

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

BOXOFFICE

www.e-uesse.it

ANNO XXV - N. 8 - 30 MAGGIO 2021

ESTERO

La Spagna resiste
in pandemia

RICERCHE

L'entertainment
secondo MPA

Massimiliano Orfei

UNA NUOVA VISION

IL NEO AMMINISTRATORE DELEGATO DI VISION DISTRIBUTION CREDE
NELLA RIPARTENZA, IN UNA REGOLAMENTAZIONE CONDIVISA SULLE WINDOW,
E PUNTA A CONQUISTARE IN TEMPI BREVI LA LEADERSHIP DISTRIBUTIVA
DEL CINEMA ITALIANO

LA MAMMA ESAUDIRÀ
TUTTI I TUOI INCUBI

★★★★★
"IMPOSSIBILE DISTOGLIERE
LO SGUARDO"
HOLLYWOOD REPORTER

S A R A H P A U L S O N

RUN

SI PRENDERÀ CURA ANCHE DI TE

LIONSGATE PRESENTA UNA PRODUZIONE SEARCH PARTY "RUN" SARAH PAULSON PER LA PRIMA VOLTA SULLO SCHERMO KIERA ALLEN CASTING RICH A. DELIA, CSA MUSICA TORIN BORROWDALE
COSTUME HEATHER NEALE MONTAGGIO NICK JOHNSON & WILL MERRICK SCENOGRAFIA JEAN-ANDRÉ CARRIÈRE DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA HILLARY FYFE SPERA PRODOTTO DA NATALIE QASABIAN, p.g.a. SEV OGHANIAN
SCRITTO DA ANEESH CHAGANTY & SEV OGHANIAN DIRETTO DA ANEESH CHAGANTY



DA GIUGNO AL CINEMA

LO SCOTTANTE TEMA DELLA WINDOW



Ma come oggi il panorama delle window è stato così fluido e dai contorni nebulosi. La pandemia ha gettato l'industria cinematografica mondiale in una spirale di incertezza e immobilità, creando le condizioni ideali per sperimentazioni che in tempi "normali" sarebbero state impossibili. In questi tempi di chiusura forzata del cinema, i grandi studios hanno dovuto accelerare trasformazioni già profetizzate, testando così nuovi modelli di business: dal lancio delle loro piattaforme streaming, a new release in contemporanea sul grande schermo e in streaming. Addirittura, alcuni hanno siglato accordi con i principali circuiti cinematografici americani (e inglesi) per beneficiare di windows theatrical ridotte. Stiamo parlando di finestre con range variabili tra i 30

e i 45 giorni, a seconda della forza dei film e delle strategie dei singoli studios. E anche se le major continueranno a immettere prodotto sulle piattaforme (per lo meno finché non sarà arginata l'emergenza sanitaria), sembra chiaro l'intento di voler difendere l'esperienza cinematografica attraverso finestre di esclusiva theatrical. Certamente la sala va tutelata e non può soccombere a uscite in contemporanea al cinema e on demand, o a intervalli troppo compressi. Perché se è vero che la maggior parte dei titoli esaurisce la sua corsa entro le prime tre settimane di programmazione, è altrettanto vero che nella catena del valore è il grande schermo a fare da cassa di risonanza al film. In questo senso si rende necessaria una autoregolamentazione tra ogni attore della filiera, valida per tutti e senza distinzioni. E questa larga intesa dovrà avvenire a livello internazionale, non potrà essere solo una battaglia dei singoli Paesi. Andrà trovato il giusto equilibrio nell'era post-pandemia, che tenga conto di tutte le trasformazioni in corso. Certo non si potrà tornare alle "vecchie" window e, probabilmente, si dovranno fare i conti con finestre tra i 45 e i 60 giorni. Ma bisogna affrettarsi a discuterne attivamente nei prossimi mesi, così da trovare una quadra il prima possibile su questo tema così scottante.

di Paolo Sinopoli

12

COVER STORY UNA NUOVA VISION

Ripartenza, window e rilancio dell'estate. Le sfide di Massimiliano Orfei, neo amministratore delegato di Vision Distribution



6

NEWS

20

ESTERO

SPAGNA, ANCHE GLI EROI PIANGONO

Uno sguardo al grande sforzo dei cinema nel Paese iberico che, unici in Europa, sono rimasti (quasi) sempre aperti nonostante la pandemia

20



28

RICERCHE

2020: TRACOLLO DEL THEATRICAL E BOOM DELLO STREAMING

Tutti i dati del mercato audiovisivo mondiale nell'anno della pandemia secondo il report della Motion Picture Association

36

COVENTION

A RIVEDER LE STELLE... CON RAI CINEMA

L'amministratore delegato Paolo Del Brocco presenta la ricchissima lista dei film pronti, in lavorazione e in sviluppo prodotti dalla società italiana

40

REPORTAGE

DIARIO DALLE GIORNATE PROFESSIONALI DI CINEMA RELOAD

Tutti i protagonisti dell'evento industry che si è tenuto online dal 4 al 5 maggio

44

PREMI

DAVID, UNA FESTA PER LA RIPARTENZA

La cerimonia dei Premi David di Donatello è stato un momento importante per salutare con ottimismo la ripresa del cinema italiano

46

SCENARI

OSCAR, IL VENTO SOFFIA A ORIENTE

La comunità asiatica sta diventando sempre più protagonista agli Academy Awards. E non solo lì

Anno XXV N.8
30 MAGGIO 2021

Direttore responsabile

Vito Sinopoli

Responsabile di redazione Paolo Sinopoli

Redazione Valentina Torlaschi

Hanno collaborato Andrea Piersanti,

Ilaria Ravarino, Elena Scifi

Grafica e fotolito Emmegi Group Milano

Coordinamento tecnico Paola Lorusso

plorusso@e-duesse.it

Traffico Elisabetta Pifferi

elisabetta.pifferi@e-duesse.it

Informativa resa ai sensi degli articoli 13 - 14

Regolamento UE 2016 / 679 GDPR

(General Data Protection Regulation)

Duesse Communication Srl, Titolare del trattamento dei dati personali, liberamente conferiti per fornire i servizi indicati. Per i diritti cui agli articoli 13 - 14 Regolamento UE 2016 / 679 e per l'elenco di tutti gli addetti al trattamento, rivolgersi al Responsabile del trattamento che è il Titolare di Duesse Communication Srl - Viale Giulio Richard, 1 - Torre A - 20143 Milano. I dati potranno essere trattati da addetti incaricati preposti agli abbonamenti, al marketing, all'amministrazione e potranno essere comunicati a società esterne, per le spedizioni della rivista e per l'invio di materiale promozionale.

Pubblicazione quindicinale 16 numeri all'anno

- Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale -

D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n°46) art. 1, comma 1,

DCB Milano Reg. Trib. Milano n. 238 del 7/5/94 -

Iscrizione Registro Nazionale della Stampa

n. 9380 del 11/4/2001 - ROC n. 6794

Stampa GalliThierry Stampa srl, Milano

Prezzo di una copia 1,55 euro (prezzo fiscale)

Arretrati 7,55 euro + spese postali

Abbonamento 25 euro via ordinaria

Copyright Tutti i diritti sono riservati.

Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti. La redazione si è curata di ottenere il copyright delle immagini pubblicate, nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spettanze.

DUESSE COMMUNICATION S.r.l.

Viale Giulio Richard, 1 - Torre A - 20143 Milano

Tel. 02.277961 - Fax 02.27796300

Questo numero di Box Office

è stato chiuso in redazione il 14 maggio 2021

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA DI SETTORE

SCOPRI COME ABBONARSI A BOX OFFICE



Scopri tutte le offerte di abbonamento su:

<http://abbonamenti.e-duesse.it/>

servizioabbonamenti@e-duesse.it

Tel. 02/277961



STAMPATO SU CARTA PRODotta CON CELLULOSE SENZA CLORO GAS PROVENIENTI DA FORESTE CONTROLLATE E CERTIFICATE, NEL RISPETTO DELLE NORMATIVE ECOLOGICHE VIGENTI



BOX OFFICE
SI PUÒ SFOGLIARE
SU SMARTPHONE
E TABLET
IOS E ANDROID

ANDATE NEGLI STORE DEI VOSTRI DEVICE E SCARICATE L'APP GRATUITA:

SARETE, COSÌ, SEMPRE PUNTUALMENTE INFORMATI, DOVE E QUANDO VORRETE.

CI SONO DIVERSI MODI DI LEGGERE BOX OFFICE. SCEGLIETE IL VOSTRO





VINCITORE AI DAVID DI DONATELLO

FAVOLACCE

DEI FRATELLI D'INNOCENZO

MIGLIOR MONTAGGIO | ESMERALDA CALABRIA



VINCITORE AI DAVID DI DONATELLO

FIGLI

REGIA DI GIUSEPPE BONITO

MIGLIORE SCENEGGIATURA ORIGINALE | MATTIA TORRE



VINCITORE AI DAVID DI DONATELLO

MI CHIAMO FRANCESCO TOTTI

DI ALEX INFASCELLI

MIGLIOR DOCUMENTARIO



VINCITORE AI DAVID DI DONATELLO

18 REGALI

DI FRANCESCO AMATO

DAVID GIOVANI

UNIVERSAL ITALIA, XAVIER ALBERT SARÀ IL MANAGING DIRECTOR



© Olivier Vigeirie/Courtesy of Universal Italia

Con l'uscita a luglio di Richard Borg, che ha guidato la major per oltre 30 anni, Xavier Albert prenderà il timone di Universal Pictures International Italia nel ruolo di Managing Director, restando alla guida di Universal Pictures International France. Nei prossimi mesi Xavier Albert e Richard Borg lavoreranno fianco a fianco per agevolare il passaggio di testimone. Prima di approdare a Universal, il nuovo Managing Director è stato executive a Netflix e Disney in Francia. «Sono estremamente contento di poter studiare e approfondire la mia conoscenza del mercato italiano, come non vedo l'ora di iniziare a lavorare con la squadra UPI per sviluppare nuove opportunità di crescita», ha dichiarato Xavier Albert. «Il mio obiettivo è di entrare al più presto in una sala italiana e potermi confrontare con le figure chiave del mercato».

SONY, ACCORDO PLURIENNALE CON NETFLIX E DISNEY

Disney ha siglato un importante accordo pluriennale con Sony Pictures sullo sfruttamento in streaming e in Tv dei film di quest'ultima, valido nel solo territorio statunitense. L'intesa include tutte le nuove uscite cinematografiche targate Sony dal 2022 al 2026. Il deal comprende, oltre allo sfruttamento sulla piattaforma Disney+, anche tutti gli altri canali Tv della major, ovvero ABC, Freeform, FX Networks, Hulu. Nell'accordo rientrano sia le nuove release di Sony, sia la library dello studio. Ma l'accordo con Disney segue quello siglato qualche giorno prima tra Sony e Netflix. Quest'ultimo prevede un'esclusiva sulla piattaforma di Los Gatos delle nuove produzioni Sony Pictures, sempre a partire dal 2022, dopo 18 mesi dalla loro uscita in sala. I film Sony, quindi, arriveranno su Disney+ e sugli altri canali Disney solo dopo il passaggio su Netflix (al momento non è ancora chiara la durata della finestra di sfruttamento su quest'ultima).



© Getty Images

LA GIUSTA DISTANZA

Una rubrica di Andrea Piersanti



Documentari, gioie e dolori

Peccato veramente per *Notturmo*, il capolavoro di Gianfranco Rosi. A consolarci rimane la consapevolezza che la sua esclusione dalla corsa per gli Oscar è il frutto di calcoli matematici e non di valutazione critica. Combatteva con i budget stellari dei documentari prodotti da Netflix e compagni. La scandalosa censura dell'Accademia di Los Angeles per il suo film deve però indurci finalmente a una riflessione. A 360 gradi. Il documentario è da sempre il vero asse portante del linguaggio cinematografico italiano di qualità. La nostra capacità di raccontare il reale ha fatto scuola in tutto il mondo. Da Pier Paolo Pasolini a Gianfranco Rosi, da Roberto Rossellini a Costanza Quatriglio. E l'elenco è lungo. Dobbiamo allora concentrare energie e risorse per far uscire il documentario vero e proprio dalla zona d'ombra nella quale è stupidamente confinato da anni. Agli autori, d'altra parte, serve uno scatto d'orgoglio. Molti progetti infatti sono debitori del linguaggio Tv e sembrano sottovalutare le esigenze peculiari del grande schermo. Nel rispetto della policromicità che ha caratterizzato la produzione italiana fino ad adesso, dobbiamo capire quindi dove costruire dei veri e propri laboratori del linguaggio cinematografico del reale. La scuola di Palermo è il primo porto franco ma mancano delle energie produttive. Cinecittà, invece, potrebbe (e dovrebbe) diventare finalmente, insieme con Rai Cinema (produttore generoso e pluralista), il vero hub del documentario italiano del domani. Che aspettiamo?

ISPIRATO ALLA STORIA VERA CHE HA EMOZIONATO IL MONDO

La Candidata all'Oscar®
NAOMI WATTS

ANDREW LINCOLN

Il Candidato all'Oscar®
JACKI WEAVER

PENGUIN BLOOM



Tratto dal bestseller
PENGUIN BLOOM
edito in ITALIA da

FABBRI
EDITORI

PROSSIMAMENTE AL CINEMA

SCREEN AUSTRALIA PRESENTA IN ASSOCIAZIONE CON ENDEAVOR CONTENT ROADSHOW FILMS E CREATE NSW A MADE UP STORIES JAM TARTS FILMS UNA PRODUZIONE BROADTALK
NAOMI WATTS ANDREW LINCOLN E JACKI WEAVER "PENGUIN BLOOM" RACHEL HOUSE LEEANNA WALSMAN LISA HENSLEY PER LA PRIMA VOLTA GRIFFIN MURRAY-JOHNSTON FELIX CAMERON ABE CLIFFORD-BARR
CASTING KIRSTY MCGREGOR CON STEVIE RAY ORA ADDESTRATORE PAUL MANDER SUPERVISORE VFA JAY HAWKINS TRUCCO E DEBORAH LANSER COSTUMI JOANNA MAE PARK SCENOGRAFIA ANNIE BEAUCHAMP
MUSICHE MARCELO ZARVOS MONTAGGIO MARIA PAPOUTSIS DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA SAM CHIPLIN PRODUTTORI SONIA AMOROSO GEORGE KEKELI MERYL METNI RICCI SWART SAM BLOOM CAMERON BLOOM BRADLEY TREVOR GRIEVE
JOEL PEARLMAN EDWINA WADDY JILL BILCOCK PRODUTTORI BARBARA GIBBS JASON DE BEER PRODOTTO DA EMMA J. COOPER P.G.A. BRUNA PAPANDREA P.G.A. STEVE HUTENSKY P.G.A. JODI MATTERSON P.G.A. NAOMI WATTS P.G.A.
TRATTO DAL ROMANZO DI CAMERON BLOOM E BRADLEY TREVOR GREIVE SCRITTO DA SHAUN GRANT E HARRY CRIPPS DIRETTO DA GLENDYN IVIN

© 2020 Penguin Bloom Film Holdings Pty Ltd, Create NSW and Screen Australia

sky cinema



ENDEAVOR CONTENT



LUCKY RED

FRANCESCHINI FIRMA IL NUOVO "DECRETO FINESTRE"



©Stock

Il Ministro della cultura Dario Franceschini ha firmato il nuovo "decreto finestre" che reintroduce l'obbligo di uscita in sala per i film che ricevono contributi dallo Stato. Con questa misura, fino al 31 dicembre 2021 i film potranno approdare sulle piattaforme streaming e in televisione dopo 30 giorni dalla prima proiezione al cinema. Inoltre, il decreto prevede la validità degli accordi che gli operatori hanno siglato con le piattaforme prima del 2 maggio 2021, ossia nel periodo in cui, a causa della chiusura delle sale, è stato temporaneamente sospeso l'obbligo di uscita in sala come preconditione per la distribuzione in piattaforma. «In questa fase di ripartenza delle attività - ha dichiarato Franceschini - è fondamentale sostenere le sale cinematografiche e allo stesso tempo riequilibrare le regole per evitare che il cinema italiano sia penalizzato rispetto a quello internazionale».

