NOTORIOUS PICTURES

.....

IL PREMIO OSCARS

JOAQUIN PHOENIX

# C'MON C'MON

TUTTI HANNO BISOGNO DI QUALCUNO

WOODY NORMAN

★★★★

\*POETICA INTERPRETAZIONE
DI PHOENIX\*

SCREENDAILY



PESTA DEL CINEMA DI ROMA

SELECTION SERVICES



\*LA MIGLIOR SCENEGGIATURA DI QUESTO DECENNIO\*

VARIETY

★★★★ "IL MIGLIOR FILM DELL'ANNO"

The Andeposited Color

★★★★ "UN'AGRODOLCE COLLISIONE

TRA ARTE E VITA

Entertamment

SCRITTO E DIRETTO DAL CANDIDATO ALL'OSCAR® MIKE MILLS

PROSSIMAMENTE #SOLOALCINEMA













BERNARD CAMPAN ALEXANDRE JOLLIEN

# BEAUTIFUL MINDS

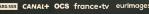
Il modo migliore per iniziare la giornata è pensare a chi poterla rendere migliore



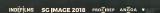
PROSSIMAMENTE #SOLOALCINEMA





















# LUCE CINECITA LISTINO PRIMO SEMESTRE 2022

# **COME PRIMA**

DI TOMMY WEBER

# **BOSNIA EXPRESS**

DI MASSIMO D'ORZI

# FELLINI E L'OMBRA

DI CATHERINE MCGILVRAY

# GIOVANNA, STORIE DI UNA VOCE

DI CHIARA RONCHINI

# IL MONDO A SCATTI

DI CECILIA MANGINI, PAOLO PISANELLI

# ITALIA. IL FUOCO, LA CENERE

DI CÉLINE GAILLEURD, OLIVIER BOHLER

# LA MACCHINA DELLE IMMAGINI DI ALFREDO C.

DI ROLAND SEJKO

# LOS ZULUAGAS

DI FLAVIA MONTINI



WWW.CINECITTA.COM

# DI CREDERCI SUL SERIO

gni processo di ricostruzione richiede tempo e risorse. Ma prima ancora, richiede che qualcuno creda fermamente nel progetto in questione. Oggi il cinema è in questa fase di ricostruzione: il pubblico va riabituato e incentivato all'esperienza in sala, il mercato va nuovamente indirizzato verso un percorso di crescita per riallinearsi il prima possibile ai numeri pre-pandemia, nella speranza di poterli poi superare. Ma se non si crede davvero in questo progetto di rilancio del settore, il rischio è quello di mettersi in stand-by in attesa di tempi migliori che potrebbero non arrivare. Per questo, mai come oggi, è necessario continuare a portare in sala film di rilievo, sostenuti da una comunicazione efficace attraverso importanti campagne marketing. Il pubblico deve sapere che il cinema è vivo e che ogni settimana può trovare nuovo prodotto di appeal da fruire sul grande schermo. Intanto il box office italiano sta dando segnali sempre più incoraggianti, pur in un mercato polarizzato attorno ai film-evento. Ma si sapeva che sarebbero stati proprio i blockbuster a spingere la ripartenza, e ora è compito del mercato mostrare che attorno ai pianeti gravitano anche magnifici satelliti da scoprire in sala. Fortunatamente i film non mancano e lo dimostrano i ricchi listini presentati dai distributori in questo numero di Box Office attraverso il libretto Screenings e lo Speciale Distribuzione con le interviste ai manager delle società. Certo, le sfide sono tante. Gli stessi distributori evidenziano la necessità (più volte ribadite sulle pagine di questa rivista) di riniziare subito a pianificare una nuova "Festa del Cinema", rendendola un appuntamento fisso a cui il pubblico possa abituarsi, e di far risorgere l'ambizioso "Moviement" per il rilancio dell'estate. Due progetti a cui le associazioni di categoria dovrebbero dare massima priorità. Si rendono, inoltre, urgenti ulteriori valutazioni del Governo per continuare a sostenere il cinema italiano sotto forma di nuovi interventi e riconfermando le misure già in atto. Ad ogni modo una cosa è certa: il settore deve credere in questa ripartenza e deve farlo con tutte le sue forze.

di **Paolo Sinopoli** 



FIENNES

ARTERTON

HANS IFANS

DICKINSON

HOUNSOU



# Ki RIGINI

DAL 5 CENNAIO

SOLO AL CINEMA

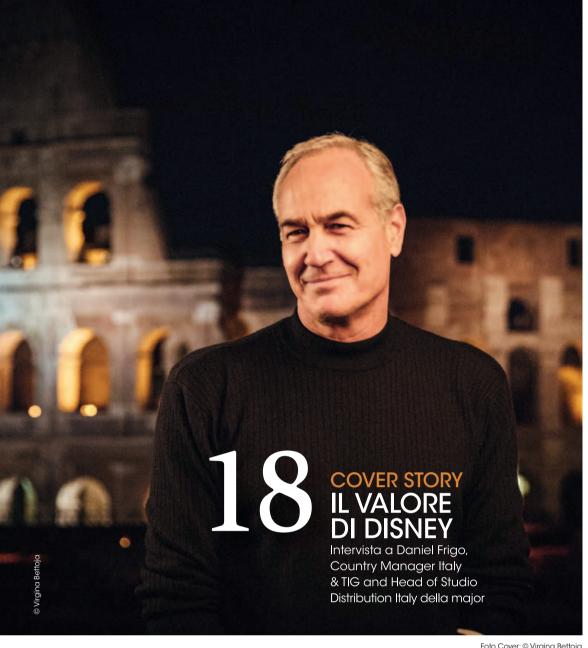


Foto Cover: © Virgina Bettoja





14 NEWS

**30** BILANCI LE PRODUZIONI FANNO I CONTI COL COVID

Una fotografia dei bilanci delle principali aziende audiovisive italiane nel 2020, anno segnato dalla pandemia

DEMBA, CREATIVITÀ OLTRE LA COMUNICAZIONE

L'amministratore unico Marco De Micheli racconta l'evoluzione e la crescita dell'agenzia

**56** RICERCHE **AUDIOVISIVO, UN MERCATO IN FERMENTO** 

I dati del Terzo Rapporto sulla produzione audiovisiva nazionale di Apa e dello studio ICE





# 64

#### STREAMING, ANCHE LE NUVOLE INQUINANO

Un'analisi sull'impatto ambientale delle piattaforme, tutte connesse a un unico cloud, la AWS di Amazon

# **EVENTI**

#### RITORNO IN FESTA A LUCCA

La celebre manifestazione è tornata in presenza con 90mila biglietti venduti e un'area Movie sempre attrattiva



# 80

#### **ESERCIZIO**

#### UN TOUR TRA I CINEMA **VISTI AL CINEMA**

In giro per il mondo presso le sale cinematografiche protagoniste di alcune delle scene più iconiche dei film



# BOXOFFICE

Anno XXV N. 19 30 novembre 2021

Direttore responsabile
Vito Sinopoli
Responsabile di redazione Paolo Sinopoli
Redazione Valentina Tortaschi
no collaborato Marco Bellatorre, Monica Ciceri, Stefano
Neri, Ilaria Ravarino, Marita Toniolo
Graffica e fotolito Emmegi Group Milano
Caposervizio redazione grafica Alda Pedrazzini
Coordinamento tecnico Paola Lorusso
plorusso@e-duesse.if
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 Duesse Communication St, Titolare del trattamento dei dati personali, liberamente conferiti per fomire 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 St - 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 rubbilicazione 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 Millano Reg. Trib. Millano n. 238 del 7/5/94 -Iscrizione Registro Nazionale della Stampa n. 9380 del 11/4/2001 - ROC n. 6794

Stampa Galli Thierry 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 immagnin 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.I.

Viale Giulio Richard, 1 - Torre A - 20143 Milano Tel. 02.277961 - Fax 02.27796300

Questo numero di *Box Office* è stato chiuso in redazione l'8 novembre 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 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** 









# LISTINO 2021-2022

UNA FAMIGLIA VINCENTE KING RICHARD



Regia: Reinaldo Marcus Green Cast: Will Smith, Saniyaa Sidney e Demi Singleton.



TRE DI TROPPO

Regia: Fabio De Luigi Cast: Fabio De Luigi e Virginia Raffaele.

DC LEAGUE

OF SUPER-PETS

MORBIUS



Regia: Daniel Espinosa Cast: Jared Leto, Adria Arjona, Matt Smith.



L'ARMA DELL'INGANNO

Regla: John Madden Gast: Colin Firth, Marthew Macfadyen, Kelly Macdonald, Penelope Wilton, Johnny Flynn e Jason Isaacs.

**BLACK ADAM** 

ANIMALI FANTASTICI I SEGRETI DI SILENTE

DE LEAGUE OF

**ELVIS** 



Regla: Jaume Cotlet-Sezza Cast: Dwayne Johnson, Sarali Shahi e Pierce Brosson.

SILENTE

Regia: Jared Stern

Regia: Baz Luhrmaan Cast: Tom Hanks, Austin Butler e Olivia De Jonge.

www.warnerbros.it

Reg L David Yates Cast: Eddie Redmayne, Jude Law,

Ezra Mitter e Mads Mikkelson.

CREDITI NON CONTRATTUALS

03031 WARNES BROS, ENT. ALL RIGHTS RESERVED

G2021 SONY PICTURES ENTERTAINMENT INC. ALL RIGHTS RESEVED

E VED

## SPIDER-MAN NO WAY HOME



Regia: Jon Wats Cast: Tom Holland, Zindaya, Jacob Batalon, Benedict Comberbatch.

## 7 DONNE E UN MISTERO



Regia: Alessandro Génovesi Cast: Margherita Buy, Dianip Del Butalo, Sabrina Impacciatore, Benedetta Porcaroli, Micaela Ramnzzotti, Luisa Ranieri e con Ornella Vanoni.

### MATRIX RESURRECTIONS



Regia: Lana Wachowski Cast: Keanu Reeres, Carrie-Anne Moss, Neil Patrick Harris e Jada Pinkett Smith.

## ME CONTRO TE - IL FILM PERSI NEL TEMPO



Regia: Gianluca Leuzzi Cast: Lui e Sofi (Me contro Te)

# IL MAMMONE



Regia: Giovanni Bognetti Cast: Biego Abatantuono, Angela Finocchiano, Andrea Pisani e Michela Giraud.

# UNCHARTED



Regla: Ruben Fleischer Cast: Tom Holland, Mark Wahlberg, Sophib Ali, Tati Galarielle, Antonio Banderas.

# THE BATMAN



Regia: Matt Reeves
Cast: Robert Pattinson, Zoë Kravitz,
Paul Dano, Jeffrey Wright, John Turturro,
Peter Sarsgaard e Colin Farrell.

## **BULLET TRAIN**



Regia: David Leitch Cast: Brad Pitt, Aaron Taylor-Johnson, Zazie Beetz e Sandra Bellock

# L'IMMENSITÀ



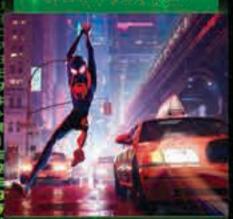
Regia: Emanuele Crialese Cast: Penélope Cruz.



THE FLASH

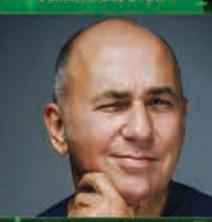
Regia: Andy Muschietti Cast: Ezra Miller, Ben Affleck e Michael Keaton.

# SPIDER-MAN: INTO THE SPIDER-VERSE SEQUEL



Regla: Joaquim Dos Santos, Justin K. Thampson, Kemp Powers.

# IL NUOVO FILM DI Ferzan Ozpetek



Regla: Ferzan Ozpetek



IRING PEOPLE



**UN EROE** DAL REGISTA DUE VOLTE PREMIO OSCAR UN FILM DI **ASGHAR FARHADI** CAST AMIR JADIDI MOHSEN TANABANDEH



UN FILM DI GIUSEPPE TORNATORE CAST ENNIO MORRICONE QUENTIN TARANTINO **CLINT EASTWOOD** 



UN FILM DI **EVA HUSSON** CAST ODESSA YOUNG JOSH O'CONNOR **OLIVIA COLMAN COLIN FIRTH** 



OFFICIAL COMPETITION UN FILM DI GASTÓN DUPRAT MARIANO COHN CAST PENÉLOPE CRUZ ANTONIO BANDERAS



TITOLO PROVVISORIO UN FILM DI **Valérie Lemercier** Cast **Valérie Lemercier** SYLVAIN MARCEL



LA VOCE DELL'AMORE







WHERE IS ANNE FRANK?



UN FILM DI **ARI FOLMAN** 



UN FILM DI **NABIL AYOUCH** CAST **ANAS BASBOUSI ISMAIL ADOUAB** 

MERYEM NEKKACH



FLAG DAY



UN FILM DI **SEAN PENN** CAST SEAN PENN DYLAN FRANCES PENN
JOSH BROLIN MILES TELLER



WHAT'S LOVE GOT TO DO WITH IT?

UN FILM DI **Shekhar Kapur** CAST EMMA THOMPSON LILY JAMES



**ELIZABETH II ROYAL** 

UN FILM DI **ROGER MICHELL** 



RETRIBUTION

UN FILM DI **NIMRÓD ANTAL** CAST LIAM NEESON MATTHEW MODINE



THE LOST KING

UN FILM DI **Stephen Frears** CAST STEVE COOGAN



LA DONNA PER ME

UN FILM DI MARCO MARTANI CAST ANDREA ARCANGELI ALESSANDRA MASTRONARDI STEFANO FRESI CRISTIANO CACCAMO EDUARDO SCARPETTA FRANCESCO GABBANI



I PROFETI

UN FILM DI ALESSIO CREMONINI CAST JASMINE TRINCA ISABELLA NEFAR ZIAD BAKRI



GLI IDOLI DELLE DONNE

UN FILM DI LILLO E GREG CAST LILLO E GREG ILARIA SPADA FRANCESCO ARCA MARINA CORRADO GUZZANTI





LA BEFANA VIEN DI NOTTE 2-LE ORIGINI

UN FILM DI PAOLA RANDI CAST MONICA BELLUCCI ZOE MASSENTI ALESSANDRO HABER HERBERT BALLERINA CORRADO GUZZANTI FABIO DE LUIGI





ALTRIMENTI CI ARRABBIAMO

UN FILM DI YOUNUTS! CAST EDOARDO PESCE ALESSANDRO ROJA ALESSANDRA MASTRONARDI CHRISTIAN DE SICA



### IL PRINCIPE DI ROMA

UN FILM DI EDOARDO FALCONE
CAST MARCO GIALLINI GIULIA BEVILACQUA
FILIPPO TIMI SERGIO RUBINI DENISE TANTUCCI
ANDREA SARTORETTI GIUSEPPE BATTISTON



**CON CHI VIAGGI** 

UN FILM DI YOUNUTS! CAST LILLO ALESSANDRA MASTRONARDI MICHELA DE ROSSI FABIO ROVAZZI



Un film dei



# DAL 16 DICEM









Manetti bros.





BRE AL CINEMA



# **ARCADIA, INAUGURATO** UN NUOVO CINEMA

Il 27 ottobre è stato inaugurato a Stezzano, in provincia di Bergamo (una delle città italiane più colpite dalla pandemia da Covid-19), un nuovo cinema del circuito Arcadia di Piero Fumagalli nell'ambito dell'ampliamento dello Shopping Center "Le due torri". Per l'occasione, è stato proiettato in anteprima Freaks Out di Gabriele Mainetti, alla presenza di gran parte dell'industria cinematografica e del protagonista Claudio Santamaria (con tanto di video-saluto del ministro Dario Franceschini e del direttore generale cinema e audiovisivo del MiC Nicola Borrelli). Il nuovo cinema Arcadia di Stezzano prosegue il percorso di innovazione e massima qualità tecnologica con cui il circuito si è fatto conoscere in tutto il mondo. Nel dettaglio, la struttura presenterà 7 sale con megaschermi, sarà il primo cinema in Italia con due sale nel formato Premium Large Format (PLF) e impianto audio immersivo Dolby Atmos - Meyer Sound, così come sarà il primo cinema



in Italia con proiezione 4K Laser Christie in tutte le sale, caratterizzate da recliner seats dal design esclusivo targate Cinearredo.



