

Speciale Distribuzione

BOXOFFICE

www.e-duce.it



L'OFFERTA IN SALA E LE SFIDE DEI PROSSIMI MESI

I distributori presentano i propri listini e si confrontano sulle urgenze del settore nel tentativo di trovare nuove strade per uscire dall'impasse

Speciale Distribuzione

BOXOFFICE

www.e-duesse.it



01

DISTRIBUTION

EMOZIONI SUL GRANDE SCHERMO

LISTINO 2022|2023

Rai Cinema





THE FABELMANS

REGIA Steven Spielberg

CAST Michelle Williams, Seth Rogen, Paul Dano

USA / Amblin Entertainment



IL SIGNORE DELLE FORMICHE

REGIA Gianni Amelio

CAST Luigi Lo Cascio, Elio Germano, Sara Serraiocco, Leonardo Maltese

ITALIA / Kavac Film, IBC Movie e Tenderstories con Rai Cinema



IL COLIBRÌ

REGIA Francesca Archibugi

CAST Pierfrancesco Favino, Kasia Smutniak, Bérénice Bejo, Laura Morante, Sergio Albelli, Alessandro Tedeschi, Benedetta Porcaroli, Massimo Ceccherini, Fotinì Peluso, Francesco Centorame, Pietro Ragusa, Valeria Cavalli, Nanni Moretti

ITALIA - FRANCIA / Fandango con Rai Cinema in coproduzione con Les Films des Tournelles e Orange Studio



KILLERS OF THE FLOWER MOON

REGIA Martin Scorsese

CAST Robert De Niro, Leonardo DiCaprio

USA / Appian Way



THE PALACE

REGIA Roman Polanski

CAST Oliver Masucci, John Cleese, Mickey Rourke, Fanny Ardant, Luca Barbareschi, Aleksandr Petrov, Bronwyn James, Joaquim De Almeida, Fortunato Cerlino, Milan Peschel

ITALIA - SVIZZERA - POLONIA - FRANCIA / Eliseo Multimedia con Rai Cinema, in coproduzione con Lucky BOB, CAB Productions e RP Productions



DANTE

REGIA Pupi Avati

CAST Sergio Castellitto, Alessandro Sperduti, Carlotta Gamba, Enrico Lo Verso, Morena Gentile, Romano Reggiani, Milena Vukotic, Paolo Graziosi, Alessandro Haber, Leopoldo Mastelloni, Mariano Rigillo, Gianni Cavina, Erica Blanc

ITALIA / Duea Film con Rai Cinema e con MG Production



DIABOLIK - GINKO ALL'ATTACCO!

REGIA Manetti bros.

CAST Giacomo Gianniotti, Miriam Leone, Valerio Mastandrea

ITALIA / Mompracem con Rai Cinema, in associazione con Astorina



GOLDA

REGIA Guy Nattiv

CAST Helen Mirren, Camille Cottin, Ed Stoppard

UK / Embankment Films



L'OMBRA DI CARAVAGGIO

REGIA Michele Placido

CAST Riccardo Scamarcio, Louis Garrel, Isabelle Huppert, Micaela Ramazzotti, Tedua, Vinicio Marchioni, Michele Placido

ITALIA - FRANCIA / Goldenart Production con Rai Cinema in coproduzione con Le Pacte e Mact Productions



MIXED BY ERRY

REGIA Sydney Sibilia

CAST Luigi D'Orlando, Giuseppe Arena, Emanuele Palumbo, Fabrizio Gifuni, Francesco Di Leva, Greta Esposito, Cristiana Dell'Anna

ITALIA / Groenlandia con Rai Cinema



RIUNIONE DI FAMIGLIA (NON SPOSATE LE MIE FIGLIE! 3)

REGIA Philippe de Chauveron

CAST Christian Clavier, Chantal Lauby, Ary Abittan, Frédéric Chau, Noom Diawara, Medi Sadoun, Frédérique Bel, Elodie Fontan, Alice David, Emilie Caen

FRANCIA / Les Films du Premier, Les Films Du 24, Tfi Films Production



THE LAND OF DREAMS

REGIA Nicola Abbatangelo

CAST Caterina Shulha, George Blagden, Kevin Guthrie, Paolo Calabresi, Marina Rocco, Ryan Reid, Nathan Amzi, Carla Signoris, Stefano Fresi, Edoardo Pesce

ITALIA / Lotus Production, una società Leone Film Group, con Rai Cinema, in associazione con 3 Marys Entertainment



wepromo_ig 5h



Invia un messaggio

WE

CREATE

Sammy_42
Milano



Piace a **10.328 persone**
Sammy_42 Alla premiere del film più atteso...
Visualizza tutti e 74 commenti
19 ore fa

i.max.lover
Roma



Piace a **9.674 persone**
i.max.lover Una serata con gli amici al Cinema...
Visualizza tutti e 151 commenti
2 giorni fa

Seguirti | Per te



DIGITAL EXPERIENCES

@SharksOnScreen
Time to play.
#tiktok #trend
LaLaLa





4



6



8



10



12

- 4 WARNER BROS. ENTERTAINMENT ITALIA
- 6 THE WALT DISNEY COMPANY ITALIA
- 8 EAGLE PICTURES
- 10 UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL ITALY
- 12 01 DISTRIBUTION
- 14 BIM DISTRIBUZIONE
- 16 VISION DISTRIBUTION
- 22 MEDUSA FILM
- 24 I WONDER PICTURES
- 26 NOTORIOUS PICTURES
- 28 NEXO DIGITAL
- 30 ADLER ENTERTAINMENT
- 32 KOCH MEDIA
- 33 WANTED CINEMA
- 34 VERTICE 360



14



16



22



24



26

SPECIALE DISTRIBUZIONE

Direttore responsabile Vito Sinopoli
Responsabile di redazione Paolo Sinopoli
Redazione Valentina Torlaschi
Grafica e fotolito Emmegi Group Milano

I.R. Riservato ai lettori di *Box Office*

Registrazione Tribunale di Milano n. 238 del 7/5/94 -
 Iscrizione Registro Nazionale della Stampa
 n. 9380 del 11/4/2001 - ROC n. 6794

Le informazioni sui listini (crediti non definitivi)
 provengono dalle rispettive aziende
Stampa Galli Thierry Stampa srl Milano

Tutte le immagini presenti in questo speciale
 sono state gentilmente concesse
 dalle rispettive case di distribuzione

RINSALDARE IL RAPPORTO CON IL PUBBLICO

MARIA CATANZARITI, Vice President Theatrical Distribution di Warner Bros. Discovery Italia



Quali sono i vostri titoli più forti in uscita al cinema nel prossimo semestre?