CINECITTÀ, MACCANICO E SBARIGIA AI VERTICI



© Erica Fava/Photomovie

Novità ai vertici di Cinecittà. Il Consiglio di Amministrazione ha nominato Nicola Maccanico nel ruolo di amministratore delegato e Chiara Sbarigia in quello di presidente. Maccanico lascia così la doppia posizione di responsabilità come Executive VP Programming di Sky Italia e Ceo di Vision Distribution, mentre Sbarigia lascia la carica di direttrice generale di Apa - Associazione produttori audiovisivi e di presidentessa di Apa Service. Maccanico sarà chiamato a supervisionare anche il nuovo piano di espansione della società pubblica per raddoppiare gli spazi degli studios, voluto dal ministro Franceschini, grazie al coinvolgimento di Cassa Depositi e Prestiti. Confermati nel Cda Goffredo Maria Bettini, Federico Bagnoli Rossi e Annalisa De Simone.



Courtesy of APA

BREVISSIME

- GLI INCONTRI DEL CINEMA D'ESSAI, ORGANIZZATI DA FICE, SI TERRANNO A MANTOVA DAL 27 AL 30 SETTEMBRE
- ALICE NELLA CITTÀ, ANEC, ANICA, UNITA, PREMI DAVID DI DONATELLO E 100AUTORI PROMUOVONO L'EVENTO DI MEZZA ESTATE *NOTTI BIANCHE DEL CINEMA*
- LUCIANO STELLA HA LASCIATO IL RUOLO DI AD DEL CIRCUITO STELLA FILM PER DEDICARSI A TEMPO PIENO ALLA SUA SOCIETÀ DI PRODUZIONE MAD ENTERTAINMENT
- CATTLEYA LANCIA CATTLEYA PRODUCCIONES, UNA NUOVA DIVISIONE DEDICATA ALLA PRODUZIONE SCRIPTED IN SPAGNA

GRANDE

SCHERMO

GRANDE

ESTATE

I WONDER PICTURES FESTEGGIA LA RIAPERTURA CON
CINQUE NUOVI TITOLI IMPERDIBILI SCELTI PER UN'ESTATE
ALL'INSEGNA DELLA LEGGEREZZA

AGENTE SPECIALE

AL SERVIZIO DELLA REPUBBLICA

117



**MISSIONE
CAIRO**

**DAL 1 LUGLIO
AL CINEMA**



**MISSIONE
RIO**

**DAL 29 LUGLIO
AL CINEMA**



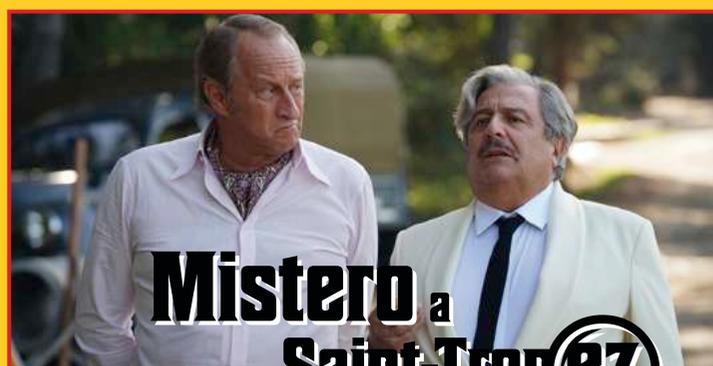
**ALLERTA ROSSA
IN AFRICA NERA**

**DAL 12 AGOSTO
IN ANTEPRIMA E
DA OTTOBRE AL CINEMA**



Mandibules
Due uomini e una mosca

DAL 17 GIUGNO AL CINEMA



**Mistero a
Saint-Trop**

PROSSIMAMENTE AL CINEMA

Rai Cinema

**SI CONGRATULA
CON GLI AUTORI, GLI INTERPRETI,
I PRODUTTORI E TUTTI I PREMIATI
AI DAVID DI DONATELLO 2021.**

**RAI CINEMA, SEMPRE AL FIANCO
DEL CINEMA ITALIANO.**



ACCADEMIA
DEL CINEMA
ITALIANO

PREMI DAVID
DI DONATELLO

MIGLIOR FILM
VOLEVO NASCONDERMI

MIGLIORE REGIA
Giorgio Diritti
VOLEVO NASCONDERMI

MIGLIORE REGISTA ESORDIENTE
Pietro Castellitto
I PREDATORI

**MIGLIORE SCENEGGIATURA
NON ORIGINALE**
Marco Pettenello, Gianni Di Gregorio
LONTANO LONTANO

MIGLIORE PRODUTTORE
Marta Donzelli e Gregorio Paonessa per Vivo
Film con Rai Cinema, Joseph Rouschop e Valérie
Bournonville per Tarantula Belgique
MISS MARX

MIGLIORE ATTORE PROTAGONISTA
Elio Germano
VOLEVO NASCONDERMI

**MIGLIORE AUTORE
DELLA FOTOGRAFIA**
Matteo Cocco
VOLEVO NASCONDERMI

MIGLIORE COMPOSITORE
Gatto Ciliegia contro il Grande Freddo
Downtown Boys
MISS MARX

MIGLIORE SCENOGRAFIA
Ludovica Ferrario, Alessandra Mura, Paola Zamagni
VOLEVO NASCONDERMI

MIGLIORE COSTUMISTA
Massimo Cantini Parrini
MISS MARX

MIGLIORE TRUCCATORE
Luigi Ciminelli, Andrea Leanza, Federica Castelli
HAMMAMET

MIGLIORE ACCONCIATORE
Aldo Signoretti
VOLEVO NASCONDERMI

MIGLIORE MONTATORE
Esmeralda Calabria
FAVOLACCE

MIGLIOR SUONO
Carlo Missidenti, Filippo Toso, Luca Leprotti,
Marco Biscarini, Francesco Tumminello
VOLEVO NASCONDERMI

MIGLIOR DOCUMENTARIO
MI CHIAMO FRANCESCO TOTTI
di Alex Infascelli

MIGLIOR CORTOMETRAGGIO
ANNE
di Domenico Croce, Stefano Malchiodi

MIGLIOR FILM STRANIERO
1917
di Sam Mendes

DAVID GIOVANI
18 REGALI
di Francesco Amato

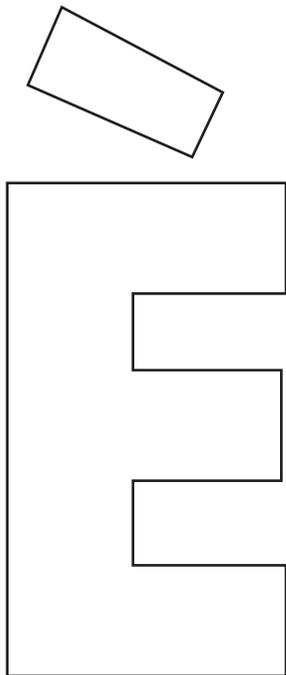
UNA NUOVA VISION

CREDE FORTEMENTE NELLA RIPARTENZA, IN UNA REGOLAMENTAZIONE CONDIVISA DELLE WINDOW, NEL RILANCIO DELL'ESTATE. E PUNTA A CONQUISTARE IN TEMPI BREVI LA LEADERSHIP DISTRIBUTIVA DEL CINEMA ITALIANO. TANTE LE SFIDE DEL NUOVO AMMINISTRATORE DELEGATO DI VISION DISTRIBUTION, MASSIMILIANO ORFEI, CHE PRESENTA ANCHE L'AMBIZIOSO LISTINO DELLA SOCIETÀ

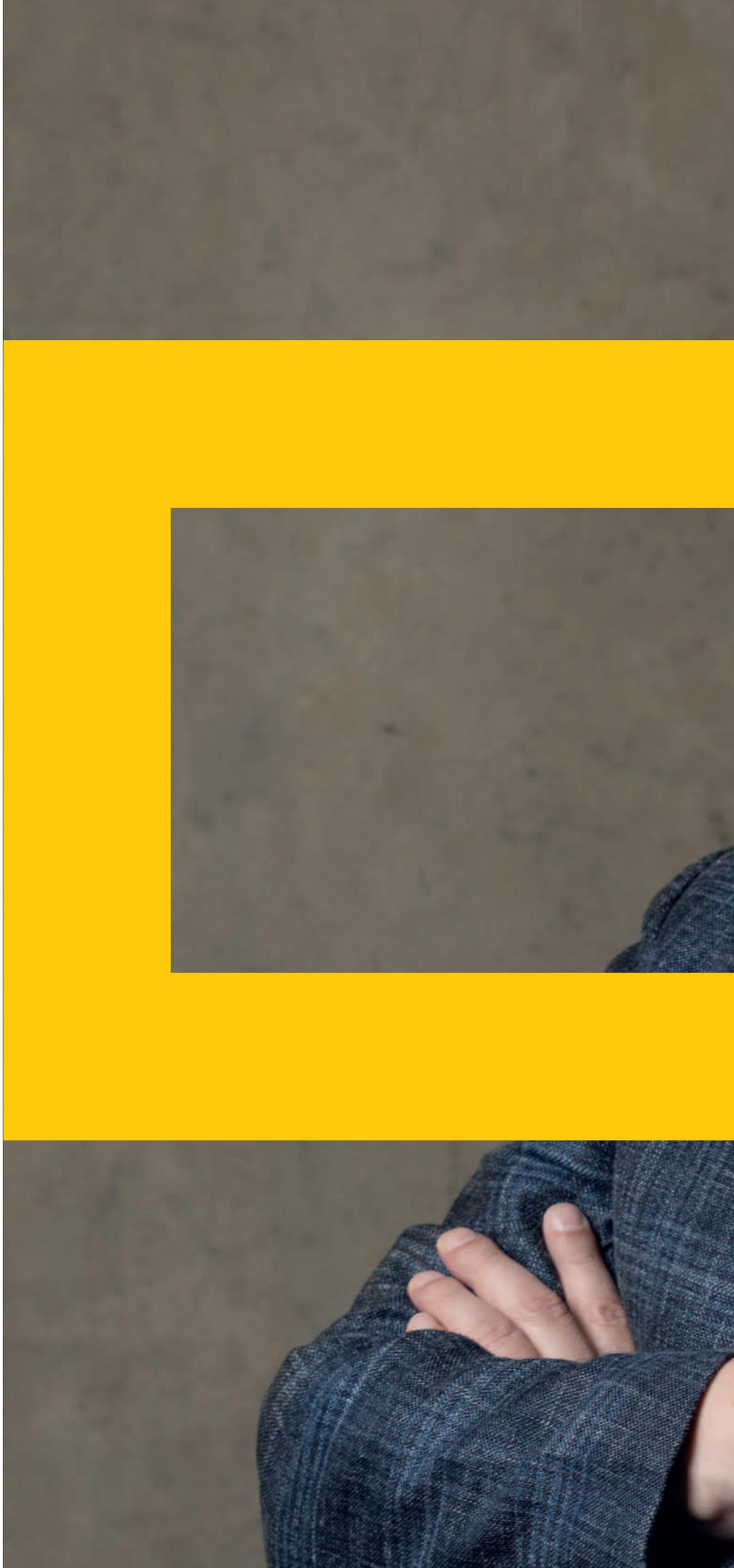
di **Paolo Sinopoli** - Foto di **Riccardo Ghilardi**



© Riccardo Ghilardi (3), Courtesy of Vision Distribution (7)



all'insegna della continuità la recente nomina di Massimiliano Orfei alla guida di Vision Distribution in veste di amministratore delegato. In questi anni di attività, il manager ha accompagnato l'ex Ceo Nicola Maccanico (oggi ad di Cinecittà) nello sviluppo, nella crescita e nel consolidamento di una società che ha saputo conquistarsi un ruolo autorevole nel panorama produttivo e distributivo del cinema italiano. In brevissimo tempo, infatti, Vision è arrivata a competere con i maggiori player, raggiungendo ambiziose vette al box office e ottenendo prestigiosi premi ai festival internazionali, con una particolare attenzione verso i nuovi talenti. L'investitura di Orfei è stata, quindi, l'esito naturale di un cammino iniziato quattro anni fa e che prosegue con entusiasmo ancora oggi. Il CdA ha riposto in lui tutte le sue speranze e ora il manager si prepara ad affrontare uno dei momenti più delicati della storia di Vision, segnato dalla delicata fase della ripartenza e dal rilancio del cinema italiano. Eppure Orfei non teme il futuro, come ha confermato in occasione della sua nomina: «L'obiettivo è uscire molto velocemente e più forti di prima da una crisi che ha messo a dura prova la tenuta del sistema, nella consapevolezza che le profonde trasformazioni che sta subendo la nostra industria rappresentano non una minaccia ma una straordinaria opportunità di crescita».





È pronto per questo nuovo capitolo professionale alla guida di Vision Distribution?

Sono davvero orgoglioso che il consiglio di amministrazione, nel quadro di una compagine estremamente variegata, composta dal socio di maggioranza Sky e da cinque produttori del calibro di Cattleya, Indiana, Lucisano Media Group, Palomar e Wildside, abbia deciso all'unanimità di affidarmi questa grande responsabilità. È una nomina all'insegna della continuità del lavoro iniziato e portato avanti da Nicola Maccanico in questi quattro anni di attività. Il nostro obiettivo per i prossimi anni? Guadagnare in tempi brevi la leadership distributiva del cinema italiano. Un compito non facile, vista la forte competizione sul campo, ma ci piacciono le sfide e abbiamo tutte le carte in regola per raggiungere questo ambizioso traguardo. Nel 2019 abbiamo sfondato al box office il muro dei 30 milioni di euro, totalizzati quasi esclusivamente con prodotto italiano. L'anno scorso eravamo partiti molto forte con *18 regali* e *Figli*, per poi subire una brusca battuta di arresto a causa della pandemia; avevamo un target di incasso complessivo che si avvicinava ai 40 milioni. Purtroppo il 2021 sarà inevitabilmente un anno di transizione, ma il nostro disegno è quello di tornare ai vertici del box office del cinema italiano nel 2022.

Sin da subito Vision ha creduto fortemente in questa ripartenza.

Sì, abbiamo affrontato questa ripartenza con grande coraggio. Il 6 maggio siamo usciti in sala con *Rifkin's Festival* di Woody Allen, nonostante il coprifuoco alle ore 22 e gran parte dei cinema ancora chiusi. Ci siamo assunti un rischio calcolato, specialmente contando che si tratta di una coproduzione italiana con Wildside e che il film avrebbe incassato 3-4 milioni di euro in un mercato "normale". Ma volevamo lanciare un segnale chiaro a tutto il settore: Vision Distribution c'è e non ha paura di osare. Siamo convinti che il film ha un lungo percorso in sala davanti a sé e che farà molto bene.