**NOVITÀ IN ANICA** 

Cinema di Stezzano (BG)

È un momento di grande fermento in Anica. La prima assemblea della nuova Unione Editori e Distributori Anica ha nominato all'unanimità Luigi Lonigro in veste di presidente, eletto dopo il precedente mandato, conclusosi con l'entrata in vigore del nuovo Statuto. Inoltre, un nuovo mondo è entrato in casa Anica. L'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche, Audiovisive e Digitali ha annunciato la nascita di una nuova unione "Editori e Creators Digitali", dedicata ai protagonisti della galassia dell'audiovisivo e dello storytelling digitale. Guidata dalla neo presidente Manuela Cacciamani, l'unione Editori e Creators Digitaliintende promuovere l'industria

dei contenuti digitali che ruotano intorno al cinema, per codificare i nuovi mestieri del digitale, cooperare sulla formazione con università, scuole e centri di ricerca. Due i vice presidenti: Vincenzo Piscopo. director presso ali studios di Ciaopeople, e Carlo Rodomonti, responsabile marketing strategico e digital di Rai Cinema. Infine, Micaela Fusco è stata eletta presidente della nuova unione Esportatori Internazionali.





#### LA GIUSTA DISTANZA

Una rubrica di Andrea Piersanti



## I mostri siamo noi

Effetti speciali? Certo. Alto production value? Assolutamente. C'è altro però. C'è, per esempio, una scrittura libera dall'Io. Ecco la differenza. Il film di Gabriele Mainetti indica una luna che è difficile ignorare. Da tempo il cinema italiano è chiuso nella gabbia dell'autoreferenzialità. Scrivo di ciò che conosco meglio, me stesso. Lo dicono i registi italiani candidati all'Oscar e non ricordano (o fingono di non ricordare) che su questo tema, Federico Fellini, con 8 1/2, aveva già detto e filmato tutto ciò che c'era da dire e filmare sull'argomento. Andarsi a rivedere di corsa il documentario L'ultima sequenza di Mario Sesti per ascoltare Fellini che dice «Io non so niente di niente». Narrare solo l'Io, ciò che conosco meglio, rappresenta un rischio per il linguaggio. L'Io, d'accordo con l'anagrafe, invecchia insieme con noi. Perde l'elasticità necessaria per rimanere in ascolto del resto dell'umanità. Dimentichiamo l'esistenza dell'altro e rinunciamo al nostro ruolo di intermediari della realtà. Se ci blocchiamo davanti allo specchio, e snobbiamo la finestra, non faremo altro che annoiare noi stessi e il pubblico in sala. La realtà è continuamente sorprendente. Fornisce soluzioni inaspettate alle crisi che da soli non sapremmo come affrontare. La selfie mania che sembra aver contagiato una parte del cinema italiano invece genera claustrofobia, sindrome dell'eterno presente, strage dei sogni, assassinio del futuro. Se narriamo ciò che vediamo allo specchio, i mostri siamo noi.

#### NETFLIX CAMBIA METODO DI RILEVAZIONE

Netflix ha annunciato una rivoluzione interna nella rilevazione delle visualizzazioni dei contenuti sulla propria piattaforma streaming. Viene abbandonata la linea dei 2 minuti per conteggiare una visione di un prodotto audiovisivo durante i primi 28 giorni di disponibilità ("denunciato" più volte sulle pagine di Box Office come un metodo assolutamente non indicativo), per lasciare spazio a un nuovo metodo focalizzato sul numero di ore auardate da tutti ali account. Un cambiamento che, secondo Netflix, migliorerebbe «la lettura sul coinvolgimento e la soddisfazione del pubblico».



#### **BREVISSIME**

- FENIX HA ACQUISITO IL 60% DI LASER S. FILM E DI LASER DIGITAL FILM, SOCIETÀ OPERANTI NEL SETTORE DELLA POST-PRODUZIONE AUDIO E VIDEO DI CONTENUTI CINEMA ETV
- IL WAR MOVIE CINESE THE BATTLE AT LAKE CHANGJIN È IL MAGGIORE INCASSO MONDIALE DEL 2021 CON 874 MILIONI DI DOLLARI
- LEGENDARY E WARNER BROS, HANNO AVVIATO LA PRODUZIONE DI DUNE 2, CHE RIVEDRÀ A BORDO IL REGISTA DENIS VILLENEUVE E IL PROTAGONISTA TIMOTHÉE CHALAMET
- A FINE OTTOBRE HBO MAX, LA PIATTAFORMA STREAMING DI WARNERMEDIA, SI È ACCESA NEI PAESI DEL NORD EUROPA E IN SPAGNA



# PRIMO SEMESTRE 2022



OPEN ARMS LA LEGGE DEL MARE

DI MARCEL BARRENA CON EDUARD FERNANDEZ, DANI ROVIRA, ANNA CASTILLO



LIZZY E RED AMICI PER SEMPRE

DI JAN BUBENICEK, DENISA GRIMMOVA



### GOLD

DI ANTHONY HAYES CON ZAC EFRON, SUSIE PORTER, ANTHONY HAYES



## MAIGRET

DI PATRICE LECONTE CON GÉRARD DEPARDIEU



## SCHOOL OF MAGICAL ANIMALS

DI GREGOR SCHNITZLER CON EMILIA MAIER, LEONARD CONRADS, LORIS SICHROVSKY



#### HATCHING LA FORMA DEL MALE

DI HANNA BERGHOLM CON SIIRI SOLALINNA, SOPHIA HEIKKILA, ANI VOLANEN

# **ANTICIPAZIONI**



### **IO E SPOTTY**

DI COSIMO GOMEZ CON FILIPPO SCOTTI, MICHELA DE ROSSI



# **KOZA NOSTRA**

DI GIOVANNI DOTA CON IRMA VITOVSKA, GIOVANNI CALCAGNO, GIUDITTA VASILE

# **EVENTI**



# I GIRASOLI DI VAN GOGH

DI DAVID BICKERSTAFF



#### STEVE MCCURRY: LA RICERCA DEL COLORE

DI DENIS DELESTRAC

# LISTINO 1° SEMESTRE 2022

# **HOUSE OF GUCCI**

Regia: Ridley Scott Genere: Drama/Thriller Cast: Lady Gaga, Adam Driver, Al Pacino, Jared Leto. Jeremy Irons, Salma Hayek.

# **STEVE - UN MOSTRO** A TUTTO RITMO

Regia: Hamish Grieve Genere: Animation Con le voci di: Carlo Conti. Mariasole Pollio.

# **BACKSTAGE DIETRO LE QUINTE**

Regia: Cosimo Alemà Genere: Dramedv Cast: B. Dellacasa, G. Futia. G. Galati. M. Giunchi, A. Moroni, I. Nestovito, Y. Pascale,

## **SCREAM**

Regia: Matt Bettinelli-Olpin Tyler Gillett Genere: Horror Cast: Dvlan Minnette, Jack Quaid, Sonia Ammar, Courteney Cox, David Arguette, Neve Campbell.

## **FAREWELL** MR. HAFFMAN

Regia: Fred Cavayé Genere: Drama Cast: Daniel Auteuil. Gilles Lellouche. Sara Giraudeau.

# GRANDI PER GRANDE

R. Suarez, G. Tonini.



SOME

# THE BUNKER GAME

Regia: Roberto Zazzara Genere: Horror Cast: Gaia Weiss. Mark Ryder, Makita Samba.

# THE LOST CITY

Regia: **Aaron Nee** Adam Nee Genere: Comedy/Action Cast: Sandra Bullock. Channing Tatum, Daniel Radcliffe, Brad Pitt.

### **SONIC: IL FILM 2**

Regia: Jeff Fowler Genere: Animation Cast: Ben Schwartz, Idris Elba, Jim Carrey, James Marsden.

# **CYRANO**

Regia:
Joe Wright
Genere:
Drama
Cast:
Peter Dinklage,
Haley Bennett,
Kelvin Harrison Jr.

# TOP GUN: MAVERICK

#### Regia:

Joseph Kosinski

Genere:

Action, drama

Cast:

Tom Cruise, Jennifer Connelly,

Miles Teller, Jon Hamm, Glen Powell, Monica

Barbaro, Lewis Pullman.

## **LICORICE PIZZA**

#### Regia:

Paul Thomas Anderson

Genere:

Drama Cast:

Alana Haim,

Cooper Hoffman,

Sean Penn, Tom Waits,

Bradley Cooper.



# EMOZIONI IL SCHERMO



# **THIRTEEN LIVES**

#### Regia:

Ron Howard

Genere:

Drama

Cast:

Colin Farrell, Viggo Mortensen,

Joel Edgerton.



# IL TALENTO DI MR. CAGE

#### Regia:

Tom Gormican

Genere:

Comedy

Cast:

Nicolas Cage,

Pedro Pascal, Neil Patrick Harris.



# THE DEVIL'S LIGHT

Regia:

Daniel Stamm

Genere: Horror

Cast:
Jackie Byers,

Colin Salmon, Christian Navarro.



# **KING**

#### Regia:

David Moreau

Genere:

Family/ Adventure

Cast:

Gérard Darmon, Lou Lambrecht,

Léo Lorleac'h.



- f/paramountpicturesIT
- /paramountpicturesitalia
- /ParamountPicturesItalia

www.eaglepictures.com

- **■** /EaglePictures
- /eagle.pictures



# ILVALORE DI DISNEP

DANIEL FRIGO, COUNTRY MANAGER ITALY & TIG AND HEAD OF STUDIO DISTRIBUTION ITALY DELLA MAJOR, RACCONTA GLI SFORZI PER SOSTENERE LA RIPARTENZA E ANALIZZA LE GRANDI TRASFORMAZIONI IN CORSO, EVIDENZIANDO CRITICITÀ E OPPORTUNITÀ DI UN MERCATO CHIAMATO A RISOLLEVARE LA TESTA. MA SOTTOLINEA ANCHE LA NECESSITÀ DI INNOVARE IL PARCO SALE PER MIGLIORARE LA CUSTOMER EXPERIENCE E PIANIFICARE CAMPAGNE MARKETING SEMPRE PIÙ PROFILATE

di Paolo Sinopoli – foto di Virgina Bettoja

iamo orgogliosi del ruolo cruciale che Disney ha avuto in una fase così difficile e sofferta per il mercato italiano». Sono queste le parole di Daniel Frigo, Country Manager Italy & TIG and Head of Studio Distribution Italy di The Walt Disney Company Italia, nel descrivere il sostegno essenziale che la major ha riservato alla ripartenza del cinema nel 2021. Un riavvio dei motori che ha visto Disnev scendere in campo con titoli molto attesi quali Crudelia, Black Widow e Shang-Chi, infondendo nuova linfa vitale in un settore in forte difficoltà e incentivando il ritorno in sala del pubblico. «Riteniamo molto positivi i risultati complessivi ottenuti da questi tre film», ha dichiarato Daniel Frigo. «Naturalmente la valutazione non può essere fatta con gli stessi criteri di pre-pandemia. A mio avviso, il grande valore, non quantificabile in termini monetari, è stato proprio il fatto di

avere immesso nel mercato titoli di grande peso in una fase molto delicata dopo sei mesi di chiusura totale. Servivano titoli di richiamo che potessero fare da volano alla comunicazione della riapertura delle sale e, per questo, abbiamo scelto di sostenere l'industria nel suo insieme. Resta complessa un'analisi oggettiva del box office, proprio per la straordinarietà del momento. Tra l'uscita di Crudelia e Black Widow, ad esempio, i cinema riaperti si aggiravano mediamente intorno al 50-55% del parco sale complessivo, con capienza ridotta al 50% e distanziamento; il pubblico aveva perso l'abitudine di frequentare la sala, considerata l'emergenza sanitaria iniziata a fine febbraio 2020. Inoltre, la ripartenza è avvenuta alle porte dell'estate, da sempre un periodo complicato per il nostro mercato, anche prima della pandemia. In questo senso, siamo molto soddisfatti della performance complessiva di questi film e siamo orgogliosi del ruolo cruciale che Disney ha avuto in una fase così difficile e sofferta per il mercato italiano.

#### E la sua opinione generale su questa ripartenza? Siamo sulla buona strada per tornare ai livelli pre-pandemia?

Credo si possa cominciare a parlare di vera ripartenza a partire da agosto, quando si è registrata un'immissione regolare di titoli di forte richiamo e quando il numero delle sale aperte ha iniziato a crescere. Certo, non sono mancati ostacoli lungo il percorso, come l'introduzione del green pass che, soprattutto all'inizio, ha avuto un impatto pesantissimo sui risultati dei film. La situazione è pian piano migliorata con l'aumento dei vaccinati con almeno una dose. Finora abbiamo assistito a una crescita lenta ma abbastanza costante. Fino all'uscita

di Dune sembrava non si riuscisse a superare la barriera dei 5 milioni di euro, poi sia il film di Villeneuve che No Time to Die hanno portato questa soglia sopra i 7 milioni, seguiti da Venom 2. Da questa situazione sembra emergere un pubblico ancora concentrato su pochissimi titoli, tendenzialmente appartenenti a franchise o con una fan base dell'IP consolidata nel tempo, come può essere il caso di Dune. Per il resto del prodotto la strada è in salita, a partire dal genere animation. Se, quindi, da una parte si assiste a un trend incoraggiante, dall'altra c'è la necessità di fare uno scatto ulteriore, con un'azione corale di tutti. In ogni caso sono molto ottimista anche per i risultati ottenuti in altri Paesi e credo che l'Italia non tarderà ad allinearsi. È solo una questione di tempo.

#### Pensa che in futuro il mercato ruoterà unicamente attorno a film-evento e franchise?

In realtà, a ben vedere, la recente pandemia ha ridotto questa tendenza: c'è stato un abbattimento generalizzato del box office per singolo film che in qualche caso sembra aver avvantaggiato - con le dovute cautele e proporzioni - alcuni titoli più autoriali. Non penso che in un futuro il cinema ruoterà solo attorno ai grandi blockbuster e credo che tutti i film abbiano diritto ad avere lo spazio che meritano, cosicché tutti i potenziali pubblici possano sempre trovare al cinema il titolo più in linea con i loro gusti. Ciascun film non va ridotto solo ai numeri che genera al box office, bensì anche per l'impatto culturale che porta con sé. Per citare Woody Allen, "se i miei film non fanno incassi, significa che sto facendo qualcosa di buono". In questo senso dovremmo sfruttare la cassa di risonanza dei blockbuster per avvicinare più persone possibili al cinema, nella speranza che cresca il desiderio di rivivere l'esperienza cinematografica anche attraverso altri titoli "non evento".

#### Secondo lei quali trasformazioni saranno irreversibili e con quali di



#### queste il mercato dovrà fare i conti al più presto?

Forse è ancora presto per capire quale sarà davvero la nuova realtà in cui ci troveremo a operare. Abbiamo assistito a una accelerazione improvvisa di fenomeni che erano già in essere e in evoluzione, come l'affermazione delle piattaforme streaming. Certo dovremo capire se il pubblico si focalizzerà sempre più sui film-evento, se tutti i potenziali target di spettatori torneranno al cinema e quando questo avverrà. Ma prima dovremo avvicinarci il più possiile a uno stato di normalità, dove ci saremo lasciati alle spalle il Covid.

# A differenza del Nord America, in Italia la modalità Premium vod non sembra risultare tra le opzioni più attrattive per il grande pubblico. Pensa che in futuro questo trend possa cambiare?

Se c'è una cosa che è stata confermata in questi due anni è che tutto può cambiare e molto più in fretta di quanto possiamo immaginare. Nel caso specifico, rispetto a un mercato come quello Nordamericano, la modalità Pvod è certamente meno nelle corde della platea italiana, anche se lentamente potrebbe

inserirsi maggiormente tra le opzioni considerate dagli italiani.

# Come valuta in Italia le sperimentazioni effettuate sulle uscite day-anddate tra cinema e Disney+?

Siamo soddisfatti delle sperimentazioni effettuate con la contemporaneità tra Accesso VIP su Disney + e uscita cinematografica. I risultati sono stati superiori alle attese senza impattare il box office theatrical e confermando la centralità della sala.

#### Per i film Disney in uscita a fine anno, si è optato per una window theatrical esclusiva di 45 giorni prima di approdare su Disney+. Quali le ragioni dietro questa strategia?

In linea di massima la window di esclusiva theatrical per i prossimi titoli Disney è di 45 giorni, ma potrà variare a seconda dei film. In questo momento è necessaria la massima flessibilità nelle strategie per intercettare e soddisfare le necessità del consumatore, fornendo più opzioni per la fruizione di un contenuto.

# Quali saranno i prossimi film Disney in uscita sul grande schermo?

Nei prossimi mesi sono in arrivo tanti grandi titoli che faranno emozionare



e divertire il pubblico di tutte le età. A cominciare dal nuovo adattamento cinematografico del grande classico *West Side Story*, diretto da Steven Spielberg, e *The King's Man – Le origini*, terzo capitolo della saga che includerà anche alcune sequenze girate in iconiche location piemontesi tra cui il Castello di Racconigi, la Reggia di Venaria, il Palazzo Reale di Torino, Lungo Po Diaz a Torino e il comune di Venaria. A dimostrazione di quanto il nostro Paese sia importante per la filiera cinematografica.