Il secondo semestre 2022 sarà ricco di titoli di grande valore targati Warner e Sony che non vediamo l'ora di portare nelle sale e che saranno sicuramente molto apprezzati dal pubblico. Inizieremo con *Bullet Train* per la regia di David Leitch, un action-thriller folle e adrenalinico con protagonista Brad Pitt in un ruolo cool e sopra le righe. In seguito faranno il loro debutto sul grande schermo gli amici a quattro zampe dei supereroi DC in un film d'animazione impreziosito dalle simpatiche voci di Lillo e Maccio Capatonda che farà la gioia di grandi e piccoli. Dopo *DC League of Super-Pets* ci immergeremo nelle atmosfere horror di *Le notti di 'Salem*, tratto dall'omonimo capolavoro bestseller del maestro del brivido Stephen King. Un film che gli amanti del genere non potranno farsci scappare. Poco dopo porteremo nelle sale il thriller *Don't Worry Darling* con un cast di giovani talenti e veterani del panorama attoriale hollywoodiano tra cui Florence Pugh, Harry Styles, Chris Pine e Olivia Wilde nel doppio ruolo di attrice e regista. Un altro grande talento, Javier Bardem, sarà tra i protagonisti di *Lyle, Lyle, Crocodile* tratto dall'omonimo libro per bambini. Un film per tutta la famiglia delicato e divertente che ci invita a guardare oltre le apparenze. Il mystery-drama *La ragazza della palude*, tratto dal bestseller interna-



zionale di Delia Owens, ci trasporterà all'interno di un fitto giallo dai risvolti imprevedibili. Per la gioia dei fan il film sarà arricchito da un brano originale di Taylor Swift. Il premio oscar Viola Davis sarà invece tra gli interpreti principali di *The Woman King*, regalandoci un'ennesima, grande performance. Di certo non mancheranno grandi titoli per i fan dei supereroi. Stiamo parlando dell'attesissimo debutto di *Black Adam*, interpretato da Dwayne John-



Penélope Cruz ne *L'immensità* di Emanuele Crialese



Fabio De Luigi e Virginia Raffaele nella commedia *Tre di troppo*, diretta dallo stesso De Luigi



Il film d'animazione *DC League of Super-Pets*

son nei panni del potente antieroe dell'universo DC, e di un grande ritorno con *Shazam! Furia degli Dei*. Infine, porteremo in sala un biopic di una delle artiste più amate di sempre, la cui voce ha fatto sognare, cantare e ballare milioni di persone del mondo. Mi riferisco a Whitney Houston e del film che porta il titolo di una delle sue canzoni più iconiche e conosciute: *I Wanna Dance With Somebody*.

Per quanto riguarda le produzioni

italiane, il pubblico amante delle commedie ritroverà Fabio De Luigi nel doppio ruolo di regista e attore, protagonista, insieme a Virginia Raffaele di *Tre di troppo*. Ma non mancherà il cinema d'autore con *L'immensità*, il nuovo progetto di Emanuele Crialesi con una straordinaria Penélope Cruz. Insomma, avremo un listino pieno di sorprese, tanti titoli forti ed emozionanti che siamo certi faranno la gioia degli amanti del grande schermo. Una line-up che spazierà dalla commedia al thriller, dall'horror all'action, con incursioni nel dramma e nel family, non dimenticando i due attesissimi supereroi.

Quali sono le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare il prima possibile?

Sicuramente dovremo ricominciare a focalizzarci sull'allungamento della stagione cinematografica. Prima della pandemia avevamo fatto importanti passi in avanti in questo senso, purtroppo negli ultimi anni abbiamo dovuto un po' frenare. Credo sia indispensabile lavorare nuovamente per arrivare ad avere uscite cadenzate su 12 mesi, così da evitare di concentrare i contenuti in alcuni periodi a discapito degli incassi e dell'abitudine delle persone a frequentare la sala con regolarità. Il cinema deve ritornare ad essere un appuntamento fisso nel tempo libero degli italiani e non qualcosa di episodico per vedere solo il film evento del momento. Questo aiu-

terebbe anche i film "medi" e "piccoli" a ritrovare forza e pubblico.

Come riconquistare il rapporto con il pubblico cinematografico?

Guardando agli incassi dell'ultimo periodo, è giusto dire che un certo tipo di pubblico (principalmente quello più giovane o dei film evento) sia già tornato in sala. D'altra parte, invece, il pubblico più adulto, quello dei family e quello in generale meno abituato a frequentare i cinema già prima della pandemia, si è allontanato da esso ulteriormente. Per questo è necessario concentrarsi su due ambiti. Il primo è quello di rinsaldare ancora di più il rapporto con le persone che al cinema sono già tornate. Il secondo, fondamentale per il settore, è quello di ricreare un rapporto con chi in questi due anni ha (forse) dimenticato l'unicità dell'esperienza in sala. Logicamente per fare ciò è necessario l'impegno di tutti. L'esercizio ha un ruolo principale in questo, visto il rapporto diretto che ha con il pubblico e dovrà proporre agli spettatori la migliore esperienza possibile dall'accoglienza, alla comunicazione e all'aggiornamento tecnologico ecc... Ma anche le distribuzioni dovranno impegnarsi nella promozione dei titoli così da renderli appetibili ad un pubblico sempre più vasto. Non sarà un lavoro facile ma i presupposti per far bene ci sono perché il cinema è vivo e vegeto ed i risultati dei titoli più attesi, in questi due anni, lo hanno dimostrato.



© courtesy of Warner Bros. (3), Stefano Pinci (1)

PUNTARE ALLA SPETTACOLARITÀ

DANIEL FRIGO,

Amministratore delegato di The Walt Disney Company Italia



Quali sono i vostri titoli più forti in uscita al cinema nel prossimo semestre?

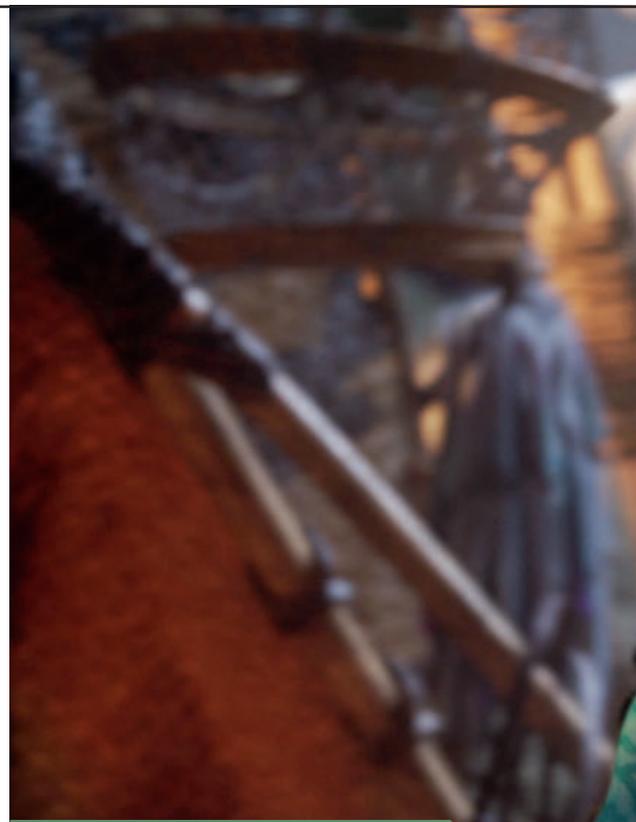
Iniziato il mese di luglio con il quarto film con protagonista il Dio del Tuono, il 22 settembre avremo la re-release di *Avatar*: il film di James Cameron con il maggior incasso della storia del cinema, con oltre 2,8 miliardi di dollari globali. Il film sarà rimasterizzato e la sua riedizione servirà per trasportarci verso l'attesissimo seguito, in uscita il 14 dicembre. A proposito di *Avatar: La via dell'acqua*, il teaser è stato dapprima rilasciato in esclusiva nelle sale insieme a *Doctor Strange nel multiverso della follia*, per poi essere reso disponibile online, registrando 148 milioni di visualizzazioni nelle prime 24 ore. Considerata la grande abilità di Cameron nel confezionare blockbuster di grandissimo impatto, sia visivo che emozionale, e il tempo che ha dedicato a questa sua nuova creatura, le aspettative sono altissime. Ambientato più di dieci anni dopo gli eventi del primo film, *Avatar: La via dell'acqua* inizia a raccontare la storia della famiglia Sully (Jake, Neytiri e i loro figli), del pericolo che li segue, di dove sono disposti ad arrivare per tenersi al sicuro a vicenda, delle battaglie che combattono per rimanere in vita e delle tragedie che affrontano. Il cast del film include Zoe Saldana, Sam Worthington, Sigourney Weaver, Stephen Lang e Kate Winslet.