Avete posizionato anche diversi titoli nei mesi successivi. Ci può presentare la vostra offerta estiva ? >



Tra le prossime uscite cinematografiche di Vision Distribution figurano titoli molto attesi come la commedia romantica *Lasciarsi un giorno a Roma* di e con Edoardo Leo (sopra), la commedia di e con Alessandro Siani *Chi ha incastrato Babbo Natale?* (a destra), *Come un gatto in tangenziale - Ritorno a Coccia di Morto* di Riccardo Milani (sotto), sequel con la coppia Paola Cortellesi e Antonio Albanese, e il nuovo film dei fratelli D'Innocenzo, *America Latina* (a sinistra), con protagonista Elio Germano



Stiamo cercando di costruire un'offerta sempre più generalista ed eterogenea, in grado di dialogare con tutti i generi e i target di pubblico. Il nostro obiettivo strategico è quello di dar vita a un corposo listino di 18-20 film all'anno, composto prevalentemente da cinema italiano. Il 20 maggio siamo usciti in sala con *Morrison*, un film teen firmato da un grande musicista come Federico Zampaglione che torna alla regia, con un target molto verticale. Il 2 giugno sarà la volta di *Tutti per Uma*, opera prima di Susy Laude, una commedia per famiglie molto divertente. Nel corso dell'estate distribuiremo circa 10 film, che faremo uscire fino alla prima metà di agosto, tra i quali mi piace citare *Il mostro della cripta* di Daniele Misischia, prodotto dai Manetti Bros., con uno straordinario Lillo; una horror comedy originale a cui teniamo molto e che vorremmo portare in sala nel mese di agosto. La nostra punta di diamante è indubbiamente *Come un gatto in tangenziale - Ritorno a Coccia di Morto* di Riccardo Milani, sequel con la coppia Paola Cortellesi e Antonio Albanese. Per questo progetto abbiamo in programma una campagna di lancio senza precedenti e ci aspettiamo un successo straordinario in termini di box office. Al momento siamo orientati a distribuirlo a fine agosto, nello slot distributivo storicamente occupato dai grandi family americani, anche se tutto dipenderà dall'evolversi delle condizioni di mercato. Vogliamo bissare, e se possibile superare, il successo di box office del primo film. Questo è l'obiettivo. Se ci sono le condizioni per raggiungere i risultati che vogliamo, di comune accordo con produttore e talenti, non ci tireremo indietro.

Secondo lei il pubblico si è disaffezionato in oltre un anno di pandemia, o ha voglia di tornare al cinema?

Non solo sono convinto che non assisteremo a una disaffezione del pubblico, ma sono altresì convinto che registreremo una crescita significativa degli incassi nei prossimi due o tre anni, superando una stasi che dura da quasi 20 anni. Con il progressivo allentamento delle restrizioni e una maggiore tranquillità dovuta ai benefici della campagna vaccinale, il mercato si riprenderà più velocemente del previsto.

Quali sono le sfide che il mercato cinematografico dovrà affrontare per tornare in breve tempo a pieno regime?

Fondamentale sarà la presenza di prodotto: i distributori non devono esitare e non possono attendere che il mercato torni a pieno regime. È il momento di gettare il cuore oltre l'ostacolo, portando film in sala il prima possibile, senza temere la stagione estiva. Ma è essenziale anche una politica di sostegno pubblico, indispensabile per accompagnare il coraggio dei distributori, perché sono in gioco investimenti importanti e dobbiamo muoverci con grande attenzione. Infine, va trovato un equilibrio sul tema delle window a livello di sistema.

A proposito di window, come giudica il recente "decreto finestre" firmato dal Ministero della Cultura?

Lo interpreto come il tentativo di trovare una soluzione al problema della disparità di trattamento tra il prodotto americano, non soggetto a regolamentazioni, e quello italiano, vincolato alla finestra di 105 giorni del decreto Bonisoli. Ritengo che il Ministro abbia agito con il migliore degli intenti. Questa misura deve essere da stimolo per tutti noi, distributori, produttori, esercenti e associazioni di categoria, per fare una riflessione comune e raggiungere un accordo condiviso. Vista la forte presenza industriale del cinema italiano nel nostro mercato, si rende necessaria una regolamentazione uniforme per tutte le parti. Il modello francese potrebbe essere di ispirazione, vive di accordi tra le categorie maggiormente rappresentative che vengono poi recepiti dal Governo con valore di legge. E quindi sono regole che valgono per tutti. Certo, il mondo consuma prodotto audiovisivo sempre più velocemente e una finestra di 105 giorni è ormai anacronistica. Ma ogni decisione va presa attraverso intese largamente condivise.

Quindi ritiene che sia inevitabile un accorciamento definitivo delle window?

Penso di sì, ma con i dovuti accorgimenti. Innanzitutto, non credo sia eliminabile una finestra di esclusiva per la sala. Sono convinto che la sala debba sempre avere un periodo temporale

di protezione rispetto a qualunque altro sfruttamento. A maggior ragione in futuro. Poi andranno certamente definite tempistiche equilibrate. Ma il day-and-date, così come una window troppo corta, a mio avviso non è un modello economico in grado di massimizzare il valore di un titolo. In assenza di una regolamentazione adeguata, rischiamo di doverci fare strada in una sorta di giungla. Lo abbiamo visto durante questa ripartenza con *Nomadland*, uscito in contemporanea al cinema e in streaming su Disney+. In un mondo privo di regole-guida di carattere generale, valide per tutti, non potrà mai esserci una concorrenza equilibrata. Non possiamo immaginare un settore in cui il prodotto americano, che registra una quota di mercato di circa il 70%, benefici di una deregolamentazione totale sulle window. Si finirebbe per creare uno svantaggio competitivo inaccettabile per il cinema italiano. Abbiamo davanti una sfida importante che va affrontata con coraggio e razionalità, altrimenti il sistema perderà il suo baricentro.

Nell'ultimo anno, a causa della pandemia, diverse produzioni italiane sono uscite direttamente in streaming. Pensa che in futuro si consoliderà questo modello ibrido?

L'incremento dei volumi produttivi, dettato dalla domanda vorace delle piattaforme streaming, impone necessariamente un modello ibrido. L'enorme mole di prodotto audiovisivo non troverebbe il giusto spazio in sala, non ci sarebbero i numeri per assorbire tutti i film. In questo senso credo che i player produttivi e distributivi diversifichino le proprie linee editoriali. Da una parte ci sarà il prodotto originariamente destinato alla sala, dall'altro quello destinato ad alimentare l'offerta on demand delle varie piattaforme. Oggi il distributore deve trovare una dimensione che tenga conto di tutti i fattori, non può limitarsi a produrre solo per la sala. È il mercato che impone una diversificazione.

Quali altre misure il Governo potrebbe mettere in campo per rilanciare la settima arte?

Non possiamo più sottovalutare l'annoso problema della stagionalità. >

In questo senso auspico un intervento pubblico per il rilancio dell'estate, nell'ottica di creare condizioni migliori che incentivino il distributore a investire nei mesi più caldi. Il periodo estivo vede storicamente l'assenza di prodotto italiano e vanno trovate nuove strade per invertire questa tendenza. Dobbiamo arrivare alla stagione estiva 2022 con un mercato e un prodotto più solido, soprattutto a livello di cinema italiano.

Ritiene che nel prossimo futuro il cinema italiano assisterà a un ridimensionamento del numero delle produzioni e del budget dei film?

Non credo. Anzi, mi aspetto che nei prossimi due o tre anni andremo incontro a un forte incremento dei budget e dei volumi produttivi. Oltre al mercato cinematografico, infatti, va alimentato quello delle piattaforme, che tra l'altro sono in diretta concorrenza tra loro (più che con le sale). D'altra parte, se il cinema vuole ritagliarsi un ruolo di maggior rilievo, deve poter accedere a un prodotto sempre più grande e diversificato. Questa dinamica di competizione e di crescente richiesta di prodotto audiovisivo può trasformarsi in una situazione virtuosa in grado di generare valore per tutti.

Complice lo stop forzato del cinema, mai come oggi avete in pipeline così tante produzioni terminate. Vuole darci qualche anticipazione sulle uscite di fine anno?

Nonostante siamo stati costretti a uscire in piattaforma con diversi titoli, abbiamo conservato un'enorme quantità di prodotto riservata per la sala. Oltre a *Come un gatto in tangenziale 2*, avremo il nuovo film dei fratelli D'Innocenzo, *America Latina*, con protagonista Elio Germano. Si tratta di cinema di grande qualità, impreziosito dal talento di due straordinari giovani autori, che intendiamo allargare sul piano della popolarità. Estremamente rilevante in termini di production value sarà anche il nuovo film di Paolo Virzì, *Siccià*. Due titoli il cui posizionamento dipenderà inevitabilmente dai passaggi festivalieri. Previsto per l'autunno *Promises* di Amanda Sthers, interamente girato in lingua inglese, con Pierfrancesco Favi-

no, Jean Reno e Kelly Reilly. A nutrire il listino saranno anche 3/19 di Silvio Soldini, con Kasia Smutniak, la commedia romantica *Lasciarsi un giorno a Roma* di e con Edoardo Leo, *Chi ha incastrato Babbo Natale?* di e con Alessandro Siani, e *Corro da te* di Riccardo Milani, con Pierfrancesco Favino e Miriam Leone. Infine, nell'ottica di creare nuovi talenti cinematografici, abbiamo deciso di scommettere sull'irriverente coppia comica Pio&Amedeo, che saranno protagonisti di un nuovo film. Questi sono solo alcuni dei top titles che andranno a comporre la nostra offerta – usciremo con circa 20 film da qui a fine anno – e che posizioneremo definitivamente quando sarà più chiara la competizione e lo stato del mercato.

Le distribuzioni concentreranno le uscite dei film più importanti da settembre in poi. Non pensa che così rischieremo un forte sovraccollamento?

Purtroppo è inevitabile ed è quello che accadrà. Abbiamo pochi margini di manovra e, forzando un po' il paragone, è come se due stagioni distributive si sovrapponevano. Dovremo fare i conti con un autunno/inverno – speriamo senza restrizioni – ricchissimo in termini di prodotto. La competizione sarà fortemente agguerrita. Per questo è importante iniziare a distribuire i film sin da subito, altrimenti rischieremo di farci tutti molto male.

Crede nella necessità di una campagna di lancio a sostegno della ripartenza?

Sì, sarà essenziale un'imponente campagna da costruire insieme. Anche in questo caso credo che farà la differenza il sostegno del Governo. Sarebbe importante iniziare già in estate con una comunicazione massiccia, anticipando così i tempi. Non possiamo esitare e sarà decisivo partire il prima possibile.

Cambio di poltrone ai vertici di Vision, ma anche ai vertici di Universal, con il francese Xavier Albert al posto di Richard Borg. Come descriverebbe il legame con la major?

Siamo fortemente integrati e apparteniamo tutti alla stessa famiglia, quella





di Comcast. Ma mentre Vision è focalizzata sul prodotto domestico, Universal è incentrata su quello americano. Due peculiarità difficilmente sovrapponibili. Non è mai esistita, infatti, una realtà che unisse due linee distributive così consistenti come quelle di Vision e di Universal. Collaboriamo ormai da tempo, abbiamo una partnership commerciale molto forte e siamo consapevoli delle rispettive differenze e punti di forza.

Come si è consolidato il rapporto con i vostri soci produttori in questi quattro anni?

La strategia di Vision si è rivelata una formula vincente. Mai come oggi c'è un'unità di intenti tra i soci e possiamo contare su un assetto duraturo. I nostri successi sono innanzitutto merito della forte coesione di una compagine societaria così variegata.

Negli ultimi 15 mesi avete avuto occasione di lavorare con nuovi produttori e talenti?

Non siamo mai stati arroccati sul lavoro dei soli cinque produttori soci. Lo abbiamo testimoniato sin dall'inizio con il nostro primo film distribuito al cinema, *Nove lune e mezza* di Michela Andreozzi, realizzato da società esterne. Continueremo a essere aperti a quanto offre il mercato in termini di realtà produttive e di nuovi talenti, pur mantenendo il focus principale sul prodotto dei soci. In questa direzione s'inserisce anche la nostra scommessa su artisti quali i fratelli D'Innocenzo, sul fronte della qualità, e Pio&Amedeo, sul campo della commedia.

Come commenta il caso del film di Verdone?

Il film di Carlo è stato particolarmente sfortunato nel suo percorso in sala, la cui uscita è slittata ben due volte lo scorso anno a causa della pandemia: prima a febbraio, pochi giorni prima dell'uscita, e poi a novembre. Alla fine Vision ha lasciato la distribuzione di *Si vive una volta sola* e non ha avuto voce in capitolo nella decisione di non uscire in sala. Ma posso comprendere la decisione sofferta del produttore di andare direttamente in piattaforma. Purtroppo il film è stato vittima di una malaugurata sorte.

BC

Spagna, ANCHE GLI EROI PIANGONO

È STATO L'UNICO MERCATO EUROPEO A MANTENERE (QUASI) SEMPRE APERTE LE SALE IN SEGUITO ALLA PRIMA ONDATA DI PANDEMIA. UNO SGUARDO AL GRANDE SFORZO DEI CINEMA NEL PROSEGUIRE L'ATTIVITÀ NEL PAESE IBERICO, TRA ATTI DI CORAGGIO, POCHI "SUCCESSI", INCERTEZZE E NUOVE SFIDE CHE RISCHIANO DI FRENARE LE SPERANZE