Nel corso del 2022 arriveranno Deep Water, il ritorno al thriller di Adrian Lyne con Ben Affleck e Ana De Armas, e La fiera delle illusioni - Nightmare Alley di Guillermo del Toro e con un cast d'eccezione composto da Cate Blanchett, Bradley Cooper, Willem Dafoe, Toni Collette e Rooney Mara. Prima della notte degli Oscar uscirà in sala Gli occhi di Tammy Faye, dove il pubblico potrà ammirare la straordinaria interpretazione della protagonista Jessica Chastain, che ha presentato il film a Roma in occasione della Festa del Cinema. Dopo il grande successo in Italia e in tutto il mondo di Assassinio sull'Orient Express, Kenneth Branagh torna nei panni dell'iconico detective Hercule Poirot nella nuova avventura Assassinio sul Nilo. Senza dimenticare i



nuovi arrivi in casa Disney e Pixar, *Red* e *Lightyear - La vera storia di Buzz*, e gli attesissimi titoli Marvel Studios *Doctor Strange nel multiverso della follia* e *Thor: Love and Thunder*.

#### Un grande tema nel mercato italiano è l'assenza di dati che aiutino a profilare i target di pubblico. Come si può invertire questo trend?

Anche se ad oggi non esiste ancora una vera profilazione degli "utenti cinema", qualcosa in questa direzione si sta muovendo. Stiamo, però, parlando di un mercato ancora molto frammentato e senza un sito aggregatore (come, ad esempio, Fandango.com negli Stati Uniti) che consentirebbe la vendita di biglietti per tutti i cinema italiani, portando a una raccolta sistematica e continua di dati del pubblico. Inoltre, in Italia abbiamo ancora un'alta percentuale di persone che comprano i biglietti al botteghino, rendendo quindi difficile ogni possibile classificazione e segmentazione. Ma grazie un periodo che ha favorito gli acquisti online e contactless, ci stiamo gradualmente movendo verso una digitalizzazione dell'intera filiera. Un trend che potrebbe portare a una sempre maggiore condivisone di dati tra distributori ed esercenti, volta a rendere più efficienti e produttive le campagne marketing (soprattutto quelle digital). Ci sono ricerche di mercato che, oltre ai consueti dati socio-demografici, ci aiutano a identificare meglio il profilo, la dieta mediatica e le abitudini più frequenti degli spettatori tipo per singolo film o genere. Potremmo così arrivare a progettare un sito unico per la vendita online dei biglietti, capace di aggregare tutti quelli presenti nel mercato, o un sito come Cinemascore (presente negli Usa) che, oltre a mostrare l'indice di gradimento dei film da parte dei moviegoers, fornisce una fotografia dell'audience che è andata in sala. L'obiettivo finale sarebbe beneficiare di uno strumento che permetta di identificare con precisione il pubblico di riferimento e di calibrare tutte le strategie marketing dell'esercizio e della distribuzione.

Su quali punti l'esercizio di domani dovrebbe migliorare per instaurare un dialogo più diretto con il pubblico e più virtuoso con la distribuzione?

Come dicevamo, l'esercizio dovrebbe spingere maggiormente il proprio pubblico verso l'utilizzo di strumenti digitali per l'acquisto dei biglietti. Il settore dell'e-commerce ha dimostrato che questo porterebbe a un dialogo diretto con il proprio target e a una raccolta dati preziosa per tutta la filiera. E sempre prendendo spunto dai leader del mercato e-commerce, sarebbe auspicabile anche una maggiore semplificazione del processo di acquisto dei biglietti online che garantisca una migliore customer experience e, in ultima analisi, una crescente fidelizzazione dello stesso. Un altro strumento ancora poco utilizzato, che consentirebbe un accorciamento delle distanze verso il proprio pubblico, è la cosiddetta "carta fedeltà" che, attraverso la raccolta dati, alimenterebbe un CRM più evoluto consentendo una targetizzazione più mirata ed efficace.

Ci sono Paesi europei in cui la festa del cinema è un appuntamento fisso e dove un prezzo agevolato del biglietto incentiva le generazioni più giovani. Non pensa sia giunta l'ora di programmare anche in Italia operazioni analoghe e renderle sistematiche?

La festa del cinema è uno strumento che, se promosso correttamente e sfruttato in modo sistematico, può aiutare il cinema ad avvicinare non solo il pubblico più giovane ma anche quello più scettico ed occasionale. Per poter essere efficaci, però, occorre un'attenta e continua programmazione che renda questo evento un appuntamento celebrativo della settima arte. Andrebbe sì evidenziata l'eccezionalità del prezzo (che non può, però, essere l'unico punto di forza della campagna), ma soprattutto andrebbero promossi i film in programmazione in quel periodo, che sono i veri key driver per il pubblico. E a tal proposito occorrerebbe trovare, come avvenuto in altri Paesi, partner esterni disposti ad







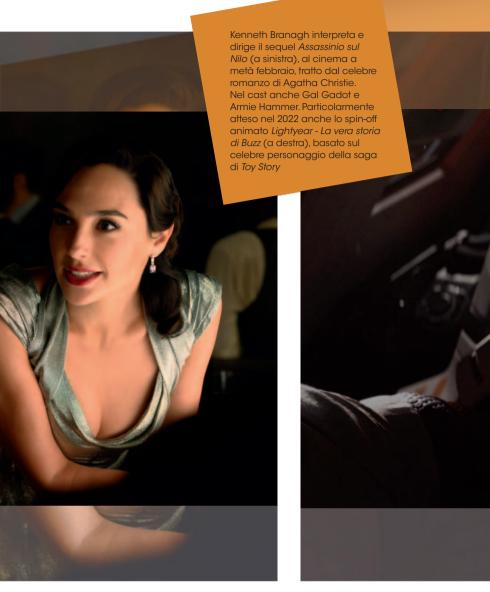


investire insieme alla filiera e insieme alle istituzioni per promuovere questo appuntamento. Non da ultimo, occorrerebbe un impegno da parte di tutti – esercenti e distributori – per offrire anche una programmazione "interessante" per ogni target di pubblico.

#### Sue previsioni sugli incassi nelle festività di fine anno e inizio 2022? Sono più i timori o le speranze?

I risultati ottenuti in questi mesi e una programmazione forte e diversificata durante le festività ci fanno ben sperare per il prossimo Natale e l'inizio del 2022, a condizione di una curva epidemiologica in linea con quella degli ultimi mesi. Inoltre, attualmente sta soffrendo in sala soprattutto il prodotto per famiglie. Un target che avrà sicuramente bisogno di più tempo per riconquistare quella fiducia in merito alla sicurezza delle sale. Credo ci vorrà ancora qualche mese dopo Natale per un pieno ritorno ai numeri pre-Covid. Forse dovremo attendere la primavera.





anche delle aree di intervento previste dalla sezione di Recovery Plan destinata al mercato cinematografico.

# Quali sono oggi le criticità del mercato cinematografico italiano e quali le opportunità da cogliere?

Tra le prime criticità annovererei la stagionalità corta del nostro mercato rispetto al resto del mondo. Questa causa un eccessivo affollamento di prodotto, specialmente in alcuni periodi dell'anno (a partire dalle festività natalizie), che non agevola una sana pianificazione dei titoli e un corretto sfruttamento degli stessi, sia per i distributori che per gli esercenti. Dobbiamo poi tornare a ridare centralità all'esperienza cinematografica. Nonostante diversi passi avanti, ci sono ancora situazioni che richiedono un ammodernamento delle strutture e della tecnologia, essenziale per attrarre più pubblico e rendere ancora più premium la visione dei film sul grande schermo. Tra le opportunità da cogliere vorrei sottolineare nuovamente la necessità di un'ulteriore spinta nella digitalizzazione degli acquisti dei biglietti che porterebbe ad una serie di vantaggi già evidenziati in precedenza. Quest'ultimo punto fa parte

# Come è strutturato oggi il vostro team?

Il team Theatrical è strutturato in due aree rispettivamente guidate da Davide Romani (Director, Head of Marketing Studios & Integrated Marketing) e da Giulio Carcano (Theatrical Distribution, Sales). Entrambi, con i rispettivi team, lavorano in maniera integrata sui titoli, collaborando secondo il nostro approccio "one Company, one Team", da sempre nostra cifra distintiva e chiave di successo nel cui alveo s'inserisce il lavoro di Simone Raineri (Director PR & Communication Corporate, Studios, Disney + , CSR & Internal Comms) e del team PR & Comunicazione.

#### Cos'ha imparato da questo lungo periodo di emergenza sanitaria, sia a livello personale che professionale?

Ho avuto la conferma che, come sempre, a fare la differenza sono le persone. La mia priorità e risorsa principale è il team. Siamo un gruppo affiatato, unito dalla passione per il settore cinematografico. Tra gli esempi di come questo team riesca a lavorare insieme non posso non citare l'impegno messo in campo per promuovere alcuni dei nostri ultimi film, in una condizione di attenzione estrema per la sicurezza di tutti. Ci tengo a ricordare le attività organizzate per Eternals a Roma, alla presenza della regista Chloe Zhao e di un incredibile cast internazionale composto da Angelina Jolie, Richard Madden, Gemma Chan e Kit Harrington, tra junket, red carpet e un imponente sciame di droni che ha sorvolato il Foro Romano all'interno del Parco Archeologico del Colosseo per formare l'atteso titolo "Eternals" e la scritta "Solo al cinema". Ma penso anche alla promozione di The Last Duel al Festival di Venezia con il coinvolgimento di Jodie Comer, Ben Affleck, Matt Damon e Ridley Scott, e all'impegno riservato per Gli occhi di Tammy Faye, per cui abbiamo portato in Italia Jessica Chastain e Vincent D'Onofrio alla Festa del Cinema di Roma. BO

# LUCISANO MEDIA GROUP

Fulvio e Federica Lucisano presentano il listino 2022

# TRAMITE AMOUNT AMOUNT Alessar

regia di Alessandro Siani

# IMGLIORI GIORNI

regia di Massimiliano Bruno e Edoardo Leo

# IPEGGIORI CIORI Regia di Edoardo Leo e Massimiliano Bruno





# coloradofilm

A RAINBOW COMPANY







Con Lui e Sofi (Me Contro Te) Regia di Gianluca Leuzzi







# DAL 1° GENNAIO AL CINEMA

Con Lui e Sofi (Me Contro Te) Regia di Gianluca Leuzzi



# DIVERTIMENTO PER TUTTA LA FAMIGLIA!

# TRE DI TROPPO



# **PROSSIMAMENTE** AL CINEMA

Con Fabio De Luigi e virginia Raffaele Regia di Fabio De Luigi





# IL MAMMONE



# **PROSSIMAMENTE** AL CINEMA

Con Diego Abatantuono, Angela Finocchiaro e Andrea Pisani Regia di Giovanni Bognetti







# LE PRODUZIONI FANNO I CONTI COL COVID

**UNA FOTOGRAFIA DEI** BILANCI DELLE PRINCIPALI AZIENDE AUDIOVISIVE ITALIANE NEL 2020, UN ANNO INEVITABILMENTE SEGNATO DALLA PANDEMIA CON L'INTERRUZIONE E RINVIO DI PROGETTI IMPORTANTI (E RELATIVI RICAVI), MA ANCHE CARATTERIZZATO DA NUOVE **OPPORTUNITÀ** 

> a cura di Valentina Torlaschi (con la collaborazione di **Luca Bocola** ed **Eleonora** Pifferi)

bilanci delle case di produzione italiane del 2020 hanno inesorabilmente dovuto fare i conti con la pandemia da Covid-19. Prima, dunque, di addentrarci nelle schede sull'andamento economico delle singole società (ordinate per valore di produzione), ripercorriamo la situazione generale.

Se il 2020 si era aperto in modo positivo, sia per il comparto della produzione sia per l'esercizio delle sale cinematografiche, da marzo il mondo intero è stato travolto dalla diffusione del virus che ha portato le autorità a emanare una serie di provvedimenti per arginare il contagio limitando lo svolgimento di attività lavorative e ricreative. Il quadro economico del 2020 ne è stato fortemente danneggiato: nel complesso il PIL italiano ha segnato -8,9%, mentre il mercato cinematografico ha visto un crollo drastico del box office con una contrazione del 71,3%. L'anno scorso, le sale italiane sono state aperte in tutto solo 198 giorni: in questi sette mesi scarsi, sono stati distribuiti in tutto 124 film di produzione o co-produzione italiana, ovvero 93 titoli in meno rispetto al 2019. Dunque, per un gran numero di film prodotti dalle società audiovisive italiane si è dovuto rinviare (se non cancellare) lo sfruttamento theatrical degli stessi, e i conseguenti ricavi. Data la situazione, molte società hanno optato per un'uscita direttamente sulle piattaforme digitali.

E a proposito di piattaforme digitale, è realtà ormai nota che, nel 2020, anche in Italia i servizi streaming hanno registrato un boom di sottoscrizioni: secondo i dati di Ampere Analysis, nel quarto trimestre del 2020, nel nostro Paese Netflix è arrivata a 3,78 milioni di clienti, seguita da Amazon Prima Video con 2,3 milioni, poi TIM Vision con 2,06 milioni, Infinity con 1,28 milioni e Disney con 979mila utenti. Da segnalare anche la crescita di Raiplay che, a fine marzo 2021, era arrivata a 18,4 milioni di registrazioni. Un boom di sottoscrizioni che si è accompagnato a una decisa crescita di domanda di contenuti audiovisivi da parte delle piattaforme Ott che, come si legge nelle relazioni di gestione delle varie società, sono ormai diventate degli attori di riferimento fondamentali per il mercato.

Da ricordare infine che, se a marzo 2020 la pandemia ha costretto alla sospensione dei set e al rinvio delle riprese di molti progetti importanti, le produzioni hanno potuto poi riprendere a partire dall'inizio dell'estate grazie alla rapidità con la quale le società audiovisive, insieme alle associazioni di categoria e alle istituzioni governative, hanno redatto i protocolli sanitari da seguire durante gli shooting. Last but not least, un fattore decisivo che ha favorito la ripresa delle produzioni è stato l'innalzamento del tax credit dal 30% al 40%, iniziativa che, per garantire la continuità della ripresa del mercato, è stata fortunatamente mantenuta anche per il 2021.

	2020													
	DATA DI BILANCIO	CAPITALE SOCIALE	PATRIMONIO NETTO	VALORE DELLA PRODUZIONE	COSTI DELLA PRODUZIONE	%(1)	RISULTATO ANTE IMPOSTE	<b>%(2)</b>	EBIT	TOTALE AMMORTAMENTI E SVALUTAZIONI	EBITA	RICAVI TOTALI	COSTI DEGLI ACQUISTI	
IERVOLINO & LADY BACARDI ENTERTAINMENT	31/12/20	1.400.644	66.611.902	117.004.303	95.994.114	82,04	20.281.413	17,33	21.010.189	90.810.647	111.820.836	93.099.954	22.101	
WILDSIDE	31/12/20	90.000	5.764.542	85.506.005	82.760.523	96,79	41.698	0,05	2.745.482	2.850.909	5.596.391	64.932.522	631.377	
CATTLEYA	31/12/20	8.679.655	35.783.337	72.236.126	65.334.358	90,45	5.875.492	8,13	23.615.071	16.713.071	6.902.000	67.015.607	1.084.395	
LOTUS PRODUCTION	31/12/20	50.000	1.063.348	64.949.629	64.732.290	99,67	-592.641	-0,91	217.339	11.873.953	12.091.292	37.641.497	1.590.094	
TAODUE	31/12/20	50.500	14.744.754	50.872.474	40.201.160	79,02	10.419.642	20,48	10.671.314	20.650.553	32.130.364	44.045.647	77.914	
INDIANA PRODUCTION	31/12/20	832.292	4.243.915	41.805.781	40.480.921	96,83	597.328	1,43	1.324.860	10.541.409	11.866.269	21.780.480	515.134	
PALOMAR	31/12/20	1.879.618	15.776.973	38.062.974	36.715.864	96,46	939.082	2,47	1.347.110	13.016.991	14.364.101	18.274.244	297.965	
ITALIAN INTERNATIONAL FILM	31/12/20	5.900.000	24.887.757	32.136.048	28.671.939	89,22	2.717.349	8,46	3.464.109	7.049.533	10.513.642	17.030.406	691.896	
INDIGO FILM	31/12/20	51.646	8.670.594	29.593.860	29.125.376	98,42	920.580	3,11	468.484	8.315.550	8.784.034	10.334.817	1.328.769	
FANDANGO	31/12/20	2.780.000	10.531.809	26.649.060	26.377.757	98,98	99.861	0,37	271.303	3.879.384	4.150.687	10.384.668	356.994	
PICOMEDIA	31/12/20	150.000	10.236.765	23.287.537	21.361.194	91,73	1.746.095	7,50	1.926.344	8.665.701	10.592.045	17.192.839	210.750	
COLORADO FILM PRODUCTION	31/12/20	120.000	7.599.341	18.455.343	16.239.233	87,99	2.194.308	11,89	2.216.110	11.687.817	13.903.927	12.772.919	15.011	
FILMAURO	30/06/20	936.000	72.973.507	11.923.944	10.134.671	84,99	-16.151.723	-135,46	1.789.273	172.314	2.311.587	3.530.738	1.980.870	
I.B.C. MOVIE	31/12/20	50.000	1.045.705	3.466.413	3.208.877	92,57	179.493	5,18	257.536	0	257.536	2.157.950	39.365	
R & C PRODUZIONI	31/12/20	50.000	1.007.485	1.400.407	1.352.488	96,58	47.821	3,41	47.919	264.814	312.733	1.036.607	4.594	
AGIDI SRL	31/12/20	76.500	943.199	1.327.641	1.289.221	97,11	38.556	2,90	38.420	50.212	88.632	826.343	2.006	

N.B. Le società di produzione sono ordinate secondo il valore della produzione.