Il 20 ottobre, dal regista di *Tre*

manifesti a Ebbing, Missouri, Martin McDonagh, arriverà *The Banshees of Inisherin*, la storia del conflitto tra due grandi amici, interpretati da Colin Farrell e Brendan Gleeson.

Il 3 novembre sarà la volta di un altro grande cineasta, David O. Russell, con il suo *Amsterdam*, interpretato da un cast pazzesco: i vincitori dell'Oscar® Christian Bale, Robert De Niro e Rami Malek, insieme a Margot Robbie, Zoe Saldana e Anya Taylor-Joy. Il film è un crime romantico originale su tre grandi amici che si trovano al centro di uno dei complotti segreti più scioccanti della storia americana. Il 9 novembre tornerà poi Marvel Studios con l'attesissimo seguito di *Black Panther*, *Black Panther: Wakanda Forever*. Il 17 novembre, Searchlight Pictures proporrà un'intrigante, sorprendente e avvincente commedia nera con Ralph Fiennes e Anya Taylor-Joy: *The Menu*. Walt Disney Animation Studios torna il 24 novembre con *Strange World - Un mondo misterioso*, diretto da Don Hall, già regista di *Big Hero 6* per cui vinse il premio Oscar®. È un originale film d'azione e avventura, un viaggio nel profondo di una terra inesplorata e pericolosa in cui creature fantastiche attendono una famiglia di esploratori le cui differenze minacciano di far fallire la loro ultima e più importante missione.

Attentissimo il sequel *Avatar: La via dell'acqua* di James Cameron, in sala dal 14 dicembre





Natalie Portman e Chris Hemsworth in *Thor: Love and Thunder*

Chiuderemo l'anno con *Avatar: La Via dell'Acqua*, per poi lanciarsi in un 2023 in cui avremo una serie di titoli fortissimi, tra i quali *Ant-Man and The Wasp: Quantumania*, *Guardiani della Galassia Vol.3*, la versione live-action de *La Sirenetta*, girata anche in Italia, *Haunted Mansion*, ispirato a una celebre attrazione dei parchi Disney, il nuovo capitolo della saga di *Indiana Jones*, *The Marvels*, *Star Wars: Rogue Squadron* e altri film ancora da annunciare.

Quali sono le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare il prima possibile?

Due anni di pandemia hanno accelerato processi già in atto, con una sempre maggior focalizzazione del pubblico verso i film considerati eventi. A soffrire maggiormente è il prodotto medio e, tuttora, alcune fasce di pubblico sembrano restie a tornare in sala. Certamente non aiutano le peculiarità di questo mercato, come una distribuzione del prodotto in maniera

spesso squilibrata e poco continua, e la tendenza di molte persone a preferire attività all'aperto quando il tempo è favorevole. Ancor più cruciale diventa reingaggiare il pubblico e far percepire l'unicità e il valore della visione in sala, da un punto di vista tecnologico, di coinvolgimento e di esperienza condivisa.

Come riconquistare il rapporto con il pubblico cinematografico?

Quello che stiamo osservando negli ultimi mesi è che quando c'è il prodotto giusto, e il successo di *Doctor Strange nel multiverso della follia* ne è la più recente testimonianza, il pubblico torna volentieri in sala. Guardando al prossimo futuro, sia nostro sia del mercato, questo mi fa ben sperare. Oltre al contenuto dovremo poi, attraverso azioni mirate da parte di tutta la filiera, ridare risalto all'esperienza in sala sia come momento sociale e culturale, sia come impatto visivo ed emotivo che solo il grande schermo sa offrire. Da un lato il marketing delle distribuzioni e delle associazioni dovrà sempre più portare l'attenzione dello spettatore verso la spettacolarità, il coinvolgimento, l'emozione e la socialità dell'esperienza cinematografica, e dall'altro l'esercizio dovrà essere in grado di offrire un'esperienza di sala all'altezza e convincente che stimoli il pubblico verso il cinema.



Il 3 novembre arriva in sala *Amsterdam* di David O. Russell, con Christian Bale, Margot Robbie, Robert De Niro, Zoe Saldana, Rami Malek e Anya Taylor-Joy

© Virginia Belfiore/courtesy of The Walt Disney Company Italia (1); courtesy of The Walt Disney Company, Italia (3)



RICOSTRUIAMO LA RELAZIONE TRA SALA E SPETTATORE

ROBERTO PROIA,

direttore area cinema e produzione di Eagle Pictures



Quali sono i vostri titoli più forti in uscita al cinema nel prossimo semestre?

Reduce dal successo al Festival di Cannes, a ottobre presenteremo *Tremila anni di attesa*, il fantasy diretto dal maestro del cinema George Miller che, dopo *Mad Max: Fury Road* e prima di *Furiosa*, dimostra il suo genio nel raccontare e mettere in scena storie spettacolari che trovano sul grande schermo la loro collocazione ideale. E in effetti proprio di geni si parla, perché il film tratta dell'amicizia che una signora inglese di mezza età, Alithea, stringe con un genio intrappolato in una lampada magica che Alithea ha trovato nel bazaar di Istanbul. Inavvertitamente libera il Genio dalla sua prigionia e, come da tradizione, per contraccambiare le vengono chiesti tre desideri da esaudire. Solo che Alithea è la persona più sbagliata a cui chiederli perché è una donna senza aspettative né desideri. Nei panni del genio c'è Idris Elba e in quelli di Alithea una magnifica Tilda Swinton in un film che riporterà in sala non solo gli adulti e i fan di George Miller, ma anche i ragazzi attratti dal magico mondo de *Le mille e una notte*. Altro nostro titolo di punta è *Da grandi*, remake del capolavoro con Renato Pozzetto degli anni 80. Il film originale, scritto

e diretto da Franco Amurri, vedeva il bambino Marco desiderare talmente tanto di diventare adulto – anche per sposare la maestra di cui era segretamente innamorato – che una notte per magia ci si è ritrovato. In *Da grandi* oltre a Marco (interpretato da Enrico Brignano) abbiamo altri tre bambini cresciuti in fretta: Ilenia Pastorelli, Luca Bizzarri e Paolo Kessisoglu. La sceneggiatura è scritta a quattro mani da



