@paramountbrasil](#)

24 DE NOVEMBRO NOS CINEMAS