# COME LEGGERE LE TABELLE DEI BILANCI

#### CAPITALE SOCIALE

Il capitale sociale è il valore delle somme e dei beni conferiti dai soci, a titolo di capitale di rischio.

#### PATRIMONIO NETTO

Il patrimonio netto è la differenza contabile tra le attività e le passività componenti lo stato patrimoniale di un'azienda. In fase di avvio dell'attività d'impresa il patrimonio netto coincide con il capitale di rischio apportato dal soggetto economico dell'impresa (gli azionisti), Successivamente, l'ammontare del patrimonio netto varia in funzione dell'accantonamento di riserve legali e/o statutarie e del riporto a nuovo di perdite/utili di esercizio. Concettualmente, il patrimonio netto rappresenta quanto resta di competenza degli azionisti una volta dedotte dalle attività patrimoniali tutte le passività verso terzi (tra i quali fornitori, banche, creditori diversi, dipendenti, erario).

#### **VALORE DELLA PRODUZIONE**

È il rapporto tra il Risultato ante imposte e il Valore della produzione nell'ultimo bilancio. Esprime quindi percentualmente il Risultato ante imposte.

#### **COSTI DELLA PRODUZIONE**

Ultimo bilancio. Include tutti i costi dell'impresa direttamente collegati alla sua attività caratteristica. Si divide in: costi per gli acquisti di beni e servizi, costi per il godimento di beni di terzi, costi per il personale, ammortamenti, variazioni delle rimanenze, svalutazioni e oneri diversi di gestione.

#### %(1)

È il rapporto tra Costi della produzione e Valore della produzione nell'ultimo bilancio. Si potrebbe definire come il margine dell'attività dell'azienda prima degli oneri e delle attività finanziarie e straordinarie, e naturalmente prima delle imposte.

#### **RISULTATO ANTE IMPOSTE**

Ultimo bilancio. Rappresenta il reddito effettivo dell'azienda, tenendo conto di tutte le voci di costo e ricavo, escluse le imposte. È influenzato anche da proventi e oneri finanziari nonché da proventi e oneri straordinari.

#### %(2)

È il rapporto tra il Risultato ante imposte e il Valore della produzione nell'ultimo bilancio. Esprime quindi percentualmente il Risultato ante imposte.

#### **EBIT**

Deriva dall'espressione inglese Earnings Before Interests and Taxes ed è l'espressione del risultato aziendale prima delle imposte e degli oneri finanziari.

#### TOTALE AMMORTAMENTI E SVALUTAZIONI

Gli ammortamenti e le svalutazioni delle immobilizzazioni materiali e immateriali e le svalutazioni dei crediti di attivo circolante e disponibilità liquide.

#### EBITA

È un acronimo inglese che significa Earning Before Interests, Taxes and Amortization ovvero utile prima degli interessi, delle imposte e degli ammortamenti dei beni immateriali (avviamento).

#### RICAVI TOTALI

Ultimo bilancio. Rappresenta i ricavi tipici per la vendita di prodotti e servizi.

#### COSTI DEGLI ACQUISTI

Ultimo bilancio. Rappresenta il costo sostenuto per l'acquisto dei prodotti necessari all'attività dell'impresa.

		2019											
%(3)	UTILE/ PERDITA	VALORE DELLA PRODUZIONE Y-1	COSTI DELLA PRODUZIONE Y-1	%(4)	RISULTATO ANTE IMPOSTE Y-1	%(5)	EBITY-1	TOTALE AMMORTAMENTI E SVALUTAZIONI Y-1	EBITA Y-1	RICAVI TOTALI Y-1	COSTI DEGLI ACQUISTI Y-1	<b>%(6)</b>	UTILE/ PERDITA Y-1
0,02	18.688.030	80.009.296	57.333.982	71,66	22.379.558	27,97	22.675.314	52.747.880	75.423.194	66.271.549	40.121	0,06	20.249.129
0,97	-3.541.095	119.285.073	107.708.464	90,30	9.588.778	8,04	13.702.789	2.126.180	11.576.609	116.763.891	1.158.853	0,99	6.587.307
1,62	2.576.052	131.844.970	120.835.943	91,65	9.856.008	7,48	58.252.975	47.243.948	11.009.027	109.267.963	2.350.281	2,15	11.988.677
4,22	-905.318	52.835.670	52.182.746	98,76	-10.416	-0,02	652.924	7.535.518	8.188.442	34.218.270	1.258.180	3,68	853.557
0,18	7.928.953	19.944.220	27.553.944	138,16	-7.990.820	-40,07	-7.173.616	228.869	-7.609.724	6.196.328	587.276	9,48	-6.329.618
2,37	569.928	49.806.872	48.567.749	97,51	834.866	1,68	1.239.123	7.175.865	8.414.988	40.455.168	984.444	2,43	673.592
1,63	118.964	67.118.411	63.715.035	94,93	2.806.037	4,18	3.403.376	26.547.806	29.951.182	45.781.268	199.524	0,44	3.174.904
4,06	2.478.780	29.776.252	26.762.154	90	2.261.655	8	9.846.452	6.832.354	3.014.098	23.256.100	28.149	0,12	2.265.890
12,86	181.133	36.342.778	34.653.160	95,35	2.114.148	5,82	1.689.618	16.675.185	18.364.803	22.509.488	208.500	0,93	1.831.986
3,44	377.260	30.950.322	35.804.358	115,68	277.793	0,90	-4.854.036	9.032.075	4.178.039	20.844.008	610.370	2,93	154.071
1,23	2.363.944	34.431.437	32.411.045	94,13	1.815.564	5,27	4.693.016	2.672.625	2.020.391	22.752.499	654.464	2,88	1.311.092
0,12	2.494.409	19.743.377	18.013.915	91,24	1.699.847	8,61	1.729.462	4.353.813	6.083.275	18.542.780	167.172	0,90	1.786.136
56,10	-12.431.097	13.811.928	11.432.623	82,77	2.403.968	17,41	2.379.305	2.820.615	5.199.920	10.263.700	467.416	4,55	2.094.958
1,82	145.924	6.718.713	6.608.919	98,37	62.939	0,94	109.794	0	109.794	6.246.852	3.360	0,05	52.668
0,44	41.255	2.359.088	2.348.714	99,56	6.574	0,28	10.374	934.726	945.100	2.359.088	1.435	0,06	6.574
0,24	35.374	3.592.457	2.516.704	70,06	1.076.025	29,95	1.075.753	178.168	1.253.921	1.977.790	9.382	0,47	660.508

#### %(3

È il rapporto tra Costi degli acquisti e Ricavi dalle vendite e dalle prestazioni nell'ultimo bilancio. Si potrebbe definire come il margine di primo livello o margine lordo dell'attività dell'azienda.

#### **UTILE D'ESERCIZIO**

Differenza tra i ricavi e i costi (con i primi superiori ai secondi) che, secondo il principio della competenza economica, si riferiscono al periodo considerato.

#### PERDITA D'ESERCIZIO

Risultato della gestione aziendale, evidenziato nei documenti contabili e caratterizzato da un totale dei costi superiori a quello dei ricavi.

#### **VALORE DELLA PRODUZIONE Y-1**

Bilancio precedente. Include tutti i ricavi dell'impresa direttamente collegati alla sua attività caratteristica. Si divide in: ricavi dalle vendite e altri ricavi.

#### **COSTI DELLA PRODUZIONE Y-1**

Bilancio precedente. Include tutti i costi dell'impresa direttamente collegati alla sua attività caratteristica. Si divide in: costi per gli acquisti di beni e servizi, costi per il godimento di beni di terzi, costi per il personale, ammortamenti, variazioni delle rimanenze, svalutazioni e oneri diversi di gestione.

#### %(4)

È il rapporto tra Costi della produzione e Valore della produzione nel bilancio precedente. Si potrebbe definire come il margine dell'attività dell'azienda prima degli oneri e delle attività finanziarie e straordinarie, e naturalmente prima delle imposte.

#### RISULTATO ANTE IMPOSTE Y-1

Bilancio precedente. Rappresenta il reddito effettivo dell'azienda, tenendo conto di tutte le voci di costo e ricavo, escluse le imposte. È influenzato anche da proventi e oneri finanziari nonché da proventi e oneri straordinari.

#### **%(5)**

È il rapporto tra il Risultato ante imposte e il Valore della produzione nel bilancio precedente. Esprime quindi percentualmente il Risultato ante imposte.

#### ERIL Y-

Sono gli Earnings Before Interests and Taxes del bilancio precedente ed è l'espressione del risultato aziendale prima delle imposte e degli oneri finanziari.

#### TOTALE AMMORTAMENTI E SVALUTAZIONI Y-1

Gli ammortamenti e le svalutazioni delle immobilizzazioni materiali e immateriali e le svalutazioni dei crediti di attivo circolante e disponibilità liquide per il bilancio precedente

#### **EBITA Y-1**

Sono gli Earning Before Interests, Taxes and Amortization ovvero l'utile prima degli interessi, delle imposte e degli ammortamenti dei beni immateriali (avviamento).

#### RICAVI TOTALI Y-1

Bilancio precedente. Sono i ricavi tipici per la vendita di prodotti e servizi.

#### COSTI DEGLI ACQUISTI Y-1

Bilancio precedente. Rappresenta il costo sostenuto per l'acquisto dei prodotti necessari all'attività dell'impresa.

#### %(b)

È il rapporto tra Costi degli acquisti e Ricavi dalle vendite e dalle prestazioni nel bilancio precedente. Si potrebbe definire come il margine di primo livello o margine lordo dell'attività dell'azienda.

#### UTILE/PERDITA D'ESERCIZIO Y-1

Risultato della gestione aziendale nell'anno precedente, dato dalla differenza tra i ricavi e i costi.

Tutti i dati riportati sono stati ripresi da Duesse Communication srl utilizzando la piattaforma online di Cribis D&B (Crif Group) quale provider fornitore di informazioni rese pubbliche dalle Camere di Commercio nazionali. Al momento di andare in stampa, i dati delle società Groenlandia, Pepito Produzioni e Tramp Limited non sono disponibili in quanto non ancora resi disponibili dalle stesse e/o dalla CCIAA di competenza

# IERVOLINO E LADY BACARDI ENTERTAINMENT

iervolino & lady bacardi entertainment

È una realtà in forte espansione Iervolino Entertainment (a giugno 2021, la società ha poi modificato la propria denominazione sociale in lervolino & Lady Bacardi Entertainment). Nonostante la pandemia che ha portato allo slittamento di alcune produzioni e le relative consegne allungando i tempi di generazione di cassa, il gruppo ha infatti chiuso il 2020 con un valore di produzione di oltre 117 milioni di euro, con una crescita del 46,24% rispetto all'esercizio precedente, quando il valore era di 80 milioni. Il 2020 ha inoltre segnato un utile di 18,6 milioni, in linea con i 20,2 milioni del 2019. Tali ottimi risultati - si legge nella relazione di gestione - "sono il frutto delle

Prodotto da lervolino Entertainment, Waiting for The Barbarians è stato distribuito anche nelle sale italiane dalla stessa società a settembre 2020

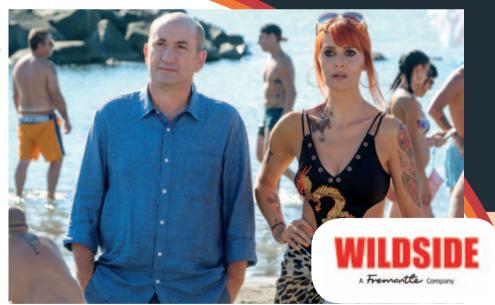
scelte di investimento in Intellectual Properties di qualità e di produzione di web series e cinematografica destinate, essenzialmente, ai mercati internazionali e, prevalentemente, a una fruizione da parte del pubblico in streaming". Tra le produzioni di maggiore successo realizzate nel 2020: il film Waiting for the Barbarians con Mark Rylance, Johnny Depp e Robert Pattinson (distribuito anche

nelle sale italiane dalla stessa società a settembre 2020 incassando, in epoca Covid, 538mila euro), e le prime collection delle serie Arctic Friends (approdate sulle piattaforme Apple TV ed Amazon Prime) e Puffins (con Johnny Depp come doppiatore, distribuito su Apple TV). Le produzioni cinematografiche e quelle di web series rappresentano rispettivamente il 12% e l'88% del totale dei ricavi.

Tra le maggiori produzioni di Wildside concluse e consegnate nel 2020, il secondo capitolo di Come un gatto in tangenziale con Antonio Albanese e Paola Cortellesi

# **WILDSIDE**

La pandemia ha inevitabilmente colpito l'attività di Wildside, comportando - come sottolinea la stessa azienda -"significativi rallentamenti nella produzione di diversi progetti con impatti negativi sia in termini di volumi di affari che di marginalità a seguito di ritardi nelle consegne dei materiali ai broadcaster". Il valore di produzione del 2020 è stato così di 85,5 milioni di euro a fronte dei 119,2 milioni del 2019; la perdita netta si è attestata a 3,5 milioni, contro un utile di esercizio pari 6,5 milioni dell'esercizio precedente. Ciononostante, la società è riuscita a registrare un Risultato operativo di esercizio positivo pari a 2,7 milioni e un miglioramento della propria posizione finanziaria netta. Le maggiori produzioni consegnate nel 2020 sono



state: le serie We Are Who We Are di Luca Guadagnino e I Topi 2 di Antonio Albanese; i film Figli (distribuito nei cinema poco prima dello scoppio della pandemia, a gennaio 2020, con un incasso di 3,3 milioni) e Come un gatto in tangenziale 2 (uscito in sala ad agosto 2021 incassando 3,2 milioni di euro); il documentario Mi chiamo Francesco Totti (che, nella sua uscitaevento di 3 giorni nei cinema a ottobre 2020, aveva raccolto quasi 600mila euro). Avviate, ma non concluse nel corso dell'esercizio: la web series per Amazon Bang bang baby, e le serie Anna di Niccolò Ammaniti (le cui riprese erano state interrotte dalla pandemia) e Speravo de morì prima per Sky. Da queste, è ragionevole attendersi significativi proventi futuri, derivanti dagli accordi stipulati con distributori e broadcaster di rilievo internazionale.

