

HOMBRE QUE EMBOTELLÓ EL SOL, EL



catálogo cinespañol

Título Principal: HOMBRE QUE EMBOTELLÓ EL SOL, EL

Dirigido por: OSCAR BERNÁCER

Expediente ICAA: 62614

Título en inglés: THE MAN WHO BOTTLED THE SUN

Nacionalidad: España

Duración: LARGOMETRAJE / 64 min.

Empresa productora: SOCIEDAD MERCANTIL CORPORACION DE RADIO TELEVISION ESPAÑOLA, S.A.U. (98T4)(España 25%) , NAKAMURA FILMS, S.L. (01J5588)(España 75%)

Dirigido por: Oscar Bernàcer

Guión: Oscar Bernàcer , Joana Martínez Ortueta

Dirección de fotografía: Victor Entrecanales Fernández

Música: Iván Capillas Morán

Calificación Película: APTA PARA TODOS LOS PÚBLICOS (16/11/2016)
64min (Sala Comercial)

Subvenciones: Ayudas sobre Proyecto de Largometrajes

Recaudación: 1.442,20€

Espectadores: 237

Año de producción: 2016

Longitud: LARGOMETRAJE

Tipo de película: Cine - Documental

Género: Documental

Etiquetas: Documental

Relación de pantalla: DIGITAL

Emulsión:

Versión original: CASTELLANO

Estrenos: 25/11/2016

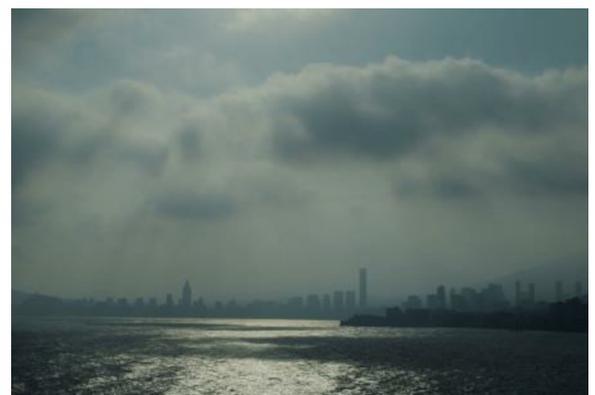
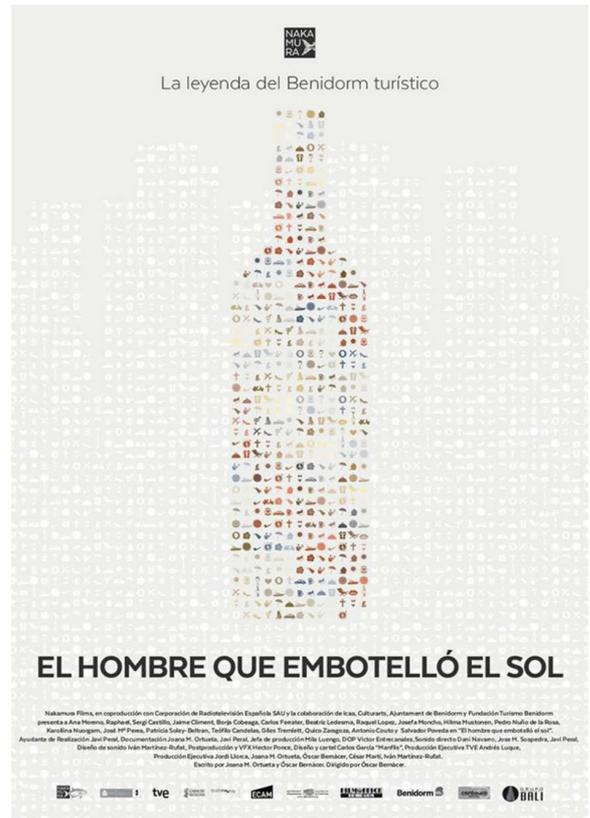
Fecha de inicio de rodaje: 26/01/2015

Fecha de final de rodaje: 02/08/2016

Lugares: España - VARIOS (Días: 37) , Finlandia - KAAMASMUKA (Días: 5)

Distribuidora nacional: NAKAMURA FILMS, S.L. (01J5588)

Web Oficial: <http://nakamurafilms.com/trabajos/el-hombre-que-embotello-el-sol/> (Nakamura Films) , <http://www.facebook.com/El-hombre-que-embotell%C3%B3-el-sol-432512223580410/> , <http://www.agenciafreak.com/largometraje/EL-HOMBRE-QUE-EMBOTELLA-EL-SOL/699> (Agencia Freak)



La fabulosa historia de la fundación del Benidorm turístico de la mano de Pedro Zaragoza, el legendario alcalde de la Vespa. Un personaje irreplicable capaz de crear de la nada una ciudad moderna dedicada al ocio de la clase media y venderla desde Londres a Lapponia con estrategias de marketing que aún hoy resultan increíbles. ¿Ocurrieron realmente?

The amazing story of how Benidorm became a major tourist resort thanks to Pedro Zaragoza, the legendary mayor with a Vespa. This unique man was able to create a modern city out of nothing, turn it into a leisure playground for the working class, and then pitch it from London to Lapland with marketing strategies that still seem incredible even today. Did it all really happen?