di Elena Scifi



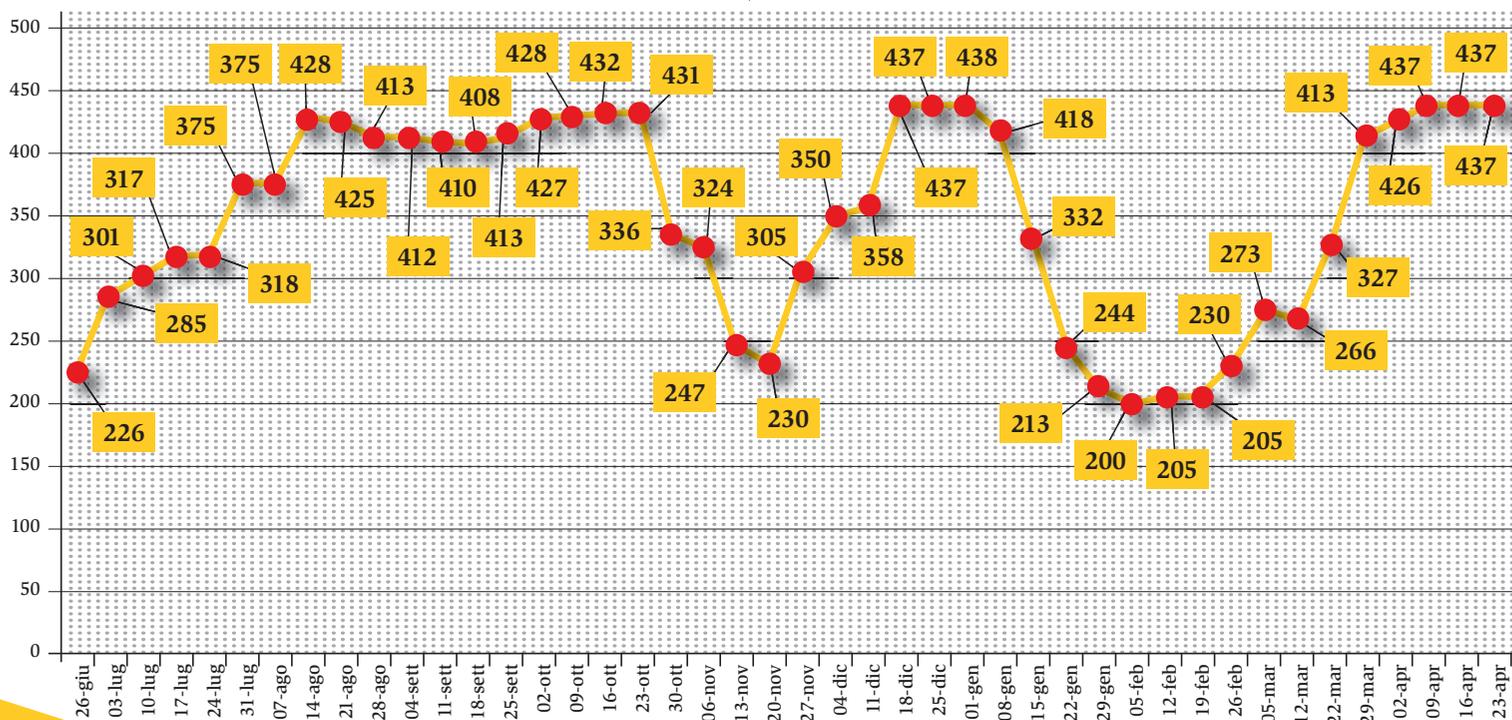
Negli ultimi mesi la Spagna si è distinta dal resto d'Europa per un fenomeno più unico che raro: i cinema aperti. Mentre in Francia, Germania, Gran Bretagna e Italia imperversavano severi lockdown con la conseguente chiusura delle sale, nel Paese iberico i cinema continuavano la loro attività, pur tra alti e bassi. A una prima occhiata potrebbe sembrare un'isola felice, eppure le difficoltà incontrate sono state molte e la situazione non sta certo migliorando. Ma procediamo per gradi. Innanzitutto va compresa la prima differenza sostanziale dall'Italia, ovvero che la pandemia è stata e viene gestita soprattutto dalle comunità autonome, ovvero i 17 territori (simili alle nostre regioni) in cui è suddiviso il Paese. Le linee guida vengono tracciate dal Governo, ma le comunità autonome hanno la massima libertà nel metterle in atto ed eventualmente nel modificarle. Di conseguenza, misure e restrizioni in corso – così come sostegni economici di natura pubblica – non sono sempre omogenee e dipendono da territorio a territorio. Nell'ultimo semestre la Spagna ha assistito a due ondate importanti di contagi che hanno raggiunto il loro picco rispettivamente a inizio novembre e a fine gennaio. Ma nonostante tutto, i cinema spagnoli sono rimasti aperti, registrando i migliori risultati al box office (poi vedremo in che misura e con quali film) proprio durante le festività natalizie e pasquali.

PICCHI DI PANDEMIA E DI BOX OFFICE

La ripartenza del cinema spagnolo è iniziata gradualmente a maggio, trainata principalmente da due titoli: *Tenet* è stato il film internazionale di maggior appeal con quasi 8 milioni di euro, ma è stata la produzione nazionale *Padre no hay más que uno 2* ad aver trascinato il box office con 13 milioni, portando la quota di mercato del cinema spagnolo al 25%. A favorire il ritorno in sala degli spettatori è stata una massiccia campagna promozionale, dal titolo «El cine es un lugar seguro» (tradotto, «Il cinema è un luogo sicuro») che, anziché puntare sulla leva del prezzo, si è focalizzata sulla sicurezza in sala. Gli spot, caratterizzati da animazioni molto colorate e da una voce narrante femminile, mo- ➤

NUMERO DEI CINEMA APERTI

Dal 26 giugno 2020 al 23 aprile 2021



Sopra, la proiezione di *La Land* in un drive-in di Bormujos, in provincia di Siviglia (foto scattata l'11 luglio 2020); sotto, una struttura del circuito Cinesa a Santiago de Compostela al suo primo giorno di riapertura (8 giugno 2020) dopo la prima ondata di pandemia



strano per immagini le misure in atto a garantire una visione serena e priva del pericolo di contagio. Un'operazione che ha colpito nel segno. I filmati sono stati costantemente trasmessi dai principali canali Tv, social e radio, infondendo nel pubblico la fiducia nelle misure di sicurezza adottate dall'esercizio. Inoltre, la campagna non si è mai interrotta e ha continuato a evolversi nel corso dei mesi, diventando un punto di forza imprescindibile nella comunicazione. Questo ha certamente agevolato l'affluenza, portando ai picchi del periodo natalizio e pasquale. Ma sempre tra alti e bassi. A fine ottobre, infatti, il box office ha iniziato a calare, e a novembre gran parte delle sale ha chiuso a causa di restrizioni imposte dalle autorità locali che hanno



Sopra, il cinema Renoir di Madrid (foto scattata l'8 gennaio 2021); sotto, il cinema Comedia di Barcellona (foto scattata il 17 luglio 2020)



portato al ritiro di diversi titoli già posizionati. Gli incassi si sono risollepati nel weekend di festa del 6-8 dicembre, data intorno alla quale hanno riaperto i cinema, totalizzando a Natale circa il 30% delle presenze del 2019, grazie a titoli quali *Wonder Woman 1984* e *Hasta el cielo*. In seguito, a febbraio 2021 hanno chiuso gran parte dei cinema (sempre a causa di una carenza di film), per poi riaprire in occasione delle feste pasquali dove è stato raggiunto il picco del 50% delle presenze del 2019 grazie a *Godzilla vs. Kong*, *Tom & Jerry* e *Nomadland*. Ora, però, la sfida si fa ancora più ardua. La curva dell'affluenza di pubblico, infatti, si alza e si abbassa in base all'offerta dei film. Ma le distribuzioni, major in primis, stanno prendendo tempo, trattenendo le loro carte migliori in attesa di una ripartenza su scala mondiale. In particolare, molto dipenderà dallo stato di salute del Nord America, da cui provengono i grandi blockbuster in attesa di uscire sul grande schermo. Non dimentichiamo, infine, che l'estate in Spagna è il periodo migliore dell'anno per il botteghino. **BO**

istock (1), Getty Images (5)

JAIME TARRAZÓN,
RAPPRESENTANTE DELLA
FEDERACIÓN DE CINES DE
ESPAÑA (FECE) PER GLI AFFARI
INTERNAZIONALI E SENIOR VICE
PRESIDENT & TREASURER DI UNIC,
FOTOGRAFA LA COMPLESSA
SITUAZIONE DELL'INDUSTRIA
CINEMATOGRAFICA SPAGNOLA

COMBATTIAMO E RESISTIAMO

Dopo la prima ondata, la Spagna è stato l'unico Paese europeo a tenere quasi sempre aperte le sale. È stata una strategia vincente?

Più che una strategia vincente è stato un atto di coraggio che ha permesso di mantenere vivo il contatto con il pubblico. Rispetto al resto d'Europa, dove i cinema hanno cercato nuove strade per sopravvivere sfruttando i sostegni pubblici o diversificando le attività, da giugno 2020 i nostri cinema sono rimasti sostanzialmente aperti. Ovviamente è stato un processo graduale: a fine

maggio una piccola parte dell'esercizio ha riaperto con una capienza del 30%, mentre verso fine giugno hanno riaperto quasi tutti al 50%. I risultati migliori sono stati raggiunti a Natale e a Pasqua, con l'80% dei cinema aperti. Non sono stati numeri incredibili, ma non possiamo lamentarci vista la difficile situazione. A novembre e, soprattutto, a febbraio la maggior parte dei cinema hanno chiuso i battenti a causa dell'assenza di prodotto. A differenza di Francia e Italia, infatti, in Spagna la maggior parte delle produzioni nazionali sono

in mano alle major, che hanno preferito rimandare l'uscita in attesa di momenti migliori. Senza film, non era possibile restare aperti. I piccoli distributori uscivano con alcuni titoli ma non bastava, perché il mercato è trainato dai film americani. Così, i circuiti principali (Cinesa, Yelmo e Kinopolis) hanno chiuso quasi tutte le loro strutture, per poi riaprire in massa il 26 marzo (con l'80% delle sale spagnole) e sfruttare un doppio weekend di feste. Ora il problema sarà sopravvivere fino a luglio se i film mancano di nuovo.

Quanto è stata importante la campagna "La cultura es segura"?

Direi che è stata fondamentale. A maggio abbiamo avviato questa grande campagna su scala nazionale per promuovere i luoghi della cultura (cinema, teatri e musei) come posti sicuri. Due mesi prima ci siamo presentati al Governo uniti e compatti come settore cultura, e l'industria cinematografica si è fatta valere con posizioni forti e coraggiose. Abbiamo spinto con successo per riaprire appena possibile, nonostante l'opposizione dei teatri che puntavano a una riapertura a fine anno usufruendo di tutte le sovvenzioni pubbliche a disposizione, cassa integrazione compresa. Il Governo ha sostenuto "La cultura es segura" con un contributo economico ma, soprattutto, attraverso importanti spazi pubblicitari sui principali media pubblici. Il grande merito di questa campagna, ancora in corso, è stato quello di portare il pubblico a percepire positivamente l'esperienza cinematografica anche in piena pandemia. Nel resto del mondo, invece, si dovrà lavorare a lungo per cambiare questa percezione nello spettatore.

Avete in programma una nuova campagna in occasione dell'uscita dei blockbuster americani?

È un argomento di discussione ed è già previsto un contributo economico in questa direzione. Al momento non è ancora stata presa nessuna decisione, ma potrebbe partire intorno a luglio, in concomitanza con i titoli più importanti.

A proposito di contributi pubblici, l'esercizio è stato sostenuto?

Qualcosa è stato stanziato, per la prima volta nel nostro settore, ma siamo molto lontani dal massiccio sostegno riservato dal Governo italiano. A giugno sono stati assegnati circa 13 milioni di euro agli esercenti spagnoli, poi incassati intorno a novembre. A questi si aggiungono misure a favore dei dipendenti come la cassa integrazione, più sostegni resi disponibili da alcune comunità autonome. Attualmente siamo in trattative per ricevere ulteriori fondi e ci sono buone possibilità, ma stiamo parlando di cifre simili a quelle stanziate lo scorso anno.



Re Felipe VI di Spagna e sua moglie Letizia acquistano un biglietto presso le casse automatiche di un cinema di Madrid (foto scattata il 18 luglio 2020)

E per quanto riguarda i sostegni a distributori e produttori?

Da marzo 2020 a fine gennaio 2021, l'ICAA (Istituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales) e il Ministero della Cultura e dello Sport hanno autorizzato l'uscita in piattaforma di produzioni nazionali che hanno ricevuto il sostegno pubblico e non sono uscite in sala.

In che modo le comunità autonome hanno gestito la pandemia?

In Spagna c'è una doppia gestione. Il Governo stabilisce le regole e poi le comunità autonome le mettono in pratica a seconda delle esigenze. Inoltre, i singoli comuni hanno ulteriore margine decisionale. È un meccanismo molto complesso, specialmente per i grandi circuiti che, possedendo strutture in molteplici territori, subiscono cambiamenti improvvisi con forti ripercussioni economiche. Ad esempio, normalmente il coprifuoco in Spagna è stato fissato alle ore 22, ma ci sono state comunità autonome che hanno spostato l'orario alle ore 18. Certamente il coprifuoco, insieme alla capienza, resta uno dei fattori più penalizzanti per i cinema.

Attualmente come fotografa la situazione dell'esercizio in Spagna?

In forte difficoltà. Alcune sale sono fallite, ma non parliamo di cinema importanti. Certamente in futuro assisteremo a trasformazioni interne, alcune strutture saranno acquistate, altre vendute. Al momento i circuiti sono in grande difficoltà finanziaria, come del resto in tutto il mondo. Molti cinema sono collocati all'interno di centri commerciali ed è dura sostenere gli af-

fitti richiesti. Speriamo arrivino presto film importanti, altrimenti sarà dura resistere.

Potremmo dire, quindi, che è innanzitutto un problema di prodotto.

Assolutamente sì. Abbiamo ormai esaurito le nostre cartucce. Almeno in Italia potete contare su una buona dose di produzioni nazionali che potrebbero sostenere la ripartenza. La vostra sfida sarà attrarre gli spettatori e riabitarli a un'esperienza rimasta a lungo in stand-by. Qui abbiamo il problema opposto: le sale sono aperte al 50% e non abbiamo film da proiettare. Il rischio è di dover attendere grandi blockbuster americani nel cuore dell'estate, sempre che non slittino ancora una volta. Ormai è una questione di sopravvivenza. Stiamo tentando di fare pressioni sulle major ma sono decisioni che vengono prese dalle case madri e molto dipenderà dal successo dell'imminente ripartenza nei principali mercati europei. Inoltre, gran parte dell'esercizio spagnolo preferisce non distribuire film che escono contemporaneamente al cinema e in piattaforma alle stesse condizioni pre-pandemia. In questo senso, in futuro sarà importante trovare un equilibrio su questo tema.

Previsioni sul futuro del cinema?

Purtroppo, in questo momento la nostra categoria è in una situazione di assoluta debolezza. Dobbiamo sperare che negli Usa si avverino le previsioni di Joe Biden su una campagna vaccinale in fase avanzata entro il 4 luglio. Finché il mercato americano non si risolleverà, difficilmente potremo ripartire a tutti gli effetti. **BC**

BIOGRAFILM FESTIVAL

INTERNATIONAL CELEBRATION OF LIVES

Regione Emilia Romagna

GRUPPO
HERA

BPER:
Banca



BIOGRAFILM.IT
#BIOGRAFILM2021



BOLOGNA
4-14 GIUGNO 2021
ONLINE SU  **mymovies.it**
IL CINEMA DALLA PARTE DEL PUBBLICO



Inquadra il
QR-Code
e scopri le
promozioni.

**QUEST'ANNO TUTTI I FILM
DI BIOGRAFILM FESTIVAL
ARRIVANO A CASA TUA!**

**SCOPRI IL PROGRAMMA SU BIOGRAFILM.IT
E PRENOTA ORA IL TUO BIGLIETTO RIDOTTO.**

media partner

IL MONDO DEL CINEMA È SU
BOXOFFICE

BIO TO B

INDUSTRY DAYS BOLOGNA
8TH EDITION 10-12 JUNE 2021

Bio to B | Industry days è l'appuntamento annuale che Biografilm Festival dedica al networking business to business tra professionisti dell'audiovisivo! L'obiettivo è promuovere e supportare le produzioni italiane ed europee di documentari character driven e biopic.

Scopri il programma di Bio to B 2021 e segui il Pitching Forum con Film Commission, producer, distribuzioni, festival, commissioning editors, project scout italiani e internazionali.