Remake del film con Renato Pozzetto degli anni 80, *Da grandi* vede nel cast Enrico Brignano, Ilenia Pastorelli, Luca Bizzarri e Paolo Kessisoglu



Il fantasy di George Miller, *3000 anni di attesa*, è interpretato da Tilda Swinton e Idris Elba



Protagonista dell'horror *Gli occhi del diavolo* è una suora esorcista

Franco Amurri e Fausto Brizzi (quest'ultimo ne cura anche la regia). Altro titolo di punta è *Gli occhi del diavolo*, horror prodotto e distribuito in Usa da Lionsgate in cui per la prima volta la protagonista è una suora esorcista scelta dal diavolo in persona come antagonista. Chiudiamo con un'anticipazione per i primi giorni del 2023. Si tratta dell'attesissimo *Babylon*, il nuovo film del regista di *La La Land* Da-

mien Chazelle con Brad Pitt e Margot Robbie. *Babylon* uscirà a Natale negli Usa con Paramount e indubbiamente sarà uno dei protagonisti assoluti agli Oscar 2023.

Quali sono le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare il prima possibile?

Vedo due macro-urgenze. Una riguarda il cinema italiano che sta soffrendo tantissimo. Il comparto produttivo per il momento resiste bene, anzi ha goduto di due anni in cui ha registrato una crescita importante. Tuttavia, con risultati theatrical così modesti, la mia preoccupazione è che il pubblico si orienti sempre più esclusivamente su prodotti esteri. I segnali di produttori che vogliono invertire questa tendenza proponendo storie nuove, anche correndo qualche rischio in più, ci sono. Ma se è vero che il film di qualità tiene botta, sul Cinetel si sente la mancanza dei grandi film popolari italiani dagli incassi importanti. La seconda urgenza maggiore è quella più ampia di ricostruire il rapporto tra il cinema in sala e il suo pubblico, che in due anni si è frammentato e va ricompattato. Il pubblico deve comprendere con chiarezza la differenza tra le diverse modalità di fruizione del prodotto, sia in termini di tempistiche sia in termini qualitativi.

Come riconquistare il rapporto con il pubblico cinematografico?

Il che ci porta alla terza domanda. Quando parlo di tempistiche il pensiero va chiaramente alle window. Ad oggi perfino noi facciamo fatica a districarci tra le varie eccezioni sulla decorrenza di un titolo al di fuori della sala, figuriamoci lo spettatore. Servono, in primis, regole per tutti. Non potranno essere le stesse regole di pre-pandemia ma dobbiamo mettere ordine. In secondo luogo, queste regole vanno comunicate in maniera chiara attraverso una campagna stampa incisiva, possibilmente affiancata da una campagna marketing efficace e capillare. Il tema qualitativo, invece, coinvolge esercizio e distributori. Se vogliamo riconquistare il pubblico, oltre a spiegare bene che quel prodotto è disponibile solo al cinema, noi distributori dobbiamo fornire loro prodotti di ampio appeal per creare "l'urgenza" di vederlo in sala. Non possiamo non fare i conti col fatto che, rispetto a prima, il pubblico è diventato più selettivo e dobbiamo proporre storie da grande schermo. Al tempo stesso la sala è chiamata ad accogliere i suoi clienti in un ambiente che non si può trovare in casa. Una sala moderna, pulita e con personale attento alle necessità del cliente contribuiscono a creare quell'esperienza unica che vale il biglietto d'entrata. Questo, a mio avviso, è il campo sul quale si gioca la partita decisiva. Riconquistare il pubblico non è impossibile ma bisogna rimboccarsi le maniche.



© courtesy of Eagle Pictures (4)

VALORIZZIAMO L'ESPERIENZA IN SALA



MARCO D'ANDREA,

direttore commerciale di Universal Pictures International Italy



Quali sono i vostri titoli più forti in uscita al cinema nel prossimo semestre?

Il nostro film di punta del 2022 è sicuramente il sequel animato *Minions 2 - Come Gru diventa cattivissimo*, che sarà oggetto di un'enorme campagna marketing. Abbiamo anche pianificato tre giorni consecutivi di anteprime a pagamento un paio di settimane prima dell'uscita (8-9-10 agosto), colmando così il vuoto che si era creato tra l'uscita di *Thor: Love and Thunder* e *Minions 2*. A dare ossigeno ai cinema aperti in estate sarà anche *Nope* di Jordan Peele, che torna sul grande schermo dopo i successi di *Get Out* e *Us*. Crediamo davvero che l'estro di questo regista si possa affermare con questo suo ultimo film a cavallo tra l'horror puro e l'horror/sci-fi. Abbiamo deciso di spostarlo dal mese di luglio all'11 agosto proprio per avere più tempo a disposizione per prepararlo nel migliore dei modi.

Il 6 ottobre sarà il turno di *Ticket to Paradise*, commedia con due grandi star di Hollywood (Julia Roberts e George Clooney) rivolta proprio a quel target adulto maschile/femminile che dalle ricerche di mercato che stiamo facendo sembra ancora indeciso sul tornare in sala. Ma crediamo che questo film sia il titolo giusto per incentivarli ad andare al cinema, sarà un test significativo.

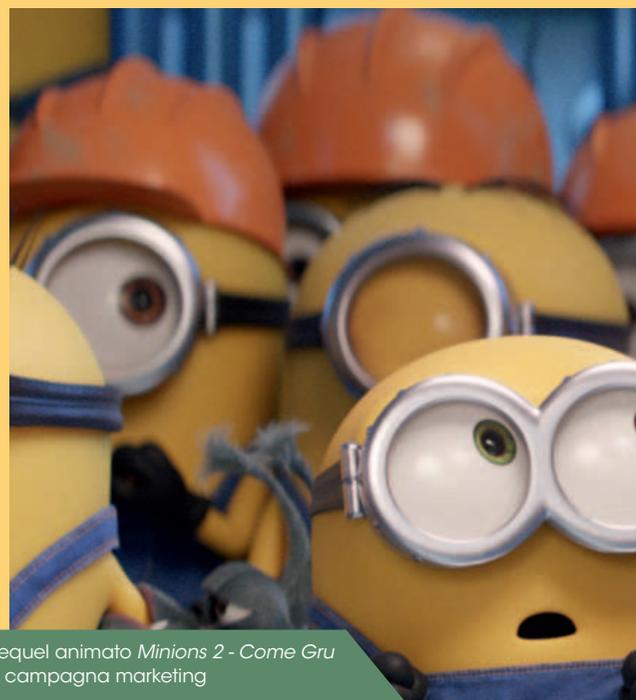


In estate uscirà in sala l'horror/sci-fi *Nope* di Jordan Peele, che torna sul grande schermo dopo i successi di *Get Out* e *Us*

Infine, la nostra punta di diamante per le festività natalizie sarà l'animation *Il gatto con gli stivali 2: L'ultimo desiderio*, sequel del fortunatissimo *Il gatto con gli stivali* uscito a Natale 2011 con un incasso di quasi 17 milioni di euro (uno dei migliori risultati al mondo). Siamo certi che il pubblico sia particolarmente affezionato a questo personaggio che ha fatto parte della franchise di *Shrek* e che è riuscito a ritagliarsi uno spazio molto importante.