# **CATTLEYA**

Il bilancio 2020 di Cattleya non solo ha dovuto fare i conti con la crisi sanitaria ed economica creata dalla pandemia. ma ha dovuto anche misurarsi con i dati strepitosi dell'esercizio precedente, nel quale la società aveva fatto registrare la sua migliore performance di sempre. Dunque, il confronto con il 2019 è stato schiacciante. Nel dettaglio, i ricavi 2020 sono arrivati a 67 milioni di euro, contro i 109,3 milioni dell'anno precedente; fortemente in calo anche il valore di produzione che è passato da 131,8 milioni di euro a 72,2 milioni. La società controllata da ITV Studios ha comunque chiuso il 2020 con un utile netto di 2,5 milioni. La significativa diminuzione dei ricavi è da ascriversi al minor numero di opere (sia serie Tv sia film) completate, a

> Il 2020 ha visto il rinvio di un progetto cinematografico importante per Cattleya: Chi ha incastrato Babbo Natale?, posticipato di ben un anno

causa dello slittamento o sospensione delle riprese: nel 2019 erano state finalizzate 6 serie Tv, per un ammontare di 38,9 milioni di euro di ricavi, rispetto alle 3 serie del 2020 (*Masantonio*, *Romulus*, *Suburra - Stagione 3*), per un ammontare di 15,8 milioni. Inoltre,



nel 2020 non è stato distribuito in sala nessun film prodotto da Cattleva. I ricavi del seamento cinema sono infatti diminuiti del 65%, anche perché nel 2020 è stato realizzato, tra l'altro in regime di coproduzione, un solo film: In vacanza su Marte (per il quale, non avendone la società curato la produzione esecutiva e non essendo il film uscito nelle sale. non sono stati registrati ricavi né per crediti d'imposta, né per contributi pubblici). Il 2020 ha visto infine il rinvio di un progetto cinematografico importante: Chi ha incastrato Babbo Natale? di Alessandro Siani, inizialmente previsto per Natale 2020, ma posticipato alle festività 2021.

cattleya

# LOTUS PRODUCTION

Cresce il valore di produzione della società controllata da Leone Film Group che, nel 2020, è arrivato a quasi 65 milioni di euro, quando, nell'anno precedente, era di 52,8 milioni; una crescita, dunque, del 22,93%. Il bilancio di esercizio al 31 dicembre 2020 si chiude invece con segno negativo, registrando una perdita netta di 905.318 euro, a fronte di un utile del 2019 di 853.557 euro. I ricavi totali per il 2020 sono stati di 37,6 euro, in rispetto al 2019 quando erano 34,2. Nel 2020 sono stati distribuiti nelle sale italiane due film prodotti da Lotus: Gli anni più belli di Gabriele Muccino che, portato nelle sale da 01 Distribution il 13 febbraio 2020, proprio poco prima dell'esplosione della pandemia, è arrivato a incassare 5,6 milioni di euro (un risultato che sarebbe stato nettamente superiore in circostanze normali), e La volta buona di Vincenzo

Marra, uscito il 2 luglio 2020 per Altre Storie, raccogliendo sui 9mila euro. Se la pandemia ha interrotto l'attiva di produzione per diversi mesi (i set sono stati riavviati nel mese di agosto 2020), nel corso dell'esercizio preso in esame sono state comunque completate le riprese della serie *Tutta colpa di Freud* (disponibile su Prime Video

da febbraio 2021), dei film *Mio* fratello e mia sorella (Netflix) e *Per* tutta la vita (nei cinema da fine novembre 2021), nonché avviata la realizzazione del film in lingua inglese *Time is Up* (nelle sale a fine ottobre 2021), con Bella Thorne e Benjamin Mascolo, e della miniserie per Sky *Alfredino – Una storia italiana*.



La produzione targata Lotus Gli anni più belli di Gabriele Muccino è stata distribuita nei cinema il 13 febbraio 2020, poco prima dello scoppio della pandemia

# TAODUE

Il 2020 è stato un anno d'oro per Taodue. La società facente parte del gruppo Mediaset ha infatti registrato 50,8 milioni di euro quale valore della produzione e 44 milioni di ricavi. Schiacciante - in positivo - il confronto con il 2019 quando il valore di produzione si era fermato a 19,9 milioni e i ricavi a 6.1 milioni. Inoltre, Taodue ha chiuso l'esercizio 2020 con un utile di quasi 8 milioni mentre l'anno precedente i conti erano in perdita di 6,3 milioni. L'utile 2020 è stato calcolato dopo aver effettuato ammortamenti e svalutazioni per 20,6 milioni di euro. L'andamento del 2020, in netto miglioramento rispetto al 2019, è stato determinato dai ricavi generati dallo sfruttamento di Tolo Tolo di Checco Zalone che, uscito nelle sale

> Tolo Tolo di Checco Zalone, prodotto da Taodue, è uscito nei cinema il 1° gennaio 2020, con la società consociata Medusa Film, incassando 46,2 milioni di euro

cinematografiche il 1° gennaio 2020 distribuito dalla società consociata Medusa Film, ha incassato 46,2 milioni di euro; il film ha poi generato ricavi di 23,8 milioni derivanti dalla cessione dello sfruttamento dei diritti televisivi alla controllante RTI. Oltre allo sfruttamento di *Tolo Tolo*, tra gli altri eventi rivelanti per l'esercizio 2020 della società, da segnalare che, a settembre 2020, erano iniziate le riprese

del film basato sulla storia di Yara Gambiraso diretto da Marco Tullio Giordana; il film ha visto un accordo di partnership con Netflix (dove è stato rilasciato il 5 novembre 2021 dopo un'uscitaevento di tre giorni nelle sale). Nel 2020 è stata infine completata anche la cessione del diritto di remake in lingua francese di *Quo vado?* 



# INDIANA PRODUCTION

Un 2020 in lieve contrazione per Indiana Production che ha visto il valore della produzione diminuire a 41,8 milioni di euro rispetto ai 49,8 milioni del 2019. Come però precisa la società, se i ricavi delle vendite e delle prestazioni sono marginalmente in calo rispetto al 2019, si registra però un netto miglioramento del Margine Operativo sia in valore assoluto sia in percentuale. Il 2020 si è chiuso comunque in positivo, con un utile di 569.928 euro, in linea con l'esercizio precedente quando l'utile era di 673.592 euro. Sul fronte cinematografico, nel 2020 Indiana ha realizzato 5 film: Security di Peter Chelsom con Marco D'Amore (completato prima della pandemia); Fuori era primavera

(prodotto e finalizzato interamente in modalità smart durante il lockdown) e Comedians di Gabriele Salvatores; In vacanza su Marte di Neri Parenti; Tutti per 1-1 per tutti di Giovanni Veronesi. Gli ultimi due titoli sono usciti sulle piattaforme digitali e Sky Cinema a dicembre 2020 per via della chiusura delle sale. Prodotto nel 2019, anche Gli Indifferenti è uscito direttamente sulla piattaforma

Sky Cinema. Per quanto riguarda il settore dell'advertising, il valore di fatturato e di risultato operativo del 2020 è rimasto pressoché invariato rispetto all'anno precedente, e questo nonostante l'impatto della pandemia. In termini di ripartizione di fatturato, l'80% dei ricavi è relativo alle attività di produzione televisiva e cinematografica e il restante 20% alle produzioni pubblicitarie.





FINANZIAMENTI ACCOGLIENZA SERVIZI PROFESSIONISTI PROMOZIONE

I nostri servizi per accogliere le idee, sostenere le imprese, promuovere le opere audiovisive in Emilia-Romagna

- @ filmcom@regione.emilia-romagna.it
- e cinema.emiliaromagnacultura.it
- +39 334 6746412

# **PALOMAR**

Se i risultati nel suo complesso sono stati negativamente influenzati dalla pandemia, Palomar è però riuscita a chiudere il 2020 in positivo, con un utile netto di 118.964 euro. Come per le altre società, la prima parte dell'esercizio ha visto un sostanziale fermo delle attività di produzione, e infatti il valore della produzione 2020 si è attestato a 38 milioni di euro, a fronte dei 67 milioni del 2019. Detto questo, il margine operativo netto è risultato positivo, pari a 1,3 milioni, anche se in calo sull'esercizio precedente quando era 3.4 milioni.

Confermando il trend degli ultimi anni, il comparto Tv fiction rappresenta l'area di business prevalente, con i ricavi di vendita de Il commissario Montalbano - 18° stagione, La guerra è finita, I delitti del barlume - 8° stagione, **S** PALOMAR Nel 2020 è approdata sui arandi schermi italiani la produzione di . Pepito *Volevo* 

nascondermi con la regia di Giorgio

La concessione del telefono. Per il comparto cinema, i ricavi di vendita derivano invece da La vita davanti a sé (Netflix), Cosa sarà di Francesco Bruni (la cui distribuzione in sala è stata limitata a pochi giorni a causa della seconda ondata pandemica) e Occhi blu di Michela Cescon, Il 2020 ha visto inoltre la distribuzione nei cinema (purtroppo influenzata negativamente

dalla situazione sanitaria) di Volevo nascondermi di Giorgio Diritti con un incasso di 895mila euro. Nella seconda metà del 2020 sono stati poi sviluppati i nuovi progetti registici di Kim Rossi Stuart e Roan Johnson (che saranno completati nel 2021), ed è stato anche avviato il primo progetto nel settore dell'animazione, con la serie Il Villaggio Incantato di Pinocchio.

# Italian

# FRNATINNA

Come sottolinea la società stessa. "anche in un contesto difficile ed emergenziale come quello del 2020, IFF ha mostrato la propria tenuta". Il bilancio d'esercizio di IIF chiuso al 31 dicembre 2020 ha infatti fatto registrare un utile di 2,4 milioni di euro, mentre il valore della produzione è arrivato a 32,1 milioni di euro, con un incremento dell'8% rispetto al 2019 quando era di 29,7 milioni. Ovviamente, a causa della pandemia che ha portato alla chiusura prolungata delle sale, sono fortemente diminuiti i ricavi delle vendite per la distribuzione cinematografica che sono passati dai 2,4 milioni del 2019 ai 256mila euro del 2020, ma sono d'altro canto incrementati notevolmente i ricavi



Nel 2020, IIF ha ultimato la produzione di Lasciarsi un giorno a Roma di Edoardo Leo

derivanti dalla vendita dei diritti home video/est/vod/svod, che sono passati dai 862mila euro del 2019 ai 2 milioni del 2020. Un film dalle forti potenzialità di box office quale Ritorno al crimine di Massimiliano Bruno, inizialmente pensato per le sale, ad esempio, è stato poi distribuito su Sky Cinema e Now. Nel 2020 sono state inoltre ultimate le produzioni dei film Lasciarsi un giorno a Roma di Edoardo Leo e Una famiglia mostruosa di Volfango de

Biasi. È stata avviata la fase di sviluppo o pre-produzione di Finché c'è crimine c'è speranza di Massimiliano Bruno, Il confine di Vincenzo Alfieri; Non sono quello che sono di Edoardo Leo; Falla girare di Giampaolo Morelli; L'ultima cena di Davide Minnella. Relativamente alla produzione televisiva, è stata realizzata la serie Tv Mina settembre ed è stata avviata la pre-produzione della serie originale Netflix Guida astrologica per cuori infranti.





### DIVERSAMENTE INDIPENDENTI



DA MARZO AL CINEMA

# INDIGO FILM

Nonostante la pandemia, Indigo è riuscita a chiudere il 2020 con un utile di esercizio di 181.133 euro, Rispetto all'esercizio precedente, il valore della produzione ha subìto una contrazione del 18%, dovuto principalmente alla forte diminuzione dei ricavi netti di vendita (-12 milioni di euro) dovuta all'emergenza Covid che ha ritardato i tempi di produzione di diversi film previsti per l'annualità 2020 (tra tutti Qui rido io e Terra dei figli), posticipando all'anno successivo i rispettivi ricavi di vendita. Come si legge nella relazione di gestione, oltre a fronteggiare l'emergenza sanitaria, nel corso del 2020 la società ha cercato di continuare la propria linea di espansione editoriale soprattutto "rafforzando o instaurando nuove collaborazioni, specie con piattaforme quali Netflix, Amazon, Disney, che nei lunghi mesi della pandemia sono

diventate interlocutori imprescindibili per il mondo dell'audiovisivo". Tra le principali attività dell'esercizio, sono state completate le riprese di Qui rido io di Mario Martone con Toni Servillo, è iniziata la preparazione del film Lovely Boy di Francesco Lettieri, è stato ultimato Ballo Ballo (film musicale in coproduzione minoritaria con la società spagnola Tornasol, omaggio a Raffaella Carrà, poi approdato su Prime Video nel 2021). Nel 2020 la

società ha anche lavorato alla post produzione di La terra dei figli di Cuppellini, mentre nell'anno in considerazione sono usciti in sala i film prodotti dalla società *Il ladro* di giorni e il documentario Paolo Conte, Via con me. Sul fronte della serialità, sono state terminate le riprese della seconda stagione di La compagnia del cigno e della miniserie Rai Chiamami ancora amore.



**\*indigo**film

Nel 2020 Indigo ha ultimato le riprese di Qui rido io di . Mario Martone

# **FANDANGO**

Al 31 dicembre 2020 il bilancio di Fandango ha registrato un utile di 377.260 euro, in incremento di 223mila euro rispetto al 2019 (quando era di 154.071 euro). Come si legge nella relazione di gestione, "nonostante la pandemia, la società è riuscita a dare continuità operativa alle produzioni che

infatti pur essendosi spostate in avanti nel corso dell'anno hanno avuto una loro completa attuazione. E, malgrado la pandemia, il bilancio 2020 registra 26,6 milioni di euro, in diminuzione di solo il 13% rispetto a quanto realizzato nell'anno 2019". Da segnalare che il totale dei debiti iscritti al bilancio

FANDANGO

stato distribuito nelle sale il 22 ottobre

della società è pari a euro 45,3 milioni e che la società ha proceduto alla rivalutazione del marchio "Fandango". Il 2020 avrebbe dovuto vedere l'uscita nelle sale di *Tre piani* di Nanni Moretti, la cui release è stata invece posticipata al 2021, mentre altri film quali *Il regno* e I predatori hanno avuto un tempo di uscita in sala molto limitato a causa della chiusura dei cinema e pertanto hanno apportato benefici economici quasi esclusivamente derivanti dalla visione su piattaforme. Sul fronte televisivo, nel 2020 è andata in onda su Rai 2 la serie L'alligatore. Inoltre, alcune produzioni che s'immaginava potessero iniziare per l'estate 2020, quali Pantafa e Il muro di Gallura, sono state spostate a ridosso della fine dell'anno. Anche la serie Netflix Luna Park ha subìto un ritardo nella produzione e non è stata consegnata al committente entro l'anno, non dispiegando, in questo modo, gli effetti economici attesi.



# DREAM BODREAMS



LISTINO 2022

23 DICEMBRE

### SING 2

SEMPRE PIÙ FORTE

REGIA

**Garth Jennings** 

Il secondo episodio del musical d'animazione più famoso di sempre targato

ILLUMINATION

IN ANTEPRIMA 11 E 12 DICEMBRE

### LA VOCE DELL'AMORE

**20 GENNAIO** 

(titolo provvisorio)

**REGIA** 

Valérie Lemercier

CAST

Valérie Lemercier, Sylvain Marcel

LUCKY 🔲 RED

**3 FEBBRAIO BLACK PHONE** 

REGIA

**Scott Derrickson** 

CAST

Ethan Hawke, Mason Thames, Madeleine McGraw

17 FEBBRAIO

#### **MARRY ME SPOSAMI**

REGIA

**Kat Coiro** 

CAST

Jennifer Lopez, Owen Wilson, Maluma

IN ANTEPRIMA IL 14 FEBBRAIO

**24 FEBBRAIO AMBULANCE** 

REGIA

Michael Bay

CAST

Jake Gyllenhaal, Yahya Abdul-Mateen II, Eiza González

3 MARZO **BELFAST** 

REGIA Kenneth Branagh

**CAST** 

Caitriona Balfe, Judi Dench, Jamie Dornan, Ciarán Hinds, Jude Hill

#### 17 MARZO

#### DOWNTON ABBEY II **UNA NUOVA ERA**

REGIA **Simon Curtis** 

**CAST** 

Hugh Dancy, Laura Haddock, Nathalie Baye

#### 31 MARZO

#### TROPPO CATTIVI THE BAD GUYS

REGIA

Pierre Perifel

II nuovo film d'animazione della

**DREAMWORKS ANIMATION** 

#### 21 APRILE

#### THE NORTHMAN

(titolo provvisorio)

REGIA **Robert Eggers** 

CAST

Alexander Skarsgård, Nicole Kidman, Anya Taylor-Joy, Ethan Hawke, Willem Dafoe

#### 5 MAGGIO

#### MRS. HARRIS GOES TO PARIS

(titolo provvisorio)

REGIA

**Anthony Fabian** 

Lesley Manville, Isabelle Huppert, Jason Isaacs, Alba Baptista

# ESTATE 2022

#### 9 GIUGNO

#### JURASSIC WORLD **IL DOMINIO**

REGIA

**Colin Trevorrow** 

CAST

Chris Pratt, Bryce Dallas Howard, Sam Neill, Laura Dern, Jeff Goldblum

#### 21 LUGLIO

NO

**NOPE** 

REGIA Jordan Peele

Il nuovo film di JORDAN PEELE targato

**BLUMHOUSE** 

#### **18 AGOSTO**

#### **MINIONS 2 COME GRU DIVENTA CATTIVISSIMO**

REGIA

Kyle Balda

Il secondo capitolo del film sui Minions Con la voce di MAX GIUSTI







# E-DUESSE.IT SIRININOVA

L'ATTUALITÀ DEI MERCATI
DI RIFERIMENTO IN UN'UNICA NUOVA
PIATTAFORMA CON NOTIZIE IN TEMPO
REALE E APPROFONDIMENTI.

