THE PLACE TO

B

BOLOGNA
ITALY



2020: TRACOLLO DEL THEATRICAL E BOOM DELLO STREAMING



TUTTI I DATI DEL MERCATO AUDIOVISIVO
MONDIALE NELL'ANNO DELLA PANDEMIA
SECONDO IL REPORT DELLA MOTION
PICTURE ASSOCIATION

di **Valentina Torlaschi**

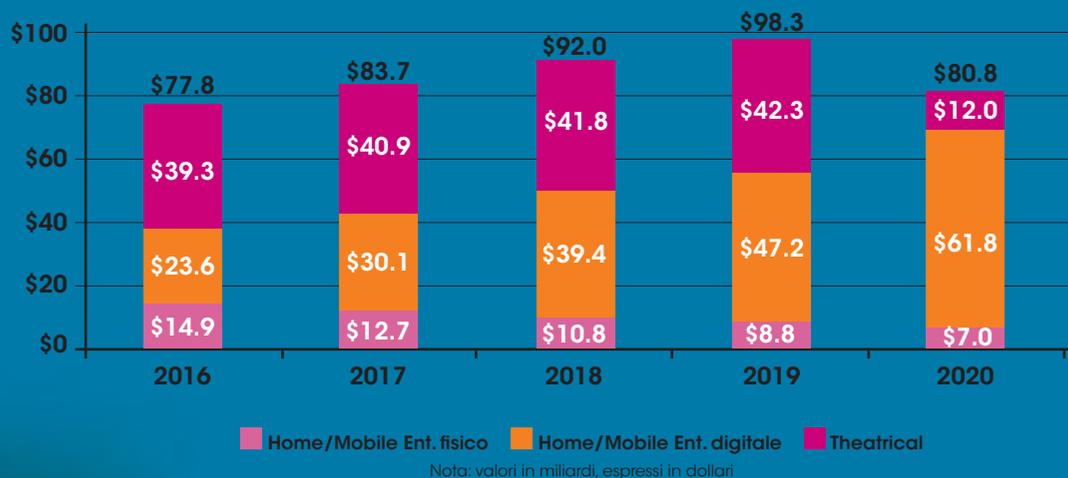
Gethyimages (1), Shutterstock (2)

“**A** grim reality”, ovvero “una tetra realtà”. Con queste lapidarie parole il presidente e Ceo della Motion Picture Association Charles Rivkin ha marchiato l’andamento del 2020 del mercato audiovisivo globale. Commen-

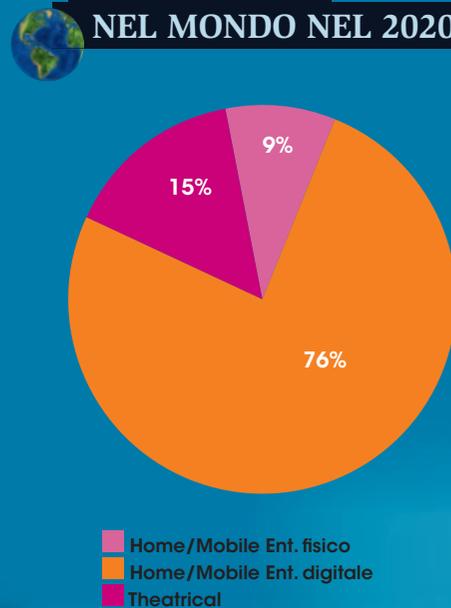
tando, nell’introduzione, i dati raccolti dalla ricerca “2020 Theme Report” redatta da MPA, Rivkin non ha potuto che prendere atto di come la pandemia abbia inferto un duro colpo al settore: dopo l’ottima performance del 2019 (con guadagni per 98,3 miliardi di dollari), il valore del mercato theatrical e dell’ho-

me/mobile entertainment nel mondo si è fermato a 80,8 miliardi di dollari e ha registrato una contrazione del 18%. Una contrazione che ha dimensioni nettamente più drammatiche se ci si limita al solo segmento theatrical: a causa della chiusura prolungata delle sale, il box office worldwide ha segnato un -72%. Il

IL MERCATO AUDIOVISIVO NEL MONDO (2016-2020)
(THEATRICAL + HOME/MOBILE ENTERTAINMENT)



VALORE % DEI SINGOLI SETTORI DEL MERCATO AUDIOVISIVO NEL MONDO NEL 2020



2020 è stato inequivocabilmente – sempre prendendo in prestito le parole di Rivkin – “un anno punitivo per le sale cinematografiche e per la nostra industria in generale”.

In questa “grim reality”, si leggono però anche dati positivi: l'intrattenimento domestico è infatti esploso, con una

crescita del settore home/mobile entertainment del 31%. Soffermandoci al solo Nord America, il video on demand ha raggiunto quota 82% del mercato audiovisivo totale di Stati Uniti e Canada.

Nel complesso, conclude Rivkin, “il nostro settore si è dimostrato ancora una volta adattabile, innovativo, resiliente.

In questo scenario così incerto, l'unico punto fermo è che il pubblico ha fame di storie, in qualsiasi forma gli siano proposte. Le sale e l'intrattenimento domestico rimangono due parti essenziali di questo settore, e sono fiducioso che le sale cinematografiche sperimenteranno un grande ritorno nei mesi a venire”.



IL MERCATO AUDIOVISIVO NEL NORD AMERICA (2016-2020)

(THEATRICAL + HOME/MOBILE ENTERTAINMENT)



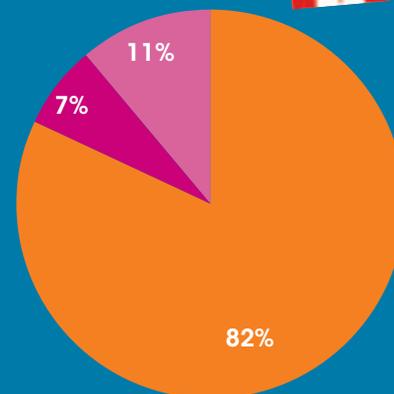
Home/Mobile Ent. fisico Home/Mobile Ent. digitale Theatrical

Nota: valori in miliardi, espressi in dollari

VALORE % DEI SINGOLI SETTORI DEL MERCATO AUDIOVISIVO

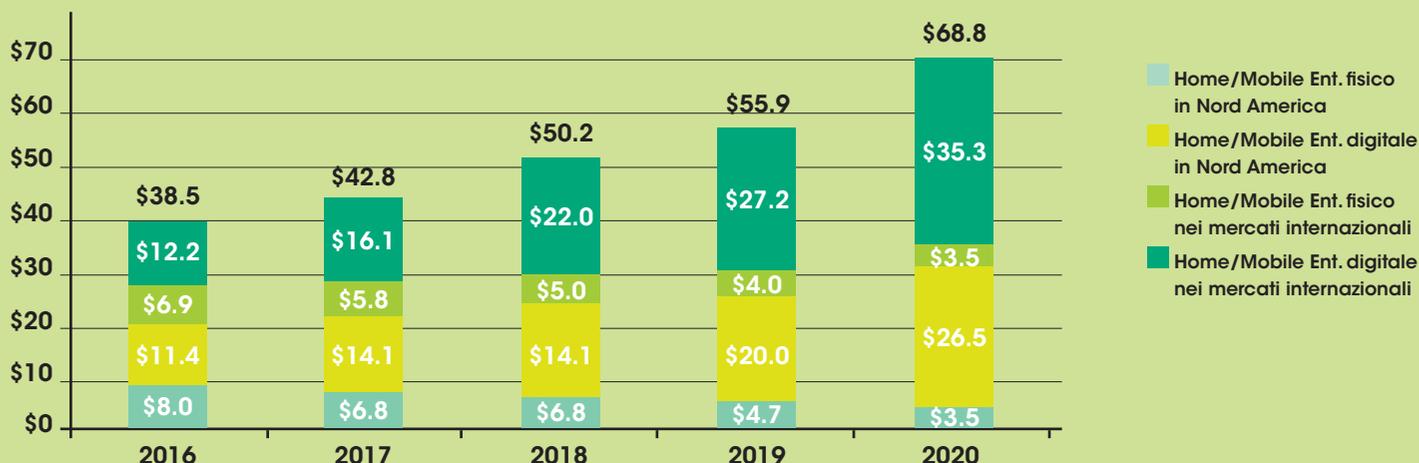
NEL NORD AMERICA (STATI UNITI E CANADA)

NEL 2020



Home/Mobile Ent. fisico Home/Mobile Ent. digitale Theatrical

VALORE DEL MERCATO DELL'HOME/MOBILE ENTERTAINMENT NEL NORD AMERICA E NEL MONDO (2016-2020)



Nel 2020 il mercato mondiale dell'home/mobile entertainment ha raggiunto un valore di 68,8 miliardi di euro; nel 2019 era di 55,9 miliardi, e solo 5 anni fa, nel 2016, era di 38,5 miliardi. Dei 68,8

miliardi del 2020, il solo segmento "digital" (ossia il video on demand e i servizi in streaming sempre più in espansione) è valso 61,8 miliardi, con una crescita del 30% rispetto all'anno precedente.

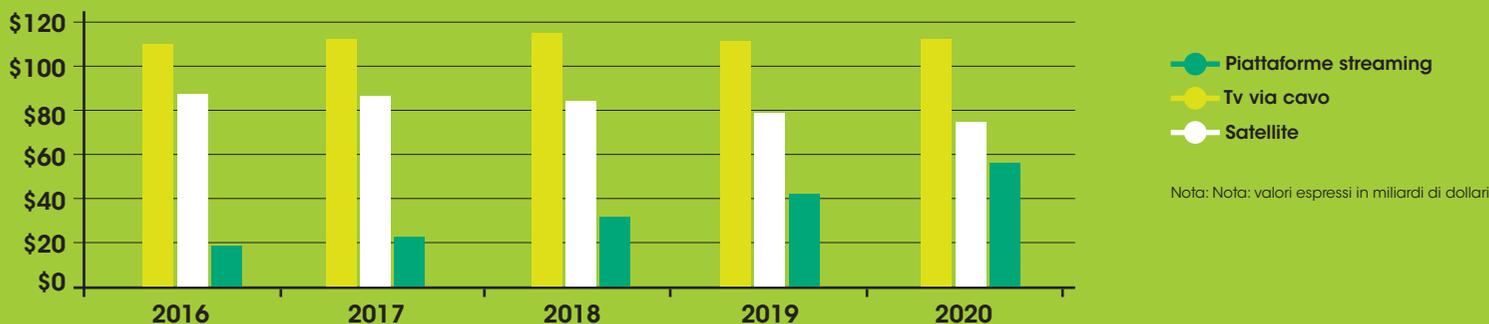
Parallelamente continua il calo progressivo dell'home entertainment fisico, con una contrazione del 19% della vendita e noleggio di Dvd e Blu-ray tra il 2019 e il 2020.

ABBONAMENTI PAY TV E PIATTAFORME STREAMING NEL MONDO (2016-2020)



Nota: Numeri di sottoscrizioni espresse in milioni

VALORE DI MERCATO DELLE PAY TV E PIATTAFORME STREAMING NEL MONDO (2016-2020)



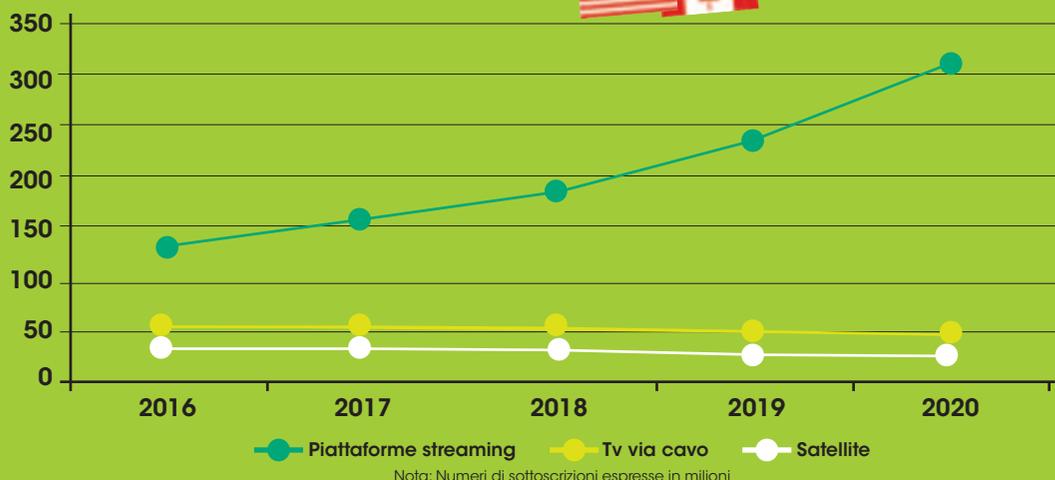
Nota: Nota: valori espressi in miliardi di dollari

Il motore principale del boom dell'home/mobile entertainment è *ça va sans dire* lo streaming. Gli abbonamenti ai servizi di video on demand hanno registrato una crescita esponenziale a discapito della Tv

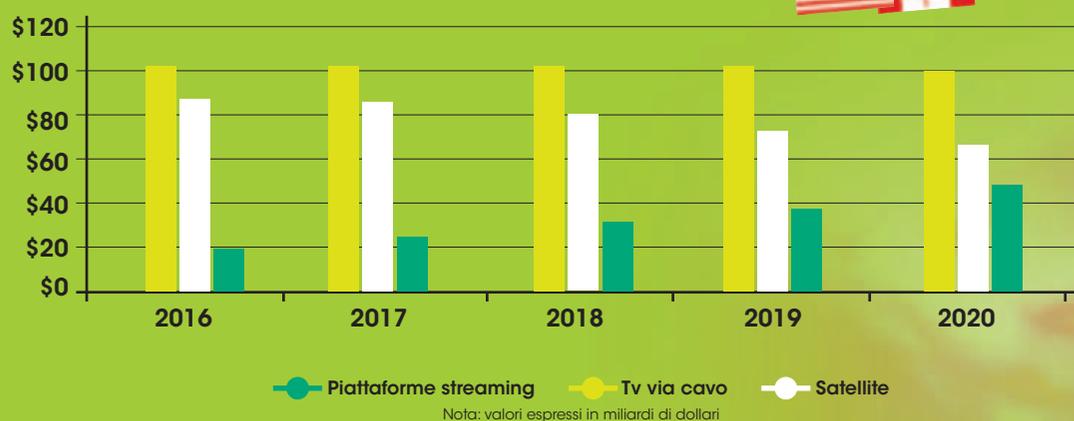
via cavo e satellitare. Per la prima volta in assoluto gli abbonamenti ai servizi streaming hanno superato la soglia del miliardo nel 2020, raggiungendo 1,1 miliardi a livello globale (+26% sul 2019). In soli 5

anni il valore di mercato dello streaming è praticamente triplicato, anche se al momento è ancora la Tv via cavo a generare le entrate maggiori (nel 2020 sono state di 11,6 miliardi di dollari).

ABBONAMENTI PAY TV E PIATTAFORME STREAMING NEL NORD AMERICA (2016-2020)

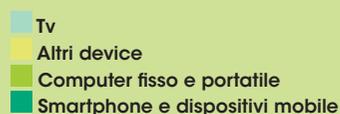


VALORE DI MERCATO DELLE PAY TV E PIATTAFORME STREAMING NEL NORD AMERICA (2016-2020)



Guardando al Nord America, anche qui è evidente l'impennata delle sottoscrizioni alle piattaforme streaming, e un progressivo calo degli abbonati alla Tv via cavo e satellitare. Nel 2020 gli abbonati in Stati Uniti e Canada sono arrivati a 308,6 milioni (+32% sul 2019) e il valore di questo mercato è ormai di 24,7 miliardi di dollari (+35% sul 2020). A livello di contenuti, le serie originali più viste in streaming sono state *Ozark*, *Lucifer* e *The Crown* (tutte e tre made by Netflix); tra le serie non originali, i numeri più alti li hanno ottenuti *The Office*, *Grey's Anatomy* e *Criminal Minds* (tutte trasmesse su Netflix); mentre tra i film le maggiori visualizzazioni le hanno avute *Frozen II* (Disney+), *Moana* (Disney+) e *Pets - Vita da animali 2* (dati Nielsen).