Quali sono le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare il prima possibile?

È indubbio che ci troviamo davan-



Film di punta del listino Universal 2022 è il sequel animato *Minions 2 - Come Gru diventa cattivissimo*, oggetto di un'enorme campagna marketing



Nelle festività natalizie arriverà l'animation *Il gatto con gli stivali 2: L'ultimo desiderio*, sequel de *Il gatto con gli stivali* uscito a Natale 2011

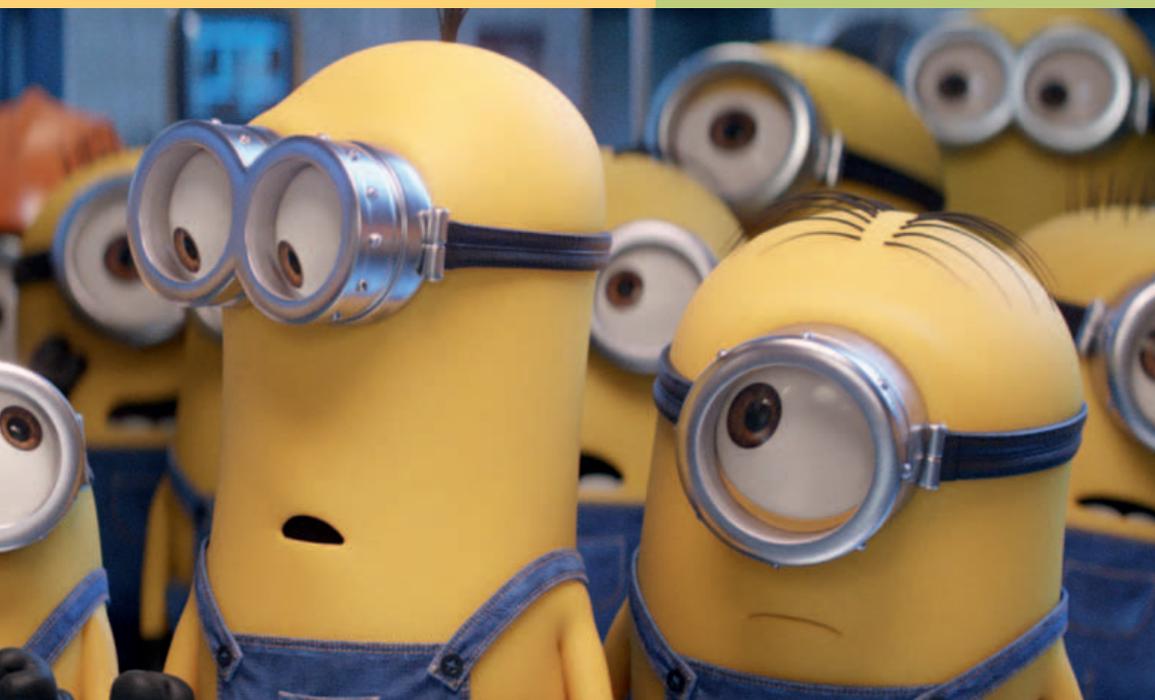
ti a un periodo difficile e indecifrabile, dove non è facile individuare le urgenze del settore. Assistiamo ormai da troppo tempo a un fenomeno anomalo per cui al cinema va in forze un solo target di pubblico, mentre il resto dei film ottiene risultati esigui. Questa situazione apre diversi interrogativi: recupereremo questo target? E se sì, come? Domande a mio avviso senza risposta se prima non cessa la pandemia e tutto quello che ne consegue. Potremo impegnarci al massimo quando saremo in condizione di farlo e questo può accadere soltanto a fine emergenza sanitaria. Si parla di streaming, di quanto questa nuova fruizione stia impattando sulla sala, ma

allo streaming in questo momento piace vincere facile... Noi neanche scendiamo in campo alle condizioni attuali, dunque è una lotta assolutamente impari, mentre ci terrei a giocare alla pari, e cioè senza il problema Covid. Così potremmo mettere in atto tutte le nostre risorse per provare a recuperare il terreno perduto. Ci saranno comunque delle difficoltà, perché un certo tipo di pubblico ha scoperto lo streaming, ma la sala resta sempre l'unica possibilità per uscire dal contesto casalingo e condividere uno spettacolo sul grande schermo insieme a molte altre persone. Quando sarà il momento vorrei vedere, ad esempio, se un buon prodotto loca-

le riuscirà ad emergere di nuovo come merita e se continuerà come sempre ha fatto a sostenere buonissima parte delle sale italiane. Anche perché senza produzioni nazionali di un certo livello che abbiano il giusto riscontro in sala, la strada è dura. Ma come accennavo prima, devono metterci nelle condizioni di giocare alla pari, questa è la prima urgenza.

Come riconquistare il rapporto con il pubblico cinematografico?

A mio avviso sono tre i punti prioritari per recuperare il pubblico perduto e quel target ancora indeciso sul ritornare al cinema. 1) Dobbiamo essere più competitivi nei progetti cinematografici con idee originali, sia per i film locali che per quelli internazionali, cercando di svincolarci da storie già raccontate. Dobbiamo puntare all'originalità, escluse ovviamente tutte le franchising Usa di successo che già fanno ampiamente il loro. 2) Va pianificata una campagna promozionale forte sull'esperienza in sala, non isolata e replicata più volte, che miri a rivitalizzare l'interesse nella sala soprattutto verso un target adulto che ha scoperto nuove fruizioni. 3) Migliorare gli standard qualitativi delle sale. È fondamentale differenziare l'esperienza tra sala cinematografica e casa propria. La sala del futuro deve essere un luogo che trasmette bellezza e che renda piacevole vedere storie interessanti sul grande schermo da condividere con altre persone.



© Giulia Parmigiani/courtesy of Universal Pictures International Italy (1); courtesy of Universal Pictures (3)



INNANZITUTTO LA QUALITÀ DEL PRODOTTO

LUIGI LONIGRO,
direttore di 01 Distribution



Quali sono i vostri titoli più forti in uscita al cinema nel prossimo semestre?

Come sempre è complicato indicare solo alcuni, ma ci proviamo. L'8 settembre arriverà nelle sale il nuovo film di Gianni Amelio *Il signore delle formiche* con Luigi Lo Cascio ed Elio Germano. Torniamo così a presidiare la ripartenza del segmento di qualità/cittadino con un titolo dalle forti potenzialità commerciali. A fine settembre sarà la volta di *Dante* di Pupi Avati, il coronamento di un sogno per il regista con un film che sorprenderà per intensità ed emozione. A metà ottobre sarà il turno dell'atteso *Il colibrì*, la trasposizione cinematografica del best seller letterario Premio Strega di Sandro Veronesi ad opera di Francesca Archibugi con Pierfrancesco Favino, Kasia Smutniak e Nanni Moretti.