# DEMBA





# CREATIVITÀ OLTRE LA COMUNICAZIONE



L'AMMINISTRATORE UNICO MARCO DE MICHELI
RACCONTA L'EVOLUZIONE DELL'AGENZIA,
DA SEMPRE PUNTO DI RIFERIMENTO PER CINEMA,
TV E, RECENTEMENTE, ANCHE PER LE PIATTAFORME
STREAMING. E MENTRE IL 2021 SI CHIUDERÀ IN
RIALZO SUL 2019, SI PREANNUNCIANO NUMEROSE
LE NOVITÀ E I PROGETTI FUTURI DELLA SOCIETÀ

di Monica Ciceri

omunicazione, creatività e pianificazione media in campo audiovisivo sono il pane quotidiano di Marco De Micheli, amministratore unico di Demba Group. Nel corso degli anni l'agenzia di comunicazione è diventata un vero e proprio unicum del settore, raggiungendo traguardi sempre più ambiziosi e portando Demba a curare il lancio delle maggiori produzioni italiane cinematografiche e televisive. Una crescita esponenziale che non è passata inosservata, spingendo anche le piattaforme streaming Netflix e Amazon Prime Video ad affidare all'agenzia progetti sempre più importanti.

#### In che modo Demba ha sviluppato il proprio campo d'azione negli ultimi anni?

Rispetto al nostro storico core business (media research, media planning, media buying, poster, trailer, campagne social), negli ultimi anni abbiamo collaborato sempre più con le società di produzione che richiedono un nostro intervento diretto nella creazione di asset specifici dei loro film, come ad esempio title sequence, supervisione creativa, moodboard di presentazione, ecc... Abbiamo realizzato le sigle delle ultime tre stagioni de *L'amica geniale* per Rai ed HBO, e ci stiamo anche occupando della realizzazione di spot e cortometraggi come nel caso dell'iniziativa #SoloAlCinema. Ci tengo a precisare che sono tutti servizi che svolgiamo internamente, senza l'appoggio di nessun collaboratore esterno.

#### Com'è strutturato il vostro team?

Sei anni fa eravamo in 5, oggi siamo in 18. Parliamo di dipendenti (che preferisco sempre chiamare collaboratori) assunti a tempo indeterminato. Io ricopro il ruolo di amministratore unico, sono il titolare della società, mi occupo del management e supervisiono tutto il lavoro svolto. La divisione creativa Vertigo, dal 2014 è sotto la direzione di Federico Mauro, che ho voluto al mio fianco dopo aver apprezzato il suo grandissimo lavoro svolto precedentemente in Fandango per cui era stato anche premiato al nostro Seme della Creatività, riconoscimento

che avevamo fortemente voluto per celebrare le eccellenze creative del settore. Negli anni, questo sodalizio si è consolidato in una vera e propria squadra di talenti grazie alla quale siamo passati dalla lavorazione di circa 10-12 titoli all'anno, a una media di 50-60 progetti curati in ogni aspetto della comunicazione.

#### Chi sono i vostri clienti principali?

La maggior parte delle distribuzioni e delle produzioni cinematografiche e, da quest'anno, anche le piattaforme streaming come Netflix e Amazon Prime Video.

#### Lavorazione e tempistiche cambiano molto tra cinema e piattaforme?

Presentano dinamiche differenti. Le piattaforme soffrono meno la competizione e, soprattutto, sono strutturate in maniera diversa, avendo una progettualità di lavorazione predefinita ed essendo molto organizzate con tempistiche di intervento più larghe. Il cinema ha variabili differenti, come festival e pianificazio-

ne delle release, che possono anticipare o rallentare molto un'uscita. Ovviamente queste dinamiche si sono ulteriormente amplificate a causa della chiusura forzata delle sale che ha bloccato il settore per oltre un anno. Con la riapertura dei cinema e i molti film in uscita, il nostro lavoro ha subìto una forte accelerazione.

#### Entriamo nel merito dei numeri. Come si chiuderà il 2021 in termini di fatturato e di lavori completati?

Accantonando momentaneamente l'annus horribilis del 2020, possiamo dire di aver vissuto un 2019 fortissimo grazie a un alto incremento del fatturato e dei progetti commissionati. Una crescita che si è confermata anche quest'anno con oltre un +10% sul fatturato del 2019.

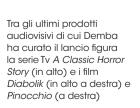
Cosa ha portato a questa nuova spinta in un anno così difficile?

Innanzitutto nel 2019 non lavoravamo ancora con Netflix e Amazon Prime Video, che oggi invece sono clienti molto importanti. Inoltre, come dicevo, il nostro campo di azione si è molto allargato grazie al know-how maturato in agenzia, dove creiamo asset che prima non gestivamo internamente come motion graphic design e titoli di testa e di coda, sempre nell'ottica di diversificare la nostra offerta.

#### Il progetto che le ha dato più soddisfazioni?

Sicuramente la campagna #SoloAl-Cinema e il cortometraggio *All Star*. Abbiamo ideato e sviluppato tutta la campagna e curato la scrittura, il montaggio e la direzione artistica, scegliendo come regista del corto Vin-









cenzo Alfieri, che ha firmato la sceneggiatura insieme a Federico Mauro. È stata un'operazione importante ed emozionante che ha avuto un fortissimo riscontro nel grande pubblico, incentivando a mio avviso il ritorno in sala. Inoltre, nello spot il bambino che si vede in sala è mio figlio Vasco, un motivo in più per essere legato a questo progetto. Personalmente, sostenere il cinema in un momento così delicato è stata una soddisfazione senza precedenti, anche perché la settima arte è da sempre la mia più grande passione.

#### Una passione che nasce da lontano.

Sì, potremmo dire che ho un legame viscerale con il cinema. Ci sono nato, letteralmente, in quanto tutta la mia famiglia ha sempre lavorato in questo settore. Mio padre mi diceva sempre: "se vuoi parlare di cinema, devi conoscere il cinema". Per questo, sin da bambino ho visto sempre tanti film di qualsiasi genere. Penso che chiunque lavori in questo settore, a qualsiasi livello, debba avere una conoscenza solida ed ampia di tutta la storia del Cinema. È un fattore imprescindibile.

Aspetto imprenditoriale a parte, faccio questo lavoro per passione. Anche

perché, oltre a Demba, gestisco altre attività in Spagna, ho un locale a Formentera e uno a Ibiza, dove ho anche una società di produzione di eventi per le discoteche più importanti.

#### Ci sono novità in arrivo in Demba?

Sul fronte dell'organico, procederemo con l'assunzione di altre 2 o 3 figure necessarie per stare al passo con il crescente flusso di lavoro, potenziando il reparto video e social, date le tantissime richieste ricevute. Inoltre, lavorare tutti questi anni nella comunicazione mi ha permesso di avere uno sguardo diverso anche verso la produzione. Un anno fa, infatti, ho fondato la casa di produzione RedVelvet, una scommessa importante in cui ripongo grandi aspettative. È un'esperienza nuova a cui pensavo da tempo e che fortunatamente sta già dando i primi risultati. Siamo in fase di scrittura con due progetti, un film e una serie Tv, e abbiamo acquistato i diritti di diverse opere. Sono poi produttore, insieme



a Insekt Film e Sky Arte, del documentario su Renato Casaro, *L'ultimo uomo che dipinse il cinema*.

# Com'è lavorare a stretto contatto con registi, produttori e distributori?

Per il tipo di lavoro che facciamo, e per come lo facciamo, il rapporto diretto con registi, produttori e distributori è fondamentale. Abbiamo un ottimo rapporto con ogni soggetto, ma normalmente, anche se conosciamo bene tutte le parti coinvolte nel progetto, il nostro interlocutore è chi ci commissiona il lavoro. È un equilibrio delicato che va preservato, altrimenti si rischia di creare un rapporto instabile che non favorisce un corretto flusso di lavoro.

#### Quali sono alcuni dei progetti recenti più importanti di cui avete curato il lancio?

Prima della chiusura delle sale avevamo terminato l'anno con *Pinocchio, La Dea Fortuna* e la serie Sky *Anna* di Ammaniti. Tra gli ultimi nostri lavori ricordo anche la serie *A Classic Horror Story* e i film *Freaks Out* e *Diabolik*.



# LA LUNGA STORIA DI DEMBA

IL FONDATORE **OSVALDO DE MICHELI**,
PADRE DELL'AMMINISTRATORE UNICO MARCO,
RACCONTA LA NASCITA DELLA SOCIETÀ,
IL PROCESSO DI CRESCITA E I TRAGUARDI
RAGGIUNTI – NON SENZA FATICA – A BENEFICIO
DI TUTTO IL SETTORE

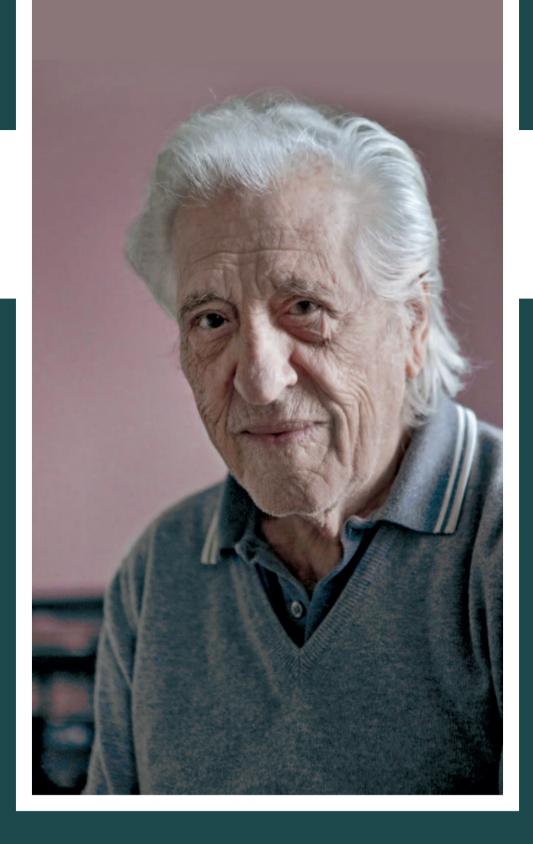
#### Come è nata l'idea di creare Demba?

Dopo aver diretto per oltre 20 anni gli uffici stampa e pubblicità della Cineriz e della Rizzoli film, le Big del cinema europeo, fondate dal grande Angelo Rizzoli Senior, decisi di mettermi in gara come produttore con due film del filone giovanilistico, Chewingum e Puro Cachemire. Ma la mia strada non era quella di produrre film. Quello che volevo continuare a fare, da indipendente, era creare una squadra, un team di professionisti capaci di trasformare le mie idee e la mia creatività in immagini e trailer, per incuriosire, affascinare il pubblico e convincerlo a scegliere i film da me lanciati. Così, nel 1985 fondai la Demba, che in breve tempo divenne leader delle agenzie di comunicazione e pianificazione pubblicitaria.

# Quale era la sua filosofia professionale?

Ho sempre pensato che il prodotto filmico, fruito come ogni altro prodotto, venisse scelto dal consumatore/ spettatore perché incuriosito non solo dalla storia, dagli attori e dal regista, ma soprattutto dalla comunicazione creata per il lancio del film. Quindi, scelte creative e un coinvolgimento emotivo che risaltano il titolo in uscita. Per raggiungere questo risultato, pretendevo la completa autonomia





da parte dei distributori, che avevano piena fiducia nelle mie capacità professionali e mi concedevano la libertà di scelta.Tra i miei clienti c'erano colossi come Universal, Ceiad Columbia, Paramount, Penta Film (nata nel 1989 da una joint venture tra Cecchi Gori Group e Silvio Berlusconi Communications). Inoltre, per una comunicazione più adatta all'immaginario del pubblico italiano, decisi di ripensare i titoli americani e di dare ai film nuovi titoli italiani. Ad esempio, ho trasformato *Total* Recall in Atto di forza, Reservoir Dogs in Le iene, Weekend at Bernie's in Weekend con il morto.

# Come ha vinto la battaglia di portare in Italia il diritto di agenzia?

Copiando i francesi, che avevano regolamentato il riconoscimento del diritto di agenzia del 15% alle agenzie di pubblicità da parte delle concessionarie. Un esempio storico di quanto sopra risale al 1884. Henri Toulouse-Lautrec dipinge la prima affiche per il Moulin Rouge di Parigi e fa stampare in cromolitografia più copie che vengono affisse sui muri di Parigi. Successo e incassi per il Moulin Rouge aumentano grazie alla "trovata" pubblicitaria di Lautrec. Per questo il Moulin Rouge riconosce al pittore una percentuale

che negli anni si trasformerà in diritto di agenzia. In Italia questo concetto era sostanzialmente bypassato. Per questo intrapresi una lotta con le concessionarie di pubblicità per far applicare lo stesso diritto del 15% sul totale dell'investimento. Dopo un'estenuante lotta, a risultato ottenuto, l'idea vincente della Demba fu un costo agenzia al cliente pari a zero e la cessione della metà del nostro 15% per far pagare meno la pubblicità al nostro cliente. Anche per questo Demba era ed è così apprezzata. Ma ho vinto anche un'altra battaglia.

#### Quale?

Riallacciandomi al discorso dei costi pubblicitari, ritenevo che i prezzi dei flani, delle affissioni, dei media in generale, fossero troppo alti, quindi convinsi il presidente dell'Anica di allora, Cianfarani, di dialogare con il Ministro dello Spettacolo per ottenere un prezzo politico sui costi dei vari media, conferendo ai film un valore culturale. Così ottenemmo una tariffa più bassa che favorì tutto il mondo del cinema.

#### La sua più grande soddisfazione?

Diciamo due. La prima per il record mondiale di film lanciati, 1.316 dalla *Dolce vita* fino al 1989, come sancisce il Centro Studi di Cultura, Promozione e Diffusione del Cinema. La seconda è la Demba, che esiste da 36 anni e che ora è guidata da mio figlio Marco, grande professionista stimato e apprezzato per la sua preparazione e convinzione nel far crescere l'azienda, scegliendo giovani e dinamici collaboratori. Oggi Demba è indubbiamente l'agenzia di comunicazione più longeva e importante del cinema italiano.



# LISTINO 2022



# **TUTTI A BORDO**

regia di Luca Miniero con Stefano Fresi, Giovanni Storti, Giulia Michelini, Carlo Buccirosso, Gigio Alberti Produzione MEDUSA FILM - INDIANA PRODUCTION

# **LAST FILM SHOW**

regia di Pan Nalin con Bhavin Rabari, Richa Meena, Bhavesh Shrimali, Dipen Raval, Rahul Koli

Produzione MONSOON FILMS - JUGAAD MOTION PICTURES STRANGER88 PRODUCTION





# **UNA FEMMINA**

regia di Francesco Costabile con Lina Siciliano, Fabrizio Ferracane, Annamaria De Luca, Simona Malato, Luca Massaro Mario Russo, Vincenzo De Rosa, Francesca Ritrovato Produzione TRAMP – O' GROOVE

### **TIGER'S NEST**

(titolo provvisorio)

regia di Brando Quilici con Sunny Pawar, Claudia Gerini Produzione HD PRODUCTION



# **VICINI DI CASA**

regia di Paolo Costella con Claudio Bisio, Vittoria Puccini, Valentina Lodovini, Vinicio Marchioni

Produzione MEDUSA FILM - BAIRES PRODUZIONI - LOTUS PRODUCTION UNA SOCIETÀ DI LEONE FILM GROUP

## **NOSTALGIA**

regia di Mario Martone con Pierfrancesco Favino, Francesco Di Leva, Tommaso Ragno

Produzione MEDUSA FILM – PICOMEDIA - MAD ENTERTAINMENT



# IL PRIMO GIORNO DELLA MIA VITA

regia di Paolo Genovese con Toni Servillo, Valerio Mastandrea, Margherita Buy, Sara Serraiocco, Giorgio Tirabassi e con la partecipazione di Lino Guanciale

Produzione MEDUSA FILM - LOTUS PRODUCTION, UNA SOCIETÀ DI LEONE FILM GROUP

# **UN MONDO SOTTO SOCIAL**

regia di Claudio Casisa e Annandrea Vitrano con I Soldi Spicci

(Claudio Casisa e Annandrea Vitrano)

Produzione MEDUSA FILM – TRAMP

# ANTICIPAZIONI







UN FILM DI FICARRA & PICONE

















I DATI DEL TERZO RAPPORTO SULLA PRODUZIONE AUDIOVISIVA NAZIONALE DI APA E DELLO STUDIO ICE PRESENTATI ALL'ULTIMA EDIZIONE DEL MIA PARLANO CHIARO: IL SETTORE AUDIOVISIVO ITALIANO HA SAPUTO REAGIRE AL BLOCCO PANDEMICO, EVOLVENDOSI MOLTO RAPIDAMENTE. CON UN RUOLO SEMPRE PIÙ PREPONDERANTE DEL VOD I CUI RICAVI, NEL 2023, RAPPRESENTERANNO IL 25% DEL TOTALE DEL MERCATO

a cura di **Stefano Neri** 

l mercato audiovisivo italiano ha saputo reagire agli effetti devastanti della pandemia, e ora c'è aria di ripresa. Lo testimoniano due ricerche presentate all'ultima edizione del MIA - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma, che hanno fatto il punto sullo stato dell'arte del settore e delineato scenari futuri. Si tratta del Terzo Rapporto APA sull'industria audiovisiva italiana, realizzato dall'Associazione Produttori Audiovisivi con il patrocinio di MiC -Ministero della Cultura e Istituto Luce Cinecittà, e dello Studio sull'industria audiovisiva italiana a cura del Centro di Ricerche Economiche e Sociali Rossi-Doria dell'Università degli Studi Roma Tre per conto dell'ICE.

#### **IL RAPPORTO APA**

Il Terzo Rapporto sulla produzione audiovisiva nazionale di Apa ha raccontato di un mercato che risente certamente

della contrazione dovuta alla pandemia, ma che ha avuto la spinta propulsiva per reagire e stare al passo. Lo scenario del settore audiovisivo, infatti, si sta evolvendo rapidamente. Così, se ad oggi la Tv rimane il medium centrale nel volume di ricavi del sistema audiovisivo (con 7,6 miliardi di euro sui 9,7 totali), prosegue e si accentua, anche come conseguenza della pandemia, la rapida crescita dell'ambiente video online che nel 2020 è valso quasi 2 miliardi di euro. Per dare un'idea dell'espansione di questo segmento, nel 2015 i ricavi dei servizi VOD incidevano solo per il 5% sul totale, mentre nel 2020 sono arrivati a contare il 19%. Si tratta di una quota peraltro in continua crescita, visto che le stime sostengono che nel 2023 i ricavi VOD potrebbe raggiungere il 25%.

# I ricavi delle società di produzione

In continua crescita nel corso degli ultimi anni, i ricavi cumulati delle prime 50 società di produzione hanno però subito una flessione di alcuni punti



percentuali (tra il -5% e il -8%) nel corso del 2020. La flessione è essenzialmente dovuta alla contrazione dei ricavi da produzione di film per la sala cinematografica e alle relative attività di distribuzione, parzialmente compensata dalla crescita dei ricavi delle società attive sul segmento fiction Tv e VOD.

#### Fiction e altri generi

Sul fronte dei generi, la fiction, destinata alle piattaforme Tv e Vod, è il genere audiovisivo che attrae maggiori investimenti e che registra un tasso di crescita estremamente elevato anche durante la pandemia: +205 milioni fra il 2017 e il 2020 (+50%) e +135 milioni fra il 2019 e il 2020 (+28%). La crescita della produzione di fiction è dovuta es-

senzialmente al forte sviluppo del VOD e alla conseguente crescita degli investimenti degli operatori VOD in prodotti originali italiani. Il valore della produzione originale di titoli di animazione nel 2020 si attesta invece sui 77 milioni di euro. Tutti gli altri generi (documentari, intrattenimento, talk show e programmi di approfondimento e culturali) sono stimati per un valore di circa 350 milioni di euro, quasi del tutto formato dal commissioning degli operatori della Tv lineare.

#### Occupazione

Sempre all'interno del *Terzo Rapporto Apa*, l'istituto Symbola si è occupato dell'impatto e potenzialità della filiera audiovisiva nella fase post Covid-19 fornendo un quadro dinamico delle attivazioni e di cessazioni di impresa nel core audiovisivo dal 2011 al 2021, ed evidenziando come in questo arco tem-

porale si siano registrate nel primo caso una flessione e nel secondo una crescita. Anche se, in piena pandemia la perdita di lavoratori è stata meno aggressiva del prevedibile, infatti nel 2020 sono stati conteggiati 111.287 addetti coinvolti nell'attività audiovisive contro i 119.312 del 2019.

#### LO STUDIO ICE

Per quanto riguarda il rapporto ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), è stato sottolineato che, negli ultimi anni, l'industria audiovisiva italiana ha manifestato segni di grande vivacità, facendo leva sul patrimonio culturale in cui è radicata per cercare di rinnovare le forme della propria presenza sui mercati internazionali. Infatti, dopo essere sceso considerevolmente tra il 2008 e il 2014, il numero delle imprese nel settore audiovisivo italiano è tor-

## **RICAVI CUMULATI DELLE PRIME 50 IMPRESE DI PRODUZIONE AUDIOVISIVA** (in milioni di euro)

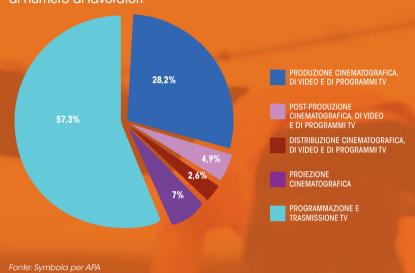
La flessione del 2020 è essenzialmente dovuta alla contrazione dei ricavi da produzione di film per le sale e alle relative attività di distribuzione, parzialmente compensata dalla crescita dei ricavi delle società attive sul segmento fiction Tv e VOD



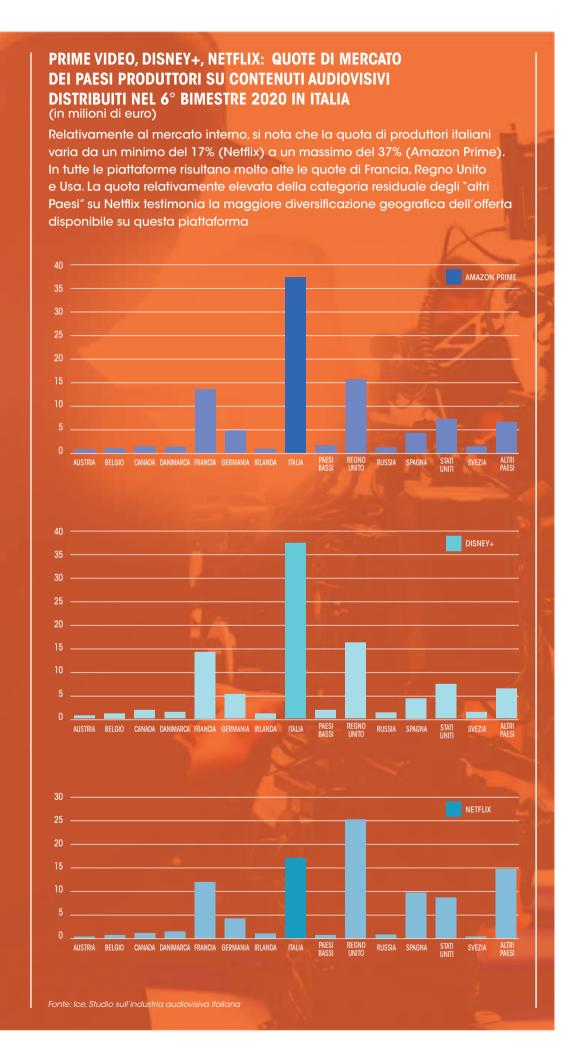
Fonte: per il 2017 e 2018 e 2019 elaborazioni e-Media per APA su dati degli operatori e, per l'anno 2013, su dati Agcom. Per il 2020 la stima è provvisoria in attesa della pubblicazione dei bilanci di tutti gli operatori

# L'OCCUPAZIONE NEL SETTORE AUDIOVISIVO PER COMPARTI PRODUTTIVI ANNO 2020 (quote percentuali)

La programmazione e trasmissione Tv, insieme alla produzione cinematografica, di video e di programmi Tv, rappresentano le aree di maggiore rilievo in termini di numero di lavoratori







nato vicino alle 9.000 unità, recuperando integralmente le perdite subite. Tuttavia, il numero degli occupati ha fatto registrare una ripresa modesta: nel 2018 si contavano quasi 43mila addetti, due terzi di quelli del 2008. E questo mentre cresceva l'interesse delle multinazionali straniere per la nostra industria, tant'è che la loro incidenza in termini di occupati è salita dal 4,2 all'11,5%.

#### **Esportazioni**

Mentre il nostro saldo commerciale di servizi audiovisivi – per lo più in disavanzo – è risultato di segno positivo nel 2019, la nostra quota di esportazioni mondiali si aggira intorno a una media dello 0,2%, una quota decisamente inferiore alle nostre reali potenzialità e rispetto a quella dei nostri diretti competitor. C'è da dire che il grado di diversificazione geografica delle esportazioni – che hanno in Germania e Francia le destinazioni più rilevanti – è cresciuto sia in Europa, sia verso mercati extra-europei come Corea del Sud e Stati Uniti.

Concentrandosi solo sull'esportazione di film italiani, la ricerca ha evidenziato che dal 2005 al 2019, il numero di titoli nostrani distribuiti nei Paesi europei ha avuto un andamento abbastanza altalenante, caratterizzato però, dal 2016 in poi, da una costante crescita. Se dunque l'esportazione è aumentata, la maggiore offerta di titoli italiani nei mercati europei non si è però tradotta in un maggior numero di biglietti venduti per i titoli italiani: se nel 2019, infatti, i film italiani distribuiti in Europa hanno rappresentato oltre il 7%, la percentuale di biglietti venduti per i film nostrani non ha raggiunto neanche il 2%.

#### Piccoli ma agguerriti

In Italia la larga diffusione dei servizi di video on demand non sembra aver determinato la progressiva disintermediazione del mercato tradizionale, prevista da alcuni analisti. Considerando l'insieme del mercato europeo dei servizi VOD, la posizione dei produttori italiani è tutt'altro che marginale, collocandosi al secondo posto su Prime Video e al terzo su Disney + . In sintesi, fanno rilevare i ricercatori, malgrado le barriere culturali e politiche che limitano la diffusione internazionale dei contenuti audiovisivi



#### ESPORTAZIONI ITALIANE DI PRODOTTI AUDIOVISIVI PER PAESE DI DESTINAZIONE (percentuali) 2009 2010 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2008 0,1% COREA DEL SUD 0,1% 0,2% 0,1% 0,3% 0,1% 0,1% 0.6% FRANCIA 18,0% 15,0% 14,3% 15,7% 17,8% 11,0% 13,0% 10,6% 10,7% 12,4% 9,7% 9,3% 7,2% 9,1% 12,0% 21,0% 27,1% 24,5% 14,3% 13,2% 11,6% 8,9% 21,6% 18,3% 17,7% 9,7% PAESI BASSI 4,9% 2,4% 2,0% 3,1% 1,8% 2,6% 2,3% 2,5% 2,1% 2,5% 2,2% 3.0% 1,8% 1,9% 1,6% 2,1% 3,1% **REGNO UNITO** 13,6% 15,2% 12,0% 12,9% 6,4% 11,7% 11,0% 11,5% 14,3% 13,8% 10,4% 9,2% 8,7% 8,4% REPUBBLICA CECA 0.6% 0.7% 0.6% 0,7% 0,9% 0.9% 5.6% 15.7% 12.3% 10.9% 0.7% 1,6% 7,3% 0,2% 0,2% 1,7% 0,7% 2,2% 1,4% 0,3% 0,2% 0,2% 0,2% 1,5% 1,4% 2,4% 0,6% 0.1% 0,1% 0.1% 0,1% 0,1% 0.2% 0,1% 0,1% 0.0% 4.3% 7,3% 7.8% SLOVACCHIA 0,1% 0,2% 0,1% 0,2% 1,0% 0,5% 1,0% 0,2% 0,9% 1,3% 0,6% 0,6% 2,3% 3,5% 6,0% 5,4% 9,4% 4,8% 8,2% 5,8% 2,5% 1,7% 3,8% 2,5% 4,5% 6,9% 5,6% 6,8% 4,9% 5,3% 7,9% 3,1% 2,6% 3,3% 3,4% 3,6% 3,9% 3,3% 18,6% 3,8% 5,1% 5,1% SVIZZERA 10,7% 6,7% TURCHIA 1,5% 1,8% 1,8% 2,6% 2,8% 2,9% 0,5% 0,3% 0,1% 0,2% 0,7% 0,4% 4,1% 0,1% 100% 100% 100% 100% 100% 100% 100%

Fonte: Italian Trade Agency

# VENITE A SCOPRIRE COM'È NATA LA LEGGENDA



DAL 30 DICEMBRE AL CINEMA



















# ANCHE LE NUVOLE INQUINANO

AMAZON, NETFLIX, DISNEY, APPLE, HULU E HBO: TUTTE CONNESSE A UN UNICO CLOUD, LA AWS DI JEFF BEZOS, LE PIATTAFORME STREAMING HANNO UN IMPATTO SULL'AMBIENTE MODESTO MA CONCRETO. EMISSIONI CHE LE MULTINAZIONALI DELL'INTRATTENIMENTO PREFERISCONO COMPENSARE PIÙ CHE TAGLIARE, ACQUISTANDO SUL MERCATO CERTIFICATI GREEN, PIANTANDO ALBERI O FINANZIANDO PROGETTI DI TUTELA AMBIENTALE

di **Ilaria Ravarino** 

iamo tutti in una nuvola, nel cosiddetto cloud: da quando la pandemia di Covid-19 ha accelerato l'adozione del cloud computing (la tecnologia che permette di elaborare e archiviare dati in Rete), la "nuvola informatica" ha finito per assorbire la maggior parte delle nostre attività. Non solo il lavoro e la scuola, ma anche il tempo libero: se durante l'emergenza sanitaria i servizi di streaming video sono riusciti a gestire la crescita del numero degli utenti, e la conseguente richiesta di visioni simultanee, è stato proprio grazie alla flessibilità e all'efficienza del cloud.

Il richiamo alla nuvola, tuttavia, non deve ingannare: immateriale e volatile come i dati che contiene, il cloud – che si "appoggia" a una rete di componenti hardware (server) dislocati nel mondo – ha un impatto materiale e concreto sull'ambiente. In una parola: inquina.

Come spiega la giornalista Milena Gabanelli in un'inchiesta di Dataroom per il Corriere della Sera, i giganteschi data center verso cui stanno migrando i dati di tutto il mondo oggi assorbono l'1% della domanda globale di energia, il cui 20% serve per il raffreddamento dei macchinari, conservati a un massimo di 27 gradi (uno dei data center più famosi è il Pionen White Mountains, in un bunker atomico 30 metri sotto il suolo di Stoccolma). Il consumo energetico, naturalmente, si traduce in emissioni: un solo server, spiega l'articolo, produce in un anno da 1 a 5 tonnellate di CO, equivalente. Un solo gigabyte scambiato su internet emette da 28 a 63 g di CO, equivalente. Anche un solo film in streaming ha un impatto sull'ambiente: calcolarlo, però, è una questione complessa.





#### **QUANTO INQUINA AWS?**

Google, Amazon, Apple, IBM e Microsoft non indicano nei loro report di sostenibilità l'impatto del singolo servizio sull'ambiente. Considerando il totale dei servizi, incluso il cloud, secondo i dati riportati dal Corriere la più inquinante di tutte risulterebbe essere Amazon, che nel 2020 avrebbe emesso 54.659.000 di tonnellate di CO, (il dato include anche il servizio di trasporto pacchi, che ha inciso profondamente durante la pandemia). Seguono Samsung con 29 milioni, Apple con 22 milioni, e tra le multinazionali web Google (12,5 milioni), Microsoft (11,5 milioni), Facebook (4 milioni).

Il problema dell'inquinamento da cloud, tuttavia, viene trattato specificatamente in un capitolo del report annuale di Amazon sulla sostenibilità 2020, in cui l'azienda cita il risultato di uno studio della 451 Research: le infrastrutture di AWS sarebbero 3,6 volte più efficienti a livello energetico della media dei data center statunitensi, grazie all'uso di processori più efficienti (il Graviton 2) e a un design dei data center che elimina il gruppo di continuità sostituendolo con pacchetti di batterie, "riducendo del 35% la dispersione di energia". Meno ricca di dettagli strutturali sul tema, ma più generosa di numeri, è la comunicazione di Netflix, la cui impronta di carbonio (definizione che indica la quantità di gas a effetto serra emesso in atmosfera dall'attività umana) ha raggiunto nel 2020 - si legge nei documenti pubblicati nell'area stampa del sito - quasi un milione di tonnellate. La metà dell'impronta deriverebbe dalla produzione fisica di film e serie, seguita dalle attività aziendali e dai beni acquistati (45%). Quanto ai fornitori di servizi cloud - Netflix si serve, oltre che di AWS, anche della rete Open Connect – la distribuzione dei contenuti in streaming rappresenterebbe il 5% dell'impronta. Disney e Apple non forniscono informazioni specifiche sull'impronta energetica del cloud.