CONSUMO DI CONTENUTI AUDIOVISIVI SUI VARI DISPOSITIVI (NORD AMERICA, 2020)



Il consumo di contenuti video degli utenti americani avviene principalmente sulla Tv (62%), poi su dispositivi mobile come smartphone e ipad (17%) e, infine, su computer fisso o portatile (7%). Da segnalare che, come si vede nella tabella, nell'anno della pandemia - complici i lockdown, la chiusura dei cinema, le misure restrittive che hanno obbligato a stare in casa - il tempo medio trascorso a guardare contenuti sugli ott è cresciuto del 34%: nel 2020, un americano ha passato 71,8 minuti al giorno a consumare film/serie Tv in streaming. È la prima volta che si supera (abbondantemente) il muro di 1 ora per persona.

TEMPO SPESO SULLE PIATTAFORME OTT IN NORD AMERICA

Anno	Minuti al giorno
2016	30.8
2017	36.7
2018	44.8
2019	53.7
2020	71.8

Da 42 a 12 miliardi di dollari. Dalla cifra record del 2019, il box office globale ha registrato una contrazione del 72%. Un crollo inevitabile visto che la pandemia da Covid-19 ha costretto le sale cinematografiche a tenere abbassate le serrande per gran parte dell'anno. Dei 12 miliardi di dollari degli incassi ai botteghini di tutto il mondo, solo 2,2 miliardi sono riconducibili al mercato di Stati Uniti e Canada: in queste nazioni il calo ha raggiunto il -80% sull'anno precedente.

■ International ■ U.S./Canada
Nota: valori in miliardi, espressi in dollari

IL BOX OFFICE NEL MONDO (2016-2020)



Confrontando gli andamenti dei mercati dei vari continenti, è l'America Latina ad aver registrato il calo maggiore sul 2019 con -82% (i valori del box office sono passati da 2,8 a 0,5 miliardi); seguono Stati Uniti/Canada con -80% (box office in calo da 11,4 a 2,2 miliardi), l'area EMEA (Europa, Medio Oriente e Africa) con -68% (box office passato da 10,3 a 3,3 miliardi) e l'Asia con -66% (incassi scesi da 17,8 a 6 miliardi).

IL BOX OFFICE DEI MERCATI INTERNAZIONALI (2016-2020)



■ Europa, Medio Oriente e Africa
■ Asia
■ America Latina
■ US/Canada
Nota: valori in miliardi, espressi in dollari

“ Nel 2020, negli Usa, sono entrati in produzione 447 film, contro gli 814 del 2019. UN CALO DEL 43% ”

In calo anche il numero di volte che uno spettatore, in media, si è recato al cinema. Se nel 2019, un americano andava a guardarsi un film sul grande schermo 3,5 volte, nel 2020 si scende a 0,7.

INGRESSI PRO CAPITE STATI UNITI E CANADA (2011-2020)

Numero medio di biglietti per il cinema acquistati all'anno per persona

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	vs. 19
NUMERO DI BIGLIETTI	3.9	4.1	4.0	3.7	3.8	3.8	3.6	3.7	3.5	0.7	-81%

LA TOP 20 DEI BOX OFFICE NAZIONALI (2020)

1	CINA	\$3.0
2	US/CANADA	\$2.2
3	GIAPPONO	\$1.3
4	FRANCIA	\$0.5
5	COREA DEL SUD	\$0.4
6.	U.K.	\$0.4
7	INDIA	\$0.4
8	GERMANIA	\$0.4
9	RUSSIA	\$0.3
10	AUSTRALIA	\$0.3
11	ITALIA	\$0.2
12	SPAGNA	\$0.2
13	PAESI BASSI	\$0.2
14	MESSICO	\$0.2
15	TAIWAN	\$0.1
16	BRASILE	\$0.1
17	INDONESIA	\$0.1
18	DANIMARCA	\$0.1
19	EMIRATI ARABI UNITI	\$0.1
20	POLONIA	\$0.1

Nota: valori in miliardi, espressi in dollari

Da un'analisi comparata dei mercati delle aree geografiche, il dato più significativo è il sorpasso storico del box office cinese su quello americano. Sebbene anche il Paese del drago sia sceso del 68% rispetto al 2019, ha però registrato il miglior risultato al botteghino nel 2020 con 3 miliardi di dollari, mentre Us/Canada si sono fermati a 2,2 miliardi. Seguono il Giappone con 1,3 miliardi, la Francia con 0,5 miliardi, la Corea del Sud e il Regno Unito con 0,4 miliardi. L'Italia è 11esima con 0,2 miliardi.

I MIGLIORI INCASSI NEL 2020 (STATI UNITI E CANADA)

	Titolo	Distributore	Box Office
1	Boys for Life	Sony	\$206.3
2	1917	Universal	\$158.1
3	Sonic the Hedgehog	Paramount	\$149.0
4	Jumanji: The Next Level	Sony	\$128.2
5	Star Wars: The Rise of Skywalker	Disney	\$124.5
6	Birds of Prey (And the Fantabulous Emancipation of One Harley Quinn)	Warner Bros	\$84.4
7	Dolittle	Universal	\$78.5
8	Little Women (2019)	Sony	\$70.5
9	The Invisible Man	Universal	\$70.4
10	The Call of the Wild (2020)	20 th Century Fox	\$62.3
11	Onward	Disney	\$61.6
12	Tenet	Warner Bros	\$58.0
13	Knives Out	Lionsgate	\$49.7
14	Frozen II	Disney	\$47.2
15	Spies in Disguise	20 th Century Fox	\$37.4
16	The Gentlemen	STX Entertainment	\$36.5
17	Just Mercy	Warner Bros.	\$35.8
18	The Croods: A new Age	Universal	\$32.3
19	Parasite	Neon Rated	\$30.7

Nota: valori in miliardi, espressi in dollari

Dei film che hanno realizzato i maggiori incassi nel 2020 nel Nord America, il primo è l'action Will Smith e Martin Lawrence *Bad Boys for Life* uscito il 17 gennaio 2020, dunque prima della pandemia. Sugli altri gradini del podio, troviamo altri

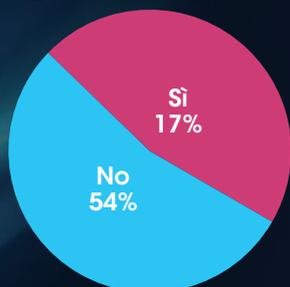
due titoli approdati sul grande schermo in era pre-Coronavirus, ovvero *1917* e *Sonic - Il film*, rispettivamente con 158 e 149 milioni. Il primo titolo uscito durante il periodo Covid è *Tenet* al 12esimo posto con 58 milioni

FILM USCITI IN SALA (2011-2020)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
NUMERO FILM DISTRIBUITI	614	690	681	762	753	799	872	862	987	338

Con le sale costrette a fermare la propria attività o a lavorare a regime ridotto (in primis per la capienza dei posti), la maggior parte delle major ha rinviato l'uscita dei propri film. Così, nel 2020, negli Stati Uniti e Canada sono stati distribuiti solo 338 film (dei quali 10 titoli già usciti negli anni passati e ridistribuiti in edizioni speciali e/o restaurate), quando nel 2019 erano quasi 1.000: un calo del 65,7%.

GLI SPETTATORI DEL 2020 NEGLI STATI UNITI E CANADA



% della popolazione US/Canada (dai 2 anni in su) che è andata al cinema almeno 1 volta nel 2020

Spettatori cinematografici in US/Canada	Numero medio di biglietti per spettatore
162.0 Milioni	1.5



A Riveder *con* **RAI CINEMA**

L'AMMINISTRATORE DELEGATO PAOLO DEL BROCCO HA PRESENTATO LA RICCHISSIMA LISTA DEI FILM PRONTI, IN LAVORAZIONE E IN SVILUPPO PRODOTTI DALLA SOCIETÀ. ANNUNCIATE ANCHE LE RIPRESE, IN AUTUNNO, DI *DIABOLIK 2* E *3* DEI MANETTI BROS

a cura della redazione



le STELLE...

A ottobre inizieranno le riprese dei capitoli 2 e 3 di *Diabolik*



Freaks Out uscirà nei cinema il 28 ottobre 2021

“

A riveder le stelle”. È l'ultimo verso dell'Inferno della Divina Commedia ad aver ispirato il titolo della convention di Rai Cinema, trasmessa online lo scorso 29 aprile.

«Un titolo pieno di significato, specialmente dopo quest'ultimo anno, che intende guardare nuovamente al futuro del cinema italiano», ha commentato l'amministratore delegato Paolo Del Brocco nell'introdurre le nuove produzioni cinematografiche di Rai Cinema – terminate o in fase di sviluppo – in arrivo sul grande schermo nei prossimi mesi. Nel biennio 2020-21, Rai Cinema ha contribuito a realizzare 135 film – di cui 60 opere prime e seconde – e 40 documentari: un investimento complessivo di 150 milioni di euro che ha visto il coinvolgimento di 120 società di produzione e 180 registi, dei quali 40 donne. Un dato significativo, quest'ultimo, per Del Brocco: «Abbiamo tanto cinema al femminile, un numero sempre maggiore di registe di grande qualità: è un elemento che tengo a sottolineare».

Nell'incontro, Del Brocco ha avuto poi modo di riflettere sull'importanza del contributo di Rai Cinema per i lavoratori e le società attive nell'industria cinematografica italiana in un periodo così complicato come quello attuale dove l'epidemia da Covid-19 ha inferto un duro colpo al settore: «Siamo consapevoli che Rai Cinema – e più in generale la Rai – debba operare come strumento di politica economica per l'industria dell'audiovisivo. Per questo il nostro intervento offre una risposta in termini industriali con ricadute tangibili dal punto di vista economico, fiscale, occu-

pazionale, per il settore e per il Paese». Nonostante le difficoltà innescate dalla situazione sanitaria, la macchina produttiva Rai, infatti, non si è mai fermata e questo «grazie a un grande lavoro di squadra svolto da parte di tutte le varie componenti del settore». Ovvero il Ministero della Cultura (con l'incremento del Fondo cinema e audiovisivo, che nel 2021 arriva a ben 640 milioni di euro, e le misure sul tax credit), i produttori indipendenti che sono riusciti, grazie anche all'Anica, a dotarsi velocemente di misure di sicurezza e protocolli, e infine «last but not least la componente Rai con Rai Cinema».

Ribadendo ancora una volta la centralità della sala, Del Brocco ha auspicato, per tutti i 135 film prodotti da Rai Cinema, una theatrical release: «crediamo che la naturale collocazione dei film debba avvenire prioritariamente al cinema e non sulle piattaforme – anche se queste sono state importanti, nei mesi della pandemia, per quei titoli che non avrebbero avuto la forza di aspettare mesi per uscire e per non perdere il contatto con il pubblico». Proprio gettando uno sguardo alle uscite in sala dei prossimi mesi, l'ad di Rai Cinema ha reso note le date di alcuni titoli molto attesi: il 28 ottobre 2021 per *Freaks Out* di Gabriele Mainetti, il 16 dicembre 2021 per *Diabolik* e il 30 dicembre per *La Befana vien di notte 2*. A proposito di *Diabolik*, è stata annunciata la produzione di due sequel del film sul celebre personaggio dei fumetti: i Manetti Bros. inizieranno le riprese dei due nuovi episodi già in ottobre. L'intenzione dichiarata da Rai Cinema è di ripartire con un nuovo slancio: «C'è una frase di Henry Ford che ha accompagnato il nostro lavoro in questi lunghi mesi e che mi fa piacere citare: *Quando tutto sembra essere contro, ricorda che gli aerei decollano contro vento, non con il vento a favore*», ha concluso Del Brocco. 

☆ **ITALIA DEI GRANDI** ☆
I personaggi che hanno fatto la storia d'Italia

DANTE
di Pupi Avati
con Sergio Castellitto
Produzione: DUEA Film
con Rai Cinema - in produzione

QUI RIDO IO
di Mario Martone
con Toni Servillo, Maria Nazionale, Cristiana Dell'Anna, Antonia Truppo, Eduardo Scarpetta, Roberto De Francesco, Lino Musella, Paolo Pierobon, Gianfelice Imparato, Iaia Forte
Produzione: Indigo Film
con Rai Cinema - in post-produzione

L'OMBRA DI CARAVAGGIO
di Michele Placido con Riccardo Scamarcio, Isabelle Huppert, Louis Garrel, Vinicio Marchioni, Micaela Ramazzotti, Alessandro Haber, Lorenzo Lavia
Produzione: Goldenart
con Rai Cinema - in post-produzione

RESILIENT
di Roberto Faenza con Laura Haddock, Edward Holcroft, Elisa Lasowski, Francesco Montanari, Lorenzo Ciamei
Produzione: Jean Vigo
con Rai Cinema - in post-produzione

I FRATELLI DE FILIPPO
di Sergio Rubini con Mario Autore, Domenico Pinelli, Giancarlo Giannini, Anna Ferrari Ravel, Biagio Izzo, Susy Del Giudice
Produzione: Pepito
con Rai Cinema - in post-produzione

☆ **BESTSELLER** ☆

Quando il cinema incontra la letteratura e il teatro

TRE PIANI
di Nanni Moretti, ispirato all'omonimo romanzo di Eshkol Nevo
con Margherita Buy, Riccardo Scamarcio, Alba Rohrwacher, Adriano Giannini, Elena Lietti, Alessandro Sperduti, Denise Tantucci, Nanni Moretti, Anna Bonaiuto, Paolo Graziosi
Produzione: Fandango con Rai Cinema

LEONORA ADDIO
di Paolo Taviani, ispirato all'omonima novella di Luigi Pirandello
con Matteo Pittiruti, Dania Marino, Fabrizio Ferracane, Simone Ciampi, Claudio Bigagli, Robert Steiner, Enrica Maria Modugno, Federico Tocci, Dora Becker
Produzione: Stemal Entertainment
con Rai Cinema - in post-produzione

IL COLIBRÌ
di Francesca Archibugi, ispirato all'omonimo romanzo di Sandro Veronesi
con Pierfrancesco Favino, Kasia Smutniak, Nanni Moretti
Produzione: Fandango
con Rai Cinema - in sviluppo

IL SERGENTE NELLA NEVE
di Matteo Rovere, ispirato all'omonimo romanzo di Mario Rigoni Stern
Produzione: Groenlandia
con Rai Cinema - in sviluppo

COMEDIANS
di Gabriele Salvatores, ispirato all'omonima pièce teatrale di Trevor Griffiths
con Natalino Balasso, Christian De Sica, Vincenzo Zampa, Ale&Franz, Walter Leonardi, Giulio Pranno
Produzione: Indiana Production
con Rai Cinema - in post-produzione