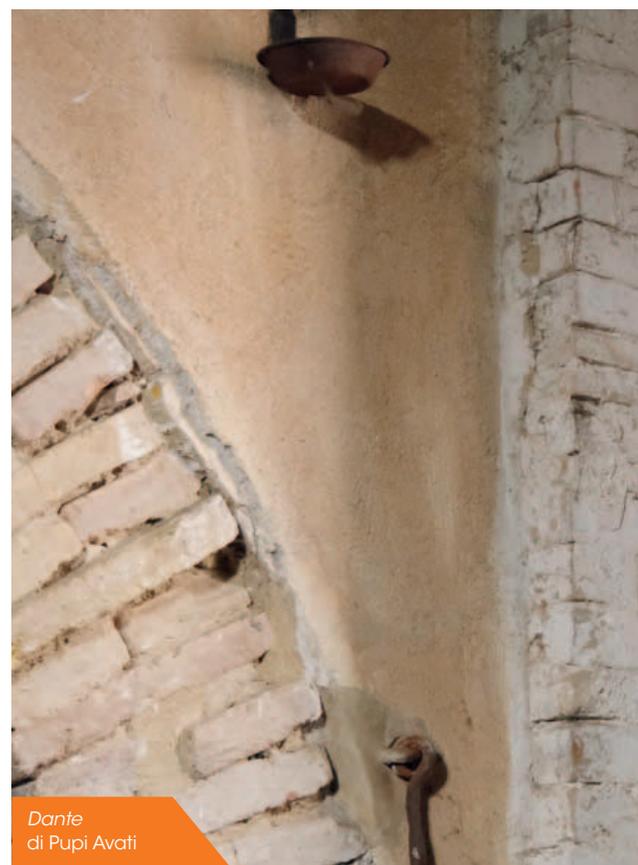
Dopo lo strepitoso successo francese, a fine ottobre arriverà nei cinema italiani il terzo capitolo della saga campione d'incassi *Non sposate le mie figlie 3 - Riunione di famiglia*. Questa volta a casa Verneuil, per il quarantesimo anniversario di nozze dei genitori, le quattro figlie inviteranno i parenti dei quattro mariti e ne vedremo davvero delle belle. A novembre uscirà *L'ombra di Caravaggio* di Michele Placido, con uno strepitoso Riccardo Scamarcio nei panni dell'irrequieto e torbido pittore rinascimentale, mentre alla fine dello stesso mese distribuiremo *Diabolik 2* dei Manetti Bros. Infine, chiuderemo l'anno con due grandi film internazionali: *The Fabelmans* di Steven Spielberg e *The son* di Florian Zeller (*The Father*) con Hugh Jackman e Anthony Hopkins.



Ancora da definire le date di altri due titoli molto attesi come *Killers of the Flower Moon* di Martin Scorsese con Leonardo DiCaprio e Robert De Niro e *The Palace* del maestro Roman Polanski.

Quali sono le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare il prima possibile?

Il mercato theatrical deve tornare ad essere vivo ed autosufficiente; per-



Dante
di Pupi Avati



Pierfrancesco Favino e Bérénice Bejo ne *Il colibrì* di Francesca Archibugi



Luigi Lo Cascio ne *Il signore delle formiche* di Gianni Amelio. Nel cast anche Elio Germano

tanto deve recuperare gli spettatori perduti in questi anni di pandemia attraverso prodotti di alto livello sia qualitativo che commerciale e deve essere supportato da una cronologia degli sfruttamenti chiara e definita, che protegga le sale cinematografiche. Per rispondere a questa domanda bisognerebbe avere certezze sui motivi che hanno, per il momento, allontanato il grande pubblico dalle sale cinematografiche.

Alcuni di questi sono facilmente individuabili nella paura a frequentare luoghi chiusi, nella disabitudine ad abbandonare i divani domestici, nell'offerta di prodotto altalenante con grandi picchi ma anche con tante cadute, nella crisi economica che attanaglia le famiglie italiane e che obbliga a tagliare le spese non ritenute di primaria importanza (ed il cinema purtroppo lo è diventata), nella presenza di tanti competitor

molto agguerriti (sport, piattaforme, fiction).

Alcune di queste criticità le può risolvere l'industria al suo interno con un po' di buona volontà, altre possono essere risolte solo a livello politico. Su quanto di competenza dell'industria si sta già lavorando alacramente e prestissimo verrà presentato un progetto di comunicazione di grandissima importanza.

Come riconquistare il rapporto con il pubblico cinematografico?

Per riconquistare il pubblico penso che la qualità del prodotto debba rivestire il ruolo dell'attore protagonista. Sicuramente bisognerà selezionare sempre con maggior attenzione il prodotto internazionale da mandare nelle sale cinematografiche e i produttori italiani dovranno con decisione alzare l'asticella della qualità dei titoli nazionali con prioritario sfruttamento cinematografico. Poi, come già detto, servirà un efficace progetto di comunicazione con una grande festa del cinema organizzata in grande stile.

Non sono fra quelli che credono che in questi due anni tutto sia cambiato, credo che invece dobbiamo intervenire su quegli elementi che, in questo periodo di assenza o debolezza del sistema sala, hanno creato confusione nello spettatore facendo perdere appeal e credibilità alla fruizione di un film pagando un biglietto di ingresso.



© courtesy of 01 Distribution (4); Enrico De Luigi/courtesy of 01 Distribution (1); Bravini/courtesy of 01 Distribution (1)



DIAMO VITA A UN GRANDE EVENTO

ANTONIO MEDICI,
amministratore delegato di Bim Distribuzione



Quali sono i vostri titoli più forti in uscita al cinema nel prossimo semestre?

Come sempre, preferisco dividere i titoli in due sottogruppi. Nell'area più commerciale cito due film. Il primo è *Memory* di Martin Campbell, il regista di *Casino Royale*, con Liam Neeson, in uscita a settembre. L'altro è *The Fall* di Andreas Koefoed, un concept movie che abbiamo visto a Cannes e che ci ha convinti subito. Non abbiamo ancora una data di uscita in sala precisa per questo film, ma vorremmo distribuirlo tra settembre e ottobre. Per quanto riguarda il segmento di qualità, abbiamo film dal largo appeal. Il primo è la commedia *Good Luck to You, Leo Grande* di Sophie Hyde, con Emma Thompson: stiamo lavorando per trovare il giusto titolo italiano. Credo piacerà molto al pubblico, specialmente a quello femminile: è la storia di una donna, un po' avanti con l'età che, dopo aver trascorso una vita tranquilla fra insegnamento e matrimonio, rimane sola e decide di provare quelle gioie del sesso che non aveva mai sperimentato prima. Per questo chiama un gigolò e il film è la storia dei loro incontri, un'ora a settimana. Ho comprato *Good Luck to You, Leo Grande* pensando che fosse una commedia pura, ma dopo che è stato presentato a Berlino e al Sundance ho capito che si presta anche a molti altri livelli di lettura. Oltre a questo film abbiamo *Emily* di Frances O'Connor, la storia di come la scrittrice Emily Brontë sia arrivata a comporre il suo capolavoro *Cime Tempestose*,

Liam Neeson in *Memory*
di Martin Campbell (*Casino Royale*)

con Emma Mackey, la protagonista della serie *Sex Education* e del recente *Assassinio sul Nilo*. E poi *Corsage* di Marie Kreutzer, passato al festival di Cannes in *Un Certain Regard*, che offre un taglio particolare sulla storia dell'Imperatrice Elisabetta d'Austria, Sissi, interpretata da Vicky Krieps, che per il ruolo ha vinto il premio alla migliore attrice.