Sul calcolo dell'impatto del singolo film sull'ambiente esistono diverse ricerche, non tutte concordi sul tipo e sulla rilevanza dei parametri da considerare: tipologia di dispositivo elettronico impiegato per la visione (smartphone, tablet, pc, televisore a Led), qualità di riproduzione (SD, HD, full HD, 4K), mix energetico utilizzato nel paese. La ricerca

BOX OFFICE 30 novembre 2021 più recente, citata dalla comunicazione di Netflix, è dell'Università di Bristol ed è stata inserita, lo scorso giugno, nel "white paper" indipendente dell'associazione no profit Carbon Trust. Secondo questo studio, l'impronta ecologica media di un'ora di streaming video in Europa ammonterebbe a circa 55g CO,e (grammi di biossido di carbonio equivalente), di molto inferiore al valore diffuso all'inizio dell'anno dall'Agenzia Internazionale dell'Energia IEA, 82g CO, - valore prodotto sulla base della stima del consumo di energia per un'ora di streaming video su Netflix (0,8 kWh) - che a sua volta ridimensionava notevolmente l'analoga stima del 2019 del dossier del think tank francese The Shift Project (secondo cui il consumo di energia per un'ora di video corrisponderebbe a 6,1 kWh). Ma "considerato il rapido evolversi delle tecnologie e la sempre maggiore efficienza delle Reti", una nuova stima, sempre condotta da IEA, sta spostando ancora più giù l'asticella del consumo, fino a fissare l'impatto di un'ora di streaming video a 36g CO<sub>2</sub>. L'impatto dello streaming sull'ambiente, sostiene IEA, sarebbe dunque "modesto". Per un calcolo "casalingo" e senza pretesa di scientificità, è possibile usare il tool gratuito messo a disposizione dal sito Just Wa-

tch: è sufficiente scaricare la cronologia di Netflix, e seguire le istruzioni, per avere un'idea del proprio, personalissimo, impatto sull'ambiente. Un totale di 269 prodotti audiovisivi consumati in tre mesi, per esempio, corrisponderebbe a un consumo di 90,9 kg di CO<sub>2</sub>: quanto "85 cicli di lavatrice", "88 ore sotto alla doccia", e "606 km in automobile". Non proprio modesto.

#### RIDURRE L'IMPATTO DELLO STREAMING

Oggi la parola d'ordine per le grandi compagnie tech e di intrattenimento, più che "ridurre" è "compensare", investendo per esempio in parchi fotovoltaici ed eolici, piantando alberi (Microsoft in Madagascar, Amazon in Brasile) o acquistando certificati di energia rinnovabile per compensare l'effettivo consumo di energia da combustibili fossili. È il caso di Facebook, il cui data center di Primeville, 11 strutture, il più grande

Di proprietà di Facebook è il data center di Primeville (11 strutture), il più grande degli Stati Uniti (valore pari a due miliardi di dollari), supportato al 100% da energia rinnovabile acquistata dall'azienda Pacificorp



zione con la Commissione europea, che tà, di energia pulita e rinnovabile. ВО



# **PRIMO SEMESTRE 2022**

















UN FILM DI TORD DANIELSSON, OSKAR MELLANDER CON DILAN GWYN E LINUS WAHLGREN



# **ANTICIPAZIONI**





### IL FILM CANDIDATO AGLI OSCAR® PER LA SPAGNA

"UN CAPOLAVORO. LA MIGLIORE COMMEDIA DEL MOMENTO"

"UN FIUME DI RISATE"

CINEUROPA



"UN IMMENSO BARDEM"

"MOLTO DIVERTENTE, RICORDA I COEN"

"BARDEM STRAORDINARIO"

"L'INTERPRETAZIONE DI BARDEM SEMBRA VENIRE DA UN ALTRO PIANETA" SCREEN

"UN BARDEM CHE ARRIVA AD UN PASSO DAL MIRACOLO"

Il premio Oscar®

JAVIER BARDEM È

### IL CAPO PERFETTO

Dal regista di PERFECT DAY e ESCOBAR Fernando León de Aranoa

DAL 23 DICEMBRE AL CINEMA



Co-funded by the European Union



Creative Europe











vel del film Giovanni Rigano e Massimo Rocca, l'anteprima dei primi due episodi del serial Disney + *Dopesick - Dichiarazione di dipendenza*, e le proiezioni speciali dei film Searchlight Pictures *The Night House - La casa oscura* e *Antlers - Spirito insaziabile*.

Warner Bros. Entertainment Italia ha poi mostrato in anteprima i primi due episodi di Superman & Lois, prossimamente in onda su Italia 1, e Dune di Denis Villeneuve. E in attesa dell'uscita di Matrix Resurrections, la major ha proiettato sul grande schermo il primo film Matrix, preceduto da una featurette esclusiva del quarto capitolo cinematografico. Un appuntamento impreziosito da una speciale video-proiezione della digital rain Matrix sulla facciata del palazzo adiacente al Teatro del Giglio. Tra gli altri eventi anche la proiezione di My Hero Academia. The Movie - World Heroes' Mission (Nexo).





### BEST MOVIE MEDIA PARTNER

Come ogni anno, la rivista di cinema Best Movie (pubblicata da Duesse Communication, casa editrice di Box Office) è stata media partner del Lucca Comics & Games. Un numero impreziosito anche dall'allegato Best Streaming, guida essenziale per scoprire le ultime novità di film e serie Tv in uscita sulle piattaforme streaming. Distribuita nelle location più affollate della manifestazione (a partire dal padiglione principale di piazza Napoleone), Best Movie ha accompagnato gli oltre 90mila visitatori, facendo da bussola per identificare tutti gli eventi dell'Area Movie e per orientarsi nella mappa del Lucca Comics & Games.





## E FILM GROUP

### IL NOSTRO LISTINO

KRISTEN STEWART SALLY HAWKINS

Es PABLO LARRAÍN

**SPENCER** 



SIMON KINBERG

355



MOLLY KUNZ GRAHAM GREENE CHARLIE CARRIK

86 GILLES DE MAISTRE

IL LUPO E IL LEONE



THEODORE TY LAURENT ZEITOUN

LUCE ACCENDI IL TUO CORAGGIO

(FIREHEART)



GUY RITCHIE

OPERATION FORTUNE: RUSE DE GUERRE



ROBERT DE NIRO LEONARDO DICAPRIO

MARTIN SCORSESE

KILLERS OF THE FLOWER MOON



BEN AFFLECK ALICE BRAGA

86 ROBERT RODRIGUEZ

**HYPNOTIC** 



JOSH GORDON WILL SPECK

**DISTANT** 



MICHAEL MANN

**FERRARI** 



GERARD BUTLER

8F RIC ROMAN WAUGH

**KANDAHAR** 







VIN DIESEL OLIVIA DAY

E. GARY GARY

**MUSCLE** 



HUGH JACKMAN VANESSA KIRBY ANTHONY HOPKINS LAURA DERN

Eller FLORIAN ZELLER

THE SON





JAKE GYLLENHAAL VANESSA KIRBY

EH THOMAS BIDEGAIN

SUDDENLY



HEI EN MIRRE

GUY NATTIV

**GOLDA** 



MICHELLE WILLIAMS SETH ROGEN PAUL DANO

8

STEVEN SPIELBERG

THE FABELMANS







TONI SERVILLO, VALERIO MASTANDREA MARGHERITA BUY

PAOLO GENOVESE

N.... XL...

IL PRIMO GIORNO DELLA MIA VITA



Lotus PRODUCTION

A LEONE FILM GROUP COMPANY

MICAELA RAMAZZOTTI SERGIO RUBINI MAX TORTORA ANNA GALIENA GABRIEL MONTESI

85

MICAELA RAMAZZOTTI

**FELICITÀ** 



EDOARDO LEO

IVANO DI MATTEO

MIA



IL NUOVO FILM DI PAOLO VIRZÌ



IL NUOVO FILM DI PAOLO GENOVESE







Festeggiamo insieme 20 anni di emozioni, sogni, passione e

**GRANDE CINEMA!** 



### UNTOUR TRAICINEMA VISTIAL CINEMA

IN GIRO PER IL MONDO PRESSO LE SALE CINEMATOGRAFICHE PROTAGONISTE DI ALCUNE DELLE SCENE PIÙ ICONICHE DEI FILM

a cura di **Marita Toniolo** 









### BERLINO, GERMANIA

Le protagoniste di Dèmoni di Lamberto Bava bigiano la scuola per andare alla prima di un film in un nuovo cinema. Là una misteriosa maschera trasforma progressivamente i presenti in creature che fanno fuggire il resto degli spettatori dalla sala. Per il suo horror, Bava scelse come ambientazione Berlino e il cinema Metropol per la precisione.



© Working Title (1), Sony Pictures (1), DACFILM Roma (1), CC Mx. Granger (1), CC Granola (1), courtesy by Metropol (1), Medusa (1), The Walt Disney Company (1), IStock (2)

### NEW YORK, USA

Ne La rosa purpurea del Cairo la protagonista Cecilia (Mia Farrow) sfugge alla quotidianità, rifugiandosi in un cinema. La sua immersione nelle immagini è tale che il protagonista del suo film preferito sfonda la quarta parete e la raggiunge nel mondo reale. Per rappresentare la sala del New Jersey, Woody Allen scelse il Kent Theater di Brooklyn



### DIGIMON ADVENTURE: LAST EVOLUTION KIZUNA

**REGIA:** Tomohisa Taguchi (Akudama Drive) **GENERE:** Anime

EVENTO 9-15 DICEMBRE 2021

Dai produttori del grande successo internazionale Dragon Ball Super: Broly – II Film, arriva l'ultima e imperdibile avventura di Taichi e Agumon che celebra il 20° anniversario del franchise dei Digimon che ha segnato l'infanzia di un'intera generazione.



### **BELLE**

**REGIA:** Mamoru Hosoda (La ragazza che saltava nel tempo, Wolf Children, The Boy and the Beast, Mirai) **GENERE:** Anime

**3 FEBBRAIO 2022** 

In collaborazione con I WONDER

Dal character designer di Ralph Spaccatutto, Big Hero 6, Zootropolis, Oceania e Frozen II, e dal visionario regista di Mirai, Mamoru Hosoda, il film anime più atteso del 2021 che vi catapulterà in un fantastico mondo virtuale per un'esperienza visiva unica.



### GIULIA

REGIA: Ciro De Caro (Spaghetti Story) CAST: Rosa Palasciano, Valerio Di Benedetto, Fabrizio Ciavoni, Cristian Di Sante **GENERE:** Drammatico

**17 FEBBRAIO 2022** 

Dal successo di *Spaghetti Story*, il regista Ciro de Caro non fa che mettere alla prova il suo acuto talento. Giulia, che è divisa tra il bisogno di sentirsi a casa, amata e una selvaggia voglia di libertà, è in cerca di un posto nel mondo. Tra un illusorio desiderio di maternità ed espedienti per sbarcare il lunario, frequenta personaggi inafferrabili puri e meravigliosi come lei, fino a quando comprenderà che sta a lei decidere come vivere, o non vivere, la vita.



### THE DEER KING - IL RE DEI CERVI

REGIA: Masashi Ando, Masayuki Miyaji (La Città Incantata) **GENERE:** Anime

PRIMAVERA 2022

Tratto dalla serie di romanzi omonima della scrittrice Nahoko Uehashi, e diretto da Masashi Ando character designer di grandi film dello Studio Ghibli (La Principessa Mononoke, La Città Incantata, Quando C'era Marnie) The Deer King — Il re dei Cervi è ambientato in un mondo feudale. Questa preziosa perla di animazione giapponese narra le avventure di Van, leader dei guerrieri schierati contro l'invasione dell'Impero.



### THE INNOCENTS

**REGIA:** Eskil Vogt CAST: Rakel Lenora Fløttum, Alva Brynsmo, Sam Ashraf **GENERE:** Horror

PRIMO SEMESTRE 2022

MIDNIGHT I WONDER Selezionato in Concorso all'ultimo festival di Cannes, l'acclamato horror psicologico di

Eskil Vogt è un'agghiacciante, intensa e splendida favola non adatta ai deboli di cuore. Quattro bambini diventano amici durante le vacanze, ma con i loro giochi qualcosa di strano e raccapricciante inizia ad accadere.



### DALI LAND

REGIA: Mary Harron (American Psycho, L'altra Grace) CAST: Ben Kingsley (Gandhi, Schindler's List, Iron Man 3), Barbara Sukowa (Atomica Bionda, Hannah Arendt), Ezra Miller (Justice League, Suicide Squad) **GENERE:** Biopic

RIMO SEMESTRE 2022

Dalla regista di *American Psycho* Mary Harron arriva un potente e immersivo biopic drama sul celebre pittore surrealista Salvador Dalì. Con il Premio Oscar® Sir Ben Kingsley (Gandhi, Giochi di potere), Barbara Sukowa (Hannah Arendt) ed Ezra Miller (Justice League, Suicide Squad). Dalì Land racconta la storia degli ultimi anni del bizzarro e affascinante matrimonio tra il genio Salvador Dalí e la sua tirannica moglie Gala.



### LA FATA COMBINAGUAI

**REGIA:** Caroline Origer **GENERE:** Animazione

Dai produttori di Luis e gli Alieni, una storia ricca di azione, umorismo, magia e cuore, che si prende gioco delle nostre piccole debolezze e dimostra che, con un vero amico, tutto è possibile.

PRIMO SEMESTRE 2022



www.midnightfactorv.it







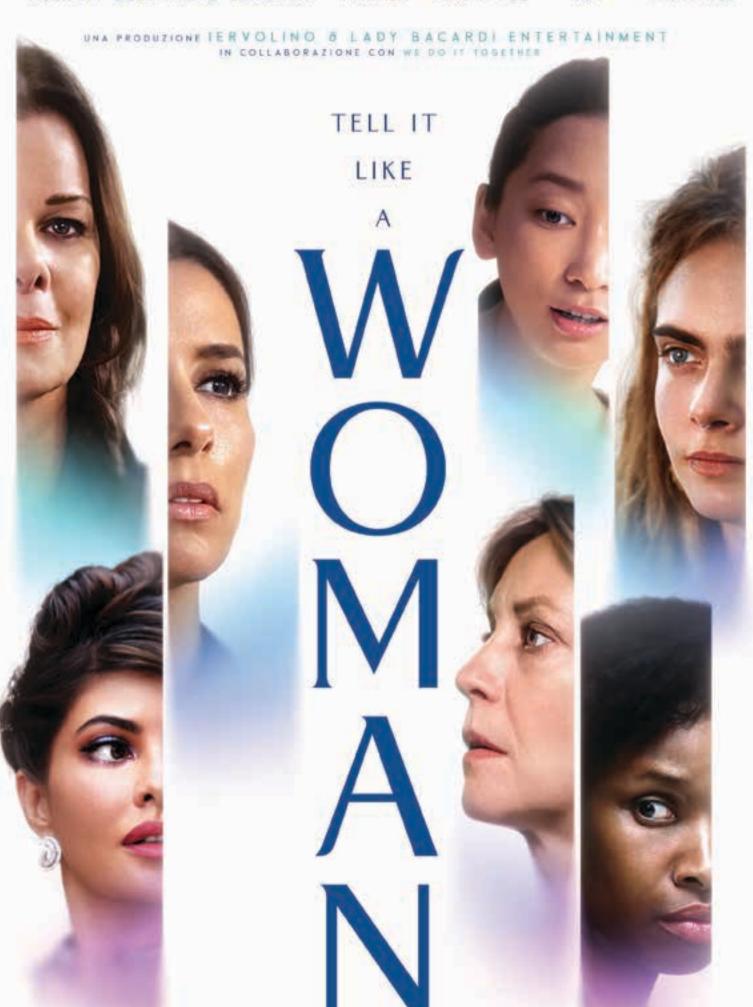




www.animefactorv.it

CREDITS NOT CONTRACTUAL

**KOCH MEDIA** 





### LINE UP 1° SEMESTRE 2022

#### ADVENTURE SCI-FI



L'ULTIMO GIORNO SULLA TERRA

Di Romain Quirot

Con Jean Reno, Hugo Becker, Paul Hamy e Sonia Okacha

#### DRAMEDY



**BEAUTIFUL MINDS** 

Di Bernard Campan e Alexandre Jollien

Con Bernard Campan e Alexandre Jollien

DRAMEDY



DOG

Di Channing Tatum e Reid Carolin

Con Channing Tatum, Kevin Nash e Aqueela Zoll

#### DRAMA



### C'MON C'MON

Di Mike Mills

Con Joaquin Phoenix, Gaby Hoffmann e Woody Norman

HORROR



### THE GEORGETOWN PROJECT

Di Joshua John Miller e M.A. Fortin

Con Russell Crowe, Adam Goldberg e Sam Worthington

THRILLER



### **PROMISES**

Di Thomas Kruithof

Con Isabelle Huppert, Reda Kateb e Naidra Ayadi

#### DRAMA



### IL BAMBINO DI CRISTALLO

Di Jon Gunn

Con Zachary Levi, Meghann Fahy, Jacob Laval e Patricia Heaton

### COMEDY



### IL PEGGIOR LAVORO DELLA MIA VITA

Di Thomas Gilou

Con Gérard Depardieu, Daniel Prévost e Kev Adams

# DIA

### CHASE

Di Brian Goodman

Con Gerard Butler, Jaimie Alexander e David Kallaway