L'ombra di Caravaggio



Mondocane



Marilyn ha gli occhi neri



Una famiglia mostruosa

IL RITORNO DI CASANOVA
di Gabriele Salvatores, ispirato all'omonimo romanzo di Arthur Schnitzler
con Toni Servillo, Sara Serraiocco, Fabrizio Bentivoglio, Natalino Balasso
Produzione: Indiana Production
con Rai Cinema - in sviluppo

IL VOLO
di Pietro Marcello, ispirato al romanzo *Le vele scarlatte* di Aleksandr Grin
Produzione: CG Cinéma, Avventurosa
con Rai Cinema - in produzione

L'UOMO DAL FIORE IN BOCCA
di Gabriele Lavia, ispirato all'omonimo atto unico di Luigi Pirandello
con Gabriele Lavia, Michele Demaria, Rosa Palasciano
Produzione: One More Pictures con Rai Cinema - in post-produzione

☆ **CRONACHE ITALIANE** ☆
Pagine più o meno note della storia del nostro Paese

STRANIZZA D'AMURI
di Beppe Fiorello
Produzione: Ibla Film
con Rai Cinema - in pre-produzione

IL BUCO
di Michelangelo Frammartino
Produzione: Double Bind
con Rai Cinema - in post-produzione

ERO IN GUERRA MA NON LO SAPEVO
di Fabio Resinaro
con Francesco Montanari, Laura Chiatti, Gianluca Gobbi, Pier Giorgio Bellocchio
Produzione: Eliseo Entertainment
con Rai Cinema - in post-produzione

LA CONVERSIONE
di Marco Bellocchio
Produzione: IBC Movie, Kavac Film
con Rai Cinema - in sviluppo

L'OMBRA DEL GIORNO
di Giuseppe Piccioni
con Riccardo Scamarcio, Benedetta Porcaroli
Produzione: Lebowski
con Rai Cinema - in produzione

IL SIGNORE DELLE FORMICHE
di Gianni Amelio
con Luigi Lo Cascio, Elio Germano, Sara Serraiocco
Produzione: Kavac Film
con Rai Cinema - in produzione

☆ **IL MONDO SI RACCONTA** ☆
Storie senza confini

LUBO
di Giorgio Diritti
Produzione: Rodeo Drive e Arancia Film con Rai Cinema - in sviluppo

ROLL
di Lorís Lai
con Tom Rhys Harries, Lyna Khoudri
Produzione: Jean Vigo
con Rai Cinema - in sviluppo

I PROFETI
di Alessio Cremonini
con Jasmine Trinca, Isabella Nefar
Produzione: Cinemaudici, Lucky Red
con Rai Cinema - in produzione

LE PRODUZIONI TARGATE RAI CINEMA

☆ **GENRE IS HOME AGAIN** ☆ *Spazio al cinema di genere*

LA TERRA DEI FIGLI
di Claudio Cupellini
con Leon de La Vallée, Paolo Pierobon, Maria Roveran, Fabrizio Ferracane, Valeria Golino, Franco Raverà, Pippo Del Bono, Valerio Mastandrea
Produzione: Indigo Film con Rai Cinema – in post-produzione

DELTA
di Michele Vannucci
con Alessandro Borghi, Luigi Lo Cascio
Produzione: Groenlandia con Rai Cinema – in post-produzione

MONDOCANE
di Alessandro Celli
con Alessandro Borghi, Dennis Protopapa, Giuliano Soprano, Barbara Ronchi, Josafat Vagni, Ludovica Nasti
Produzione: Groenlandia con Rai Cinema – in post-produzione

DIABOLIK 2 e 3 dei Manetti Bros
Produzione: Mompracem con Rai Cinema – in sviluppo

☆ **IL CINEMA DI FAMIGLIA** ☆ *Tutti in sala*

IL SESSO DEGLI ANGELI
di Leonardo Pieraccioni
con Sabrina Ferilli, Marcello Fonte, Leonardo Pieraccioni
Produzione: Levante con Rai Cinema – in sviluppo

UNA FAMIGLIA MOSTRUOSA
di Volfango De Biasi
con Cristiano Caccamo, Emanuela Rei, Lucia Ocone, Massimo Ghini, Lillo Petrolò, Ilaria Spada, Paolo Calabresi, Barbara Bouchet, Pippo Franco
Produzione: IIF con Rai Cinema – in post-produzione

LA DONNA PER ME
di Marco Martani
con Andrea Arcangeli, Alessandra Mastronardi, Stefano Fresi
Produzione: Lucky Red con Rai Cinema – in produzione

BLA BLA BABY
di Fausto Brizzi
con Alessandro Preziosi, Matilde Gioli
Produzione: Eliseo Entertainment con Rai Cinema – in post-produzione

FINCHÈ C'È CRIMINE C'È SPERANZA
di Massimiliano Bruno
con Marco Giallini, Gianmarco Tognazzi, Giampaolo Morelli, Carolina Crescentini, Massimiliano Bruno, Giulia Bevilacqua
Produzione: IIF con Rai Cinema – in produzione

LA BEFANA VIEN DI NOTTE 2 – LE ORIGINI
di Paola Randi
con Monica Bellucci, Fabio De Luigi, Zoe Massenti, Herbert Ballerina, Alessandro Haber, Corrado Guzzanti
Produzione: Lucky Red con Rai Cinema – in produzione

☆ **EDUCAZIONE SENTIMENTALE** ☆ *Formazione, crescita e rapporti generazionali*

IL BAMBINO NASCOSTO
di Roberto Andò
con Silvio Orlando, Giuseppe Pirozzi, Lino Musella, Francesco Di Leva, Roberto Herlitzka
Produzione: BIBI FILM con Rai Cinema – in post-produzione



Il materiale emotivo



Delta



Bla Bla Baby



Qui rido io

IL PARADISO DEL PAVONE
di Laura Bispuri
con Dominique Sanda, Alba Rohrwacher, Maya Sansa, Carlo Cerciello, Fabrizio Ferracane, Leonardo Lidi, Tihana Lazovic, Yile Vianello, Ludovica Alvazzi Del Frate, Carolina Michelangeli, Maddalena Crippa
Produzione: Vivo film con Rai Cinema – in post-produzione

MARCEL!
di Jasmine Trinca
con Alba Rohrwacher
Produzione: Cinemaundici con Rai Cinema – in sviluppo

SULLA GIOSTRA
di Giorgia Cecere
con Claudia Gerini, Lucia Sarò, Alessio Vassallo, Paolo Sassanelli
Produzione: Anele con Rai Cinema – in post-produzione

A CHIARA
di Jonas Carpignano
Produzione: STAYBLACK con Rai Cinema – in post-produzione
Roberto Andò e Silvio Orlando sul set de Il bambino nascosto (©Lia Pasqualino)

☆ **CINEMA DELLE EMOZIONI** ☆ *E dei sentimenti*

IL MATERIALE EMOTIVO
di Sergio Castellitto
con Sergio Castellitto, Bérénice Bejo e Matilda De Angelis
Produzione: Rodeo Drive con Rai Cinema

PER TUTTA LA VITA
di Paolo Costella
con Ambra Angiolini, Claudia Gerini, Fabio Volo, Luca Bizzarri, Paolo Kessisoglu, Claudia Pandolfi, Carolina Crescentini, Filippo Nigro
Produzione: Lotus con Rai Cinema – in post-produzione

ARIAFERMA
di Leonardo Di Costanzo
con Toni Servillo, Silvio Orlando, Fabrizio Ferracane
Produzione: tempesta con Rai Cinema – in post-produzione

MARILYN HA GLI OCCHI NERI
di Simone Godano
con Stefano Accorsi, Miriam Leone
Produzione: Groenlandia con Rai Cinema – in post-produzione

TE L'AVEVO DETTO
di Ginevra Elkann
Produzione: The Apartment con Rai Cinema – in sviluppo

☆ **LE GRANDI NOVITÀ** ☆

IL COMANDANTE
di Edoardo De Angelis
Produzione: Indigo Film con Rai Cinema

CHIARA
di Susanna Nicchiarelli
Produzione: Vivo film con Rai Cinema

THE PALACE
di Roman Polanski
Produzione: Eliseo Entertainment con Rai Cinema

LA CHIMERA
di Alice Rohrwacher
Produzione: tempesta con Rai Cinema

I PROMESSI SPOSI
di Pietro Marcello
Produzione: IBC Movie, Avventurosa con Rai Cinema



Dia Rio

DALLE GIORNATE PROFESSIONALI DI CINEMA RELOAD

TUTTI I PROTAGONISTI DELL'APPUNTAMENTO
CINEMATOGRAFICO CHE SI È TENUTO DAL 4 AL 5 MAGGIO

a cura della redazione

A pochi giorni dalle prime riaperture dei cinema italiani, l'evento in streaming delle Giornate professionali di cinema Reload (4-5 maggio) ha riaperto i riflettori sul grande schermo. Un appuntamento organizzato da Anec, in collaborazione con Anica e con il sostegno del MIC. Due giorni intensi in cui le distribuzioni hanno presentato al mercato (esercenti in primis) i prossimi film in sala, offrendo una panoramica del prodotto in arrivo nel periodo estivo e nei mesi successivi. Ad arricchire l'evento è stata anche la premiazione dei Biglietti d'oro e un momen-

to di confronto con il convegno dal titolo "Ritorno al cinema". «Siamo molto felici e orgogliosi di aver dato vita a una manifestazione importantissima per tutto il mercato, specialmente in occasione della ripartenza», ha dichiarato Giorgio Ferrero, organizzatore delle Giornate professionali. «Abbiamo registrato complessivamente circa 1.900 accreditati tra esercenti, distributori, produttori, industrie tecniche e stampa. Nei momenti di maggior richiamo abbiamo toccato vette di 1.750 persone connesse in streaming, raggiungendo oltre 3.000 persone durante il convegno».



Luigi Lonigro (direttore di 01 Distribution) e Paolo Del Brocco (amministratore delegato di Rai Cinema) posano con i Biglietti d'oro vinti come terza distribuzione della stagione 2019/2020 e per *Pinocchio* (3° film per numero di spettatori e 3° classificato tra i film italiani della stagione 2019/2020)



Il Ceo uscente di Vision Distribution, Nicola Maccanico (a sinistra), ha aperto la convention della società per poi passare il testimone a Massimiliano Orfei, ex Coo e nuovo Ceo di Vision



La squadra di Medusa Film: il vicepresidente e amministratore delegato Giampaolo Letta, il direttore marketing Andrea Lazzarin, il capo ufficio stampa Tiziana Mazzola e il direttore commerciale Paolo Orlando mostrano i tre Biglietti d'oro vinti come prima distribuzione per numero di spettatori nel 2019/2020, e per *Tolo Tolo* e *Il primo Natale* (1° e 2° film per numero di spettatori nel 2019/2020)

Thomas J. Ciampa, SVP Theatrical Distribution Italy & Spain and Local Productions Italy di Warner Bros. Entertainment Italia, ritira il Biglietto d'oro vinto dalla major come seconda distribuzione per numero di spettatori nei cinema delle città capozona e delle città chiave nella stagione cinematografica 2019/2020



Il saluto dei presidenti delle associazioni di categoria. Da sinistra, Carlo Bernaschi (presidente onorario Anec), Mario Lorini (presidente Anec), Francesca Cima (presidente sezione produttori Anica) e Luigi Lonigro (presidente sezione distributori Anica)



Daniel Frigo, country manager di The Walt Disney Company Italia

Sonia Dichter, responsabile marketing theatrical di O1 Distribution, ha presentato i film in listino della società



Irene Tomio, Head of Communication and Creative Production Coordinator di Notorious Pictures



Da sinistra: Giulio Mezzanotte (coordinatore delle sezioni), Simone Gialdini (direttore generale Anec), Mario Lorini (presidente Anec), la conduttrice Gioia Marzocchi, Remigio Truocchio (general manager di Ciné) e Giorgio Ferrero (organizzatore della manifestazione)



Mario Papini, direttore commerciale di Bim



Alessandro Giacobbe, Managing Director di Academy Two



Andrea Occhipinti,
Ceo di Lucky Red

Tra gli appuntamenti più seguiti, il convegno dal titolo "Ritorno al cinema" ha visto tra i relatori Gianluca Bernardini, Carlo Bernaschi, Fabia Bettini, Francesca Cima, Phil Clapp, Gabriele D'Andrea, Piera Defassis, Domenico Dinoia, Carlo Fontana, Gianluca Giannelli, Massimiliano Giometti, Laura Holgatte, Luigi Lonigro, Mario Lorini e Francesco Rutelli, con la partecipazione di Nicola Borrelli, Dario Franceschini e Nicola Zingaretti



Roberto Proia, Executive Director Theatrical Distribution and Productions di Eagle Pictures, ha aperto la convention della società con un breve video sul set del sequel di *Sul più bello*



Andrea Romeo,
Ceo di I Wonder Pictures



Aldo Lemme di Adler Entertainment



Umberto Bettini,
country manager
di Koch Media Italia

DAVID, UNA FESTA PER LA RIPARTENZA

LA CERIMONIA DI PREMIAZIONE DELLA 66ª EDIZIONE DEI PREMI DAVID DI DONATELLO È STATA UN MOMENTO IMPORTANTE PER SALUTARE CON OTTIMISMO LA RIPRESA DEL CINEMA ITALIANO

a cura della redazione

Una festa per il cinema italiano. È stata soprattutto questa la cerimonia di premiazione della 66ª edizione dei Premi David di Donatello, svoltasi lo scorso 11 maggio con la conduzione di Carlo Conti. Dopo un'edizione 2020 essenzialmente da remoto, con candidati e premiati in collegamento streaming, quest'anno l'evento è tornato in presenza, seppur con distanziamento e mascherine. L'edizione in presenza è stata fortemente da Piera Detassis, presidente e direttore artistico dell'Accademia del Cinema Italiano - Premi David di Donatello, proprio per lanciare un messaggio di ottimismo e di vicinanza per la ripartenza dell'intero settore cinematografico a poche settimane dalla riapertura delle sale. Ritorno in sala che è stato anche omaggiato dallo spot "Solo al cinema" che, in un montaggio di immagini di film celebri, ha ricordato l'emozione della visione su grande schermo.

Trasmessa dagli studi televisivi Rai "Fabrizio Frizzi" e dal Teatro dell'Opera di Roma, la serata è stata inaugurata

dall'esibizione di Laura Pausini, che ha interpretato il brano "Io sì" de *La vita davanti a sé*, candidato agli ultimi Oscar come Miglior canzone originale. Tra gli interventi iniziali anche quello del ministro della cultura Dario Franceschini, che ha promosso la ripresa del mondo dello spettacolo ricordando l'importanza della legge del tax credit e il piano di rilancio di Cinecittà.

Per quel che riguarda i premi, il vincitore della 66esima edizione è stato *Volevo nascondermi*. Il film sul pittore Antonio Ligabue ha dominato la serata portando a casa 7 riconoscimenti tra cui miglior film, miglior regia (Giorgio Diritti) e miglior attore protagonista (Elio Germano, già Orso d'argento a Berlino 2020).

Tra i momenti più emozionanti della serata, il David per la miglior sceneggiatura originale al compianto Mattia Torre per *Figli*, ritirato dalla piccola figlia Emma, il riconoscimento come miglior attrice a Sophia Loren per *La vita davanti a sé*, alla settima vittoria su sette candidature, e gli omaggi a Ennio Morricone e Gigi Proietti.