Quali sono le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare il prima possibile?

Di urgenze ce ne sarebbero tante in questo momento, ma quella primaria è senza dubbio riportare il pubblico in sala. E la cosa migliore da fare per ottenere questo risultato è mettere insieme tutte le parti in causa - produttori, distributori, esercenti e istituzioni - e collaborare per organizzare iniziative che riportino il cinema al centro dell'attenzione del pubblico. Più che azioni dei singoli serve un'attività coordinata di molti. Il pubblico cinematografico è ancora là fuori, abbiamo indicazioni chiare su questo punto. Così come arrivano segnali chiari che ci sono film capaci di affrontare un'uscita in sala e altri che non possono più permetterselo. Anzi, direi che oggi questo trend è persino più evidente rispetto a un paio di anni fa. Bisogna mettersi tutti quanti intorno a un tavolo per capire come possiamo ricordare al pubblico che andare al cinema è un'attività com-



Emma Thompson in *Good Luck to You, Leo Grande* di Sophie Hyde

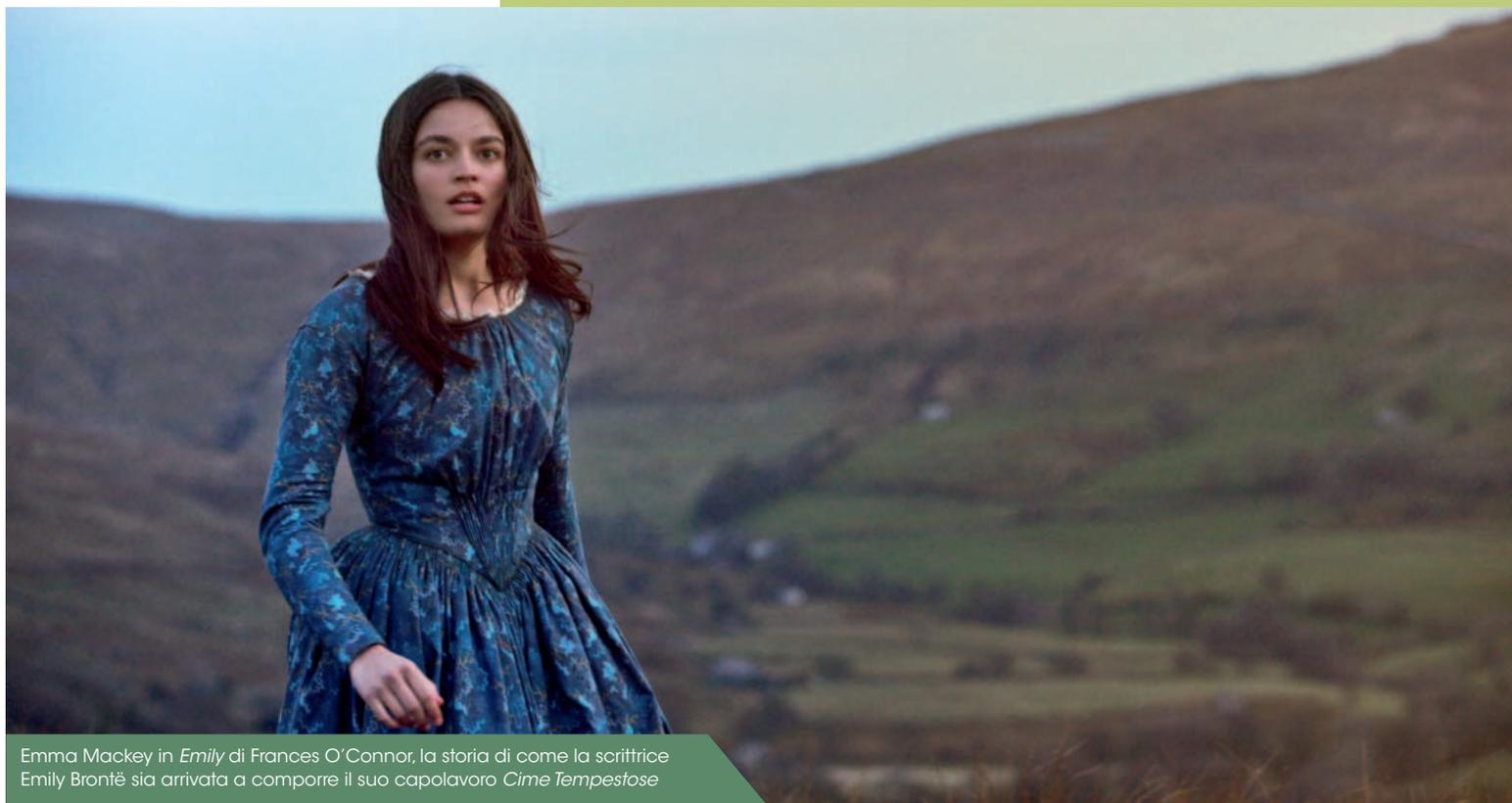
pletamente diversa dal vedere i film in Tv nel salotto di casa propria. Sicuramente oggi, rispetto al passato, le sale hanno molta più concorrenza, ma il mercato ha anche dimostrato che se proponi al pubblico una valida offerta, soprattutto differenziata rispetto a quello che si trova in altri ambiti, il pubblico risponde.

Come riconquistare il rapporto con il pubblico cinematografico?

Mi ripeto: dobbiamo restituire la

continuità e l'unicità dell'esperienza in sala, che si è persa. Come? Lavorando magari a un evento che dia una specie di shock. Un "colpo" iniziale, una grande idea che ricordi in maniera forte e chiara al pubblico quanto sia bello andare in sala e quanto sia lontano dall'esperienza in casa. Si è completamente persa la continuità dell'andare al cinema, e su questo dobbiamo puntare: dobbiamo aiutare il pubblico a rimettere il cinema in sala al centro dell'atten-

zione, differenziando il più possibile quel tipo di attività da tutto il resto. È chiaro che non basta dirlo, ma ci vuole qualcosa di forte, un'idea iniziale da cui far ripartire il processo. Penso che l'industria e le istituzioni abbiano al proprio interno sia le competenze che le risorse necessarie per lavorarci in maniera efficace. Il mercato è altamente competitivo, ma resto sempre convinto che l'esperienza cinematografica abbia una sua unicità irripetibile». **BC**



Emma Mackey in *Emily* di Frances O'Connor, la storia di come la scrittrice Emily Brontë sia arrivata a comporre il suo capolavoro *Cime Tempestose*

© Pietro Pesce (1); Michael Wharley/Popara Films Ltd./courtesy of Bim Distribuzione (1); courtesy of Bim Distribuzione (2)

CREARE MAGGIORE TRASPARENZA

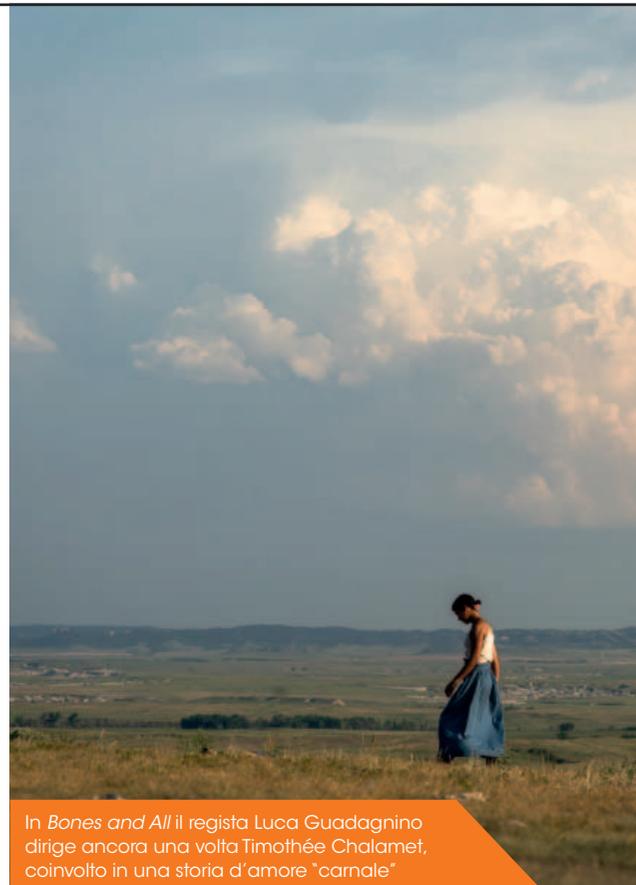
DAVIDE NOVELLI,

Distribution Director di Vision Distribution



Quali sono i vostri titoli più forti in uscita al cinema nel prossimo semestre?

La proposta di Vision per il prossimo semestre mantiene la promessa fatta a Sorrento, con titoli "italiani" ma di respiro internazionale, in un mix autoriale e commerciale di generi e talenti senza precedenti. *Le otto montagne* di Felix Van Groeningen e Charlotte Vandermeersch, vincitore del prestigioso premio della giuria all'ultimo Festival di Cannes e tratto dall'omonimo libro Premio Strega di Paolo Cognetti, con la straordinaria interpretazione di Alessandro Borghi e Luca Marinelli, che raccontano una storia di scelte di vita e di amicizia tra le montagne della Valle D'Aosta e del Nepal. *Siccità*, forse il film più "grande" di Paolo Virzi, che intreccia diverse storie di umanità in una Roma in crisi idrica da 367 giorni, con Silvio Orlando, Valerio Mastandrea, Monica Bellucci, Claudia Pandolfi e Vinicio Marchioni. *Bones and All*, il nuovo capolavoro di Luca Guadagnino sempre con Timothée Chalamet protagonista, coinvolto in una storia d'amore "carnale". Un altro libro/film di Donato Carrisi, *Io sono l'abisso*, ambientato sul Lago di Como e interpretato da Michela Cescon e Gabriel Montesi. *La guerra desiderata* di Gianni Zanasi, con Edoardo Leo, Miriam Leone e Giuseppe Battiston, una commedia visionaria in un ipotetico conflitto tra Spagna e Italia. Completiamo il viaggio nel nord Italia con un altro thriller, l'opera seconda di Ciro



In *Bones and All* il regista Luca Guadagnino dirige ancora una volta Timothée Chalamet, coinvolto in una storia d'amore "carnale"

D'Emilio *Per niente al mondo*. Rocco Papaleo torna poi alla regia con *Scordato*, un road movie intimo che lo vede protagonista del film insieme a Giorgia. Infine tre eventi sportivi: *Italia 1982*, per celebrare il 40° anniversario della vittoria della nazionale ai mondiali di Spagna, e gli omaggi di Walter Veltroni a Paolo Rossi in *Pablito*, e di Riccardo Milani a Gigi Riva in *Rombo di tuono*.

Quali sono le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare il prima possibile?

Innanzitutto lavorare con le istituzioni per eliminare la percezione del pubblico generalista che la sala sia un luogo meno sicuro di altri, soprattutto qualora ci dovesse essere una risalita dei contagi nel prossimo autunno. Quasi uno spettatore su tre non è mai tornato al cinema dall'inizio della pandemia e la frequenza di chi ci è tornato è molto più bassa di prima e concentrata su pochi titoli. L'affluenza ha seguito la curva del Covid in maniera inversamente proporzionale. L'impatto dei contagi, e delle restrizioni imposte alle sale rispetto ad altre alternative di tempo libero, è confermato dal fatto che sono le classi di età più alte a percepire principalmente questo rischio, mentre gli spettatori più giovani ne risentono meno e di conseguenza i film a loro rivolti. Questo



SICCITÀ

UN FILM DI **PAOLO VIRZÌ**

CON (IN ORDINE ALFABETICO):

**MONICA BELLUCCI, EMANUELA FANELLI,
ELENA LIETTI, VINICIO MARCHIONI,
VALERIO MASTANDREA, GABRIEL MONTESI,
SILVIO ORLANDO, CLAUDIA PANDOLFI,
TOMMASO RAGNO, DIEGO RIBON,
SARA SERRAIOCCO, MAX TORTORA**

UNA PRODUZIONE

WILDSIDE - SOCIETÀ DEL GRUPPO FREMANTLE,
E **VISION DISTRIBUTION**



IO SONO L'ABISSO

UN FILM DI **DONATO CARRISI**

UNA PRODUZIONE
PALOMAR E VISION DISTRIBUTION



BONES AND ALL

UN FILM DI **LUCA GUADAGNINO**

CON:

**TIMOTHÉE CHALAMET, TAYLOR RUSSELL, MARK RYLANCE,
ANDRÉ HOLLAND, JESSICA HARPER, MICHAEL STUHLBARG,
DAVID GORDON-GREEN E CHLOË SEVIGNY**

UNA PRODUZIONE

FRENESY FILM COMPANY E PER CAPITA PRODUCTIONS

IN ASSOCIAZIONE CON THE APARTMENT PICTURES - SOCIETÀ DEL GRUPPO FREMANTLE,

MEMO FILMS E 3 MARYS ENTERTAINMENT,

IN CO-PRODUZIONE CON VISION DISTRIBUTION

CREDITI NON CONTRATTUALI

 **VISION**
DISTRIBUTION



LE OTTO MONTAGNE

UN FILM DI **FELIX VAN GROENINGEN**
E **CHARLOTTE VANDERMEERSCH**

CON:
LUCA MARINELLI, ALESSANDRO BORGHI,
FILIPPO TIMI ED ELENA LIETTI

UNA PRODUZIONE
WILDSIDE - SOCIETÀ DEL GRUPPO FREMANTLE, **RUFUS, MENUETTO,**
PYRAMIDE PRODUCTIONS, VISION DISTRIBUTION



Luca Marinelli e Alessandro Borghi sono i protagonisti di *Le otto montagne* di Felix Van Groeningen e Charlotte Vandermeersch, vincitore del prestigioso premio della giuria all'ultimo Festival di Cannes