Paolo Del Brocco (Rai Cinema) insieme a Gregorio Paonessa e Marta Donzelli (Vivo Film), premiati come miglior produttori per *Miss Marx*

Piera Detassis, presidente e direttore artistico dell'Accademia del Cinema Italiano - Premi David di Donatello



Le ultime copertine di *Italian Cinema* (allegato di *Box Office*) sono state dedicate a due vincitori dei David: Elio Germano e Francesco Totti, rispettivamente premiati per *Volevo nascondermi* e per il documentario *Mi chiamo Francesco Totti* di Alex Infascelli

I VINCITORI DELLA 66ª EDIZIONE

MIGLIOR FILM

Volevo nascondermi

MIGLIOR REGIA

Giorgio Diritti per *Volevo nascondermi*

MIGLIORE REGISTA ESORDIENTE

Pietro Castellitto per *I predatori*

MIGLIORE SCENEGGIATURA ORIGINALE

Mattia Torre per *Figli*

MIGLIORE SCENEGGIATURA NON ORIGINALE

Marco Pettenello, Gianni Di Gregorio
per *Lontano lontano*

MIGLIOR PRODUTTORE

Marta Donzelli e Gregorio Paonessa
per Vivo Film con Rai Cinema, Joseph
Rouschop e Valérie Bournonville per
Tarantula Belgique per *Miss Marx*

MIGLIORE ATTRICE PROTAGONISTA

Sophia Loren per *La vita davanti a sé*

MIGLIOR ATTORE PROTAGONISTA

Elio Germano per *Volevo nascondermi*

MIGLIORE ATTRICE NON PROTAGONISTA

Matilda De Angelis per
L'incredibile storia dell'Isola delle Rose

MIGLIOR ATTORE NON PROTAGONISTA

Fabrizio Bentivoglio per
L'incredibile storia dell'Isola delle Rose

MIGLIOR AUTORE DELLA FOTOGRAFIA

Matteo Cocco per *Volevo nascondermi*

MIGLIORE COMPOSITORE

Gatto Ciliegia *Contro Il Grande Freddo*,
Downtown Boys per *Miss Marx*

MIGLIOR CANZONE ORIGINALE

"Immigrato" di Luca Medici e Antonio
Iammarino per *Tolo Tolo*

MIGLIORE SCENOGRAFIA

Ludovica Ferrario, Alessandra Mura e
Paola Zamagni per
Volevo nascondermi

MIGLIORE COSTUMISTA

Massimo Cantini Parrini per *Miss Marx*

MIGLIOR TRUCCATORE

Luigi Ciminelli, Andrea Leanza,
Federica Castelli (prostetico o special
make-up) per *Hammamet*

MIGLIOR ACCONCIATORE

Aldo Signoretti per *Volevo nascondermi*

MIGLIORE MONTATORE

Esmeralda Calabria per *Favolacce*

MIGLIOR SUONO

Carlo Missidenti (Presa diretta),
Filippo Toso (Microfonista), Luca
Leprotti (Montaggio), Marco Biscarini
(Creazione suoni), Francesco
Tumminello (Mix) per
Volevo nascondermi

MIGLIORI EFFETTI VISIVI

Stefano Leoni, Elisabetta Rocca per
L'incredibile storia dell'Isola delle Rose

PREMIO CECILIA MANGINI MIGLIOR DOCUMENTARIO

Mi chiamo Francesco Totti
di Alex Infascelli

MIGLIOR FILM STRANIERO

1917 di Sam Mendes (01 Distribution)

MIGLIOR CORTOMETRAGGIO

Anne di Domenico Croce
e Stefano Malchiodi

DAVID GIOVANI

18 regali di Francesco Amato

DAVID ALLA CARRIERA

Sandra Milo

DAVID SPECIALE

Monica Bellucci
Diego Abatantuono

DAVID DELLO SPETTATORE

Tolo Tolo di Luca Medici

TARGHE DAVID 2021 – RICONOSCIMENTO D'ONORE

Ai professionisti sanitari Silvia
Angeletti, Ivanna Legkar
e Stefano Marongiu



In alto, Carlo Conti consegna il David come miglior attrice non protagonista a Matilda De Angelis per *L'incredibile storia dell'Isola delle Rose*. Sopra, Sophia Loren è stata premiata come miglior attrice protagonista per *La vita davanti a sé*

Giorgio Diritti ha vinto il David per la miglior regia per *Volevo nascondermi* (il film ha ottenuto in totale 7 premi)



OS S

OSCAR, il VENTO SOFFIA a ORIENTE

SOSTENUTO DA UN INTENSO LAVORO DI NETWORKING, LOBBY ED EMPOWERMENT, IL RISCATTO DELLA COMUNITÀ ASIATICA HA PORTATO A UN RISULTATO STORICO AGLI SCORSI ACADEMY AWARDS. E QUESTO PROPRIO MENTRE IL MONDO DELLE PIATTAFORME SI RIVOLGE SEMPRE PIÙ ALL'ORIENTE PER L'APPROVVIGIONAMENTO DI PREZIOSI TITOLI IN CATALOGO COME ANIME E K-DRAMA

di Ilaria Ravarino



A sinistra la regista Chloé Zhao (nata a Pechino e poi trasferitasi negli Stati Uniti da studentessa) con i due Oscar vinti all'ultima edizione degli Academy Awards per *Nomadland*. Sotto, sul set del film con la protagonista Frances McDormand

F

are rete, imporsi nella cultura popolare e soprattutto incassare: premi, consenso critico e successo di pubblico. Celebrato dai risultati storici degli ultimi Oscar, e confermato dagli investimenti annunciati dalle piattaforme in due campi d'eccellenza dell'intrattenimento giapponese e coreano (gli anime e i k-drama, ovvero i drammi coreani), il riscatto della comunità asiatica di Hollywood è ormai un'evidenza.

Nel cinema, a sottolineare l'avvenuto cambio di passo sono state due vittorie altamente simboliche: quella di *Nomadland* di Chloé Zhao, 39enne nata a Pechino e cresciuta tra Londra, Los Angeles e il Massachusetts, seconda donna a vincere l'Oscar come miglior regista (dopo Kathryn Bigelow) e prima asiatica a ritirare il premio, e quella della veterana del

cinema sud coreano Youn Yuh-jung, 73 anni, Oscar come miglior attrice non protagonista per *Minari* di Lee Isaac Chung. Insieme a loro altri cinque asiatici hanno fatto quest'anno la storia della manifestazione losangelina, in un'edizione particolarmente inclusiva: l'anglopakistano Riz Ahmed, candidato insieme al coreano Steven Yeoun nella cinquina degli attori non protagonisti (per la prima volta, due asiatici in questa categoria), il coreano Lee Isaac Chung, nominato per il miglior film contro Chloé Zhao (anche in questo caso, un'inedita doppietta), Derek Tsang primo regista di Hong Kong a competere per il miglior film straniero con *Better Days* e la cantante H.E.R, seconda artista anglo-filippina a vincere l'Oscar per la miglior canzone originale con *Fight for You*.

Un risultato straordinario per una comunità duramente colpita negli Stati

Uniti, nell'ultimo anno, da un «allarmante livello» di odio sociale (secondo il report 2020 delle Nazioni Unite), e che ha visto raccogliere le proprie istanze proprio dall'industria cinematografica del Paese sotto accusa per le violenze razziali. Ma il percorso di riabilitazione era iniziato già l'anno scorso, quando a fare la storia dell'Oscar fu un altro film, *Parasite* del coreano Bong Joon-Ho, con sei candidature in tasca (esattamente quante *Minari*), quattro statuette vinte e nessuna nomination al cast corale. Primo lungometraggio di lingua non inglese a vincere l'Oscar per il miglior film, *Parasite* riuscì a portare in primo piano il problema della cosiddetta "invisibilità" degli interpreti asiatici, regolarmente ignorati dalla stagione dei premi pur partecipando a film di indiscutibile pregio (da *The Millionaire* di Danny Boyle a *L'ultimo imperatore* di Bernardo >

Bertolucci, da *Memorie di una geisha* di Rob Marshall a *Vita di Pi* e *La tigre e il dragone* di Ang Lee). Ma la piccola rivoluzione era appena iniziata, e molto restava ancora da fare: lo stesso anno *The Farewell – Una bugia buona* di Lulu Wang – storia di una giovane newyorkese di origini cinesi che torna in Cina dalla nonna malata – non riuscì a partecipare alla corsa agli Oscar, nonostante il successo di critica e lo storico Golden Globe incassato dalla protagonista sino-americana Awkwafina, unica asiatica americana nella storia della manifestazione a vincere il premio.



Agli ultimi Academy Awards, il film coreano *Minari* ha ricevuto sei nomination

A spingere il cambio di passo, oltre alla forza delle campagne per una maggiore inclusività nel cinema e nella televisione, è stata la capacità di fare rete dimostrata dai professionisti asiatici nell'industria statunitense. Ad accendere la miccia è stata la lettera aperta firmata nel 2016 da 25 tra registi, attori e produttori, inviata all'Academy per denunciare l'emarginazione degli artisti di origine asiatica agli Oscar (tra i firmatari l'attore George Takei, la produttrice Janet Yang e il regista Ang Lee, dal 1991 tra i sostenitori dell'associazione di networking sinoamericano CAPE). Alla lettera è seguita nel 2017 la fondazione di Gold House, un'associazione no profit



La veterana del cinema sud coreano Youn Yuh-jung, 73 anni, con in mano l'Oscar come Miglior attrice non protagonista per *Minari*

BEST MOVIE

LA RIVISTA DI CINEMA PIÙ DIFFUSA IN ITALIA



WWW.BESTMOVIE.IT

IN EDICOLA E
IN DIGITAL EDITION



DUESSE
COMMUNICATION

con l'obiettivo di valorizzare le carriere di imprenditori e artisti asiatici in America: tra le prime iniziative del gruppo la campagna Gold Open, per favorire e promuovere i film asiatici in uscita negli Stati Uniti durante il primo weekend di programmazione. Sulla stessa scia, nel 2019 è stato fondato da Nik Dodani, Bash Naran e Vinny Chhibber il "forum" The Salon, organizzazione nata per connettere professionisti asiatici in America, condividere risorse e in generale «accelerare lo sviluppo dei processi creativi attraverso l'empowerment della comunità». Un esercizio di lobby che oggi punta ad avere un impatto anche nella cultura popolare americana, attraverso il grande salto dal cinema autoriale, indipendente o di nicchia a quello smaccatamente commerciale: una direzione che la carriera del premio Oscar Chloé Zhao sembra incarnare alla perfezione, con il suo ingresso in casa Marvel alla direzione del cinecomico *The Eternals*.

LE PIATTAFORME GUARDANO A EST

E se la macchina di Hollywood si apre finalmente a una maggiore inclusione, anche il futuro delle piattaforme guarda a Oriente. Anche perché, per sfuggire alla competizione ormai più che feroce in Europa e in America, la strada più percorribile – in termini di approvvigionamento di contenuti e di abbonati – è quella dei mercati asiatici. La sola Netflix ha annunciato, durante un evento a Seoul lo scorso febbraio, di voler spendere

Il regista Bong Joon-ho sfoggia le statuette ottenute nel 2020 per il suo film *Parasite*



nel corso dell'anno fino a 500 milioni di dollari in film e serie locali, e un mese dopo, a Tokyo, di voler raddoppiare il numero dei cartoni animati giapponesi presenti su piattaforma (passeranno da 20 a 40). Investimenti che, secondo gli analisti, sarebbero indice sia dell'appeal internazionale delle due categorie di contenuti (k-drama e anime), che della crescente importanza dell'Asia per il futuro di Netflix, le cui entrate in Corea del Sud – secondo quanto comunicato dalla stessa azienda – sarebbero più che raddoppiate, toccando i 356 milioni di dollari lo

scorso anno. Nel 2020 le ore di visione di contenuti coreani in Asia su Netflix sono quadruplicate rispetto al 2019, sempre secondo l'azienda, e gli anime giapponesi hanno conquistato le top 10 dei prodotti più visti su piattaforma in quasi 100 paesi lo scorso anno (tra cui Cile, Francia, Italia, Perù, Taiwan e Thailandia). Discorso a parte merita il Giappone, che quest'anno diventerà, secondo le previsioni della piattaforma, il più grande mercato di Netflix nell'area del Pacifico asiatico, superando Australia e Nuova Zelanda, dove anime e k-drama occupano spesso tutte le posizioni della classifica. Una campagna acquisti nella quale si sono lanciati anche i competitor Disney+ e HBO Max, a loro volta interessati a intensificare il controllo di contenuti locali nella regione: secondo il sito di notizie economiche coreane *Herald Economy*, WarnerMedia sarebbe in trattative per acquistare una quota di minoranza dell'etichetta K-pop HYBE, che darebbe a HBO Max i diritti esclusivi di streaming internazionale per i film dei concerti della boyband BTS e altri eventi legati al fenomeno del pop coreano. Infine, per quel che riguarda Disney, fonti vicine all'azienda in Asia affermerebbero che lo studio stia puntando a un approccio più qualitativo che quantitativo alla "torta" degli anime, scegliendo esclusivamente titoli in linea con il brand Disney+.

Una delle scene più spettacolari e iconiche di *Parasite*



Ciné n.10 Giornate di Cinema

20—23
luglio 2021

Palazzo dei Congressi
Riccione

Viva il cinema
al cinema!

cinegiornate.it

ciné

GIORNATE
DI CINEMA
X EDIZIONE

CINEVENTI



PALA
RICCIONE



Conference
Service srl

MAIN SPONSOR

LINO SONEGO

INDIANA PRODUCTION E RAI CINEMA
PRESENTANO

ALE
E FRANZ

NATALINO
BALASSO

MARCO
BONADEI

WALTER
LEONARDI

GIULIO
PRANNO

VINCENZO
ZAMPA

E CON
CHRISTIAN
DE SICA

UN FILM DI
GABRIELE SALVATORES

DAL 10 GIUGNO AL CINEMA

PRODOTTO DA INDIANA PRODUCTIONS CON RAI CINEMA. PRODOTTO DA MARCO COHEN, BENEDETTO HABIB, FABRIZIO DONVITO, DANIEL DAMPIS PAVONCELLI.
IN COLLABORAZIONE CON FILM VENETIA GIULIA FILM COMMISSION. PRODUTTORE ESECUTIVO FERDINANDO BUNIFAZI. BASATO SULL'OPERA TEATRALE "COMEDIANS" DI TREVOR GIFFITHS.
REGIA DI GABRIELE SALVATORES. COSTING FRANCESCO VENTURATI. AUTORE REGIA FRANCESCA PEDIC GRECO. TRUCCO LINDA CANNELLI. ACCENSO/SCENIC/FABRIZIO MANINI.
MONTAGGIO DEL SONO ANDREA CARETTI. SONO DI REGIA ANTONIO TRINELLI. FRENCO DI MIX GIANNI PALLOTTO. SOUND IN PRESA DIRETTA CALBERTO MARTINELLI. COSTUME PATRIZIA CHERICONI.
SCENEGRAFIA FRITA BABASSINI. MONTAGGIO CHIMARA GRIZIOTTI. FOTOGRAFIA TULLO PETRUCCIONE. REGIA DI GABRIELE SALVATORES.

INDIANA

Rai Cinema

Direzione Generale
CINEMA &
AUDIOVISIVO
MIC

FILM VENETIA GIULIA

FILM VENETIA GIULIA
FILM COMMISSION

SEGUICI SU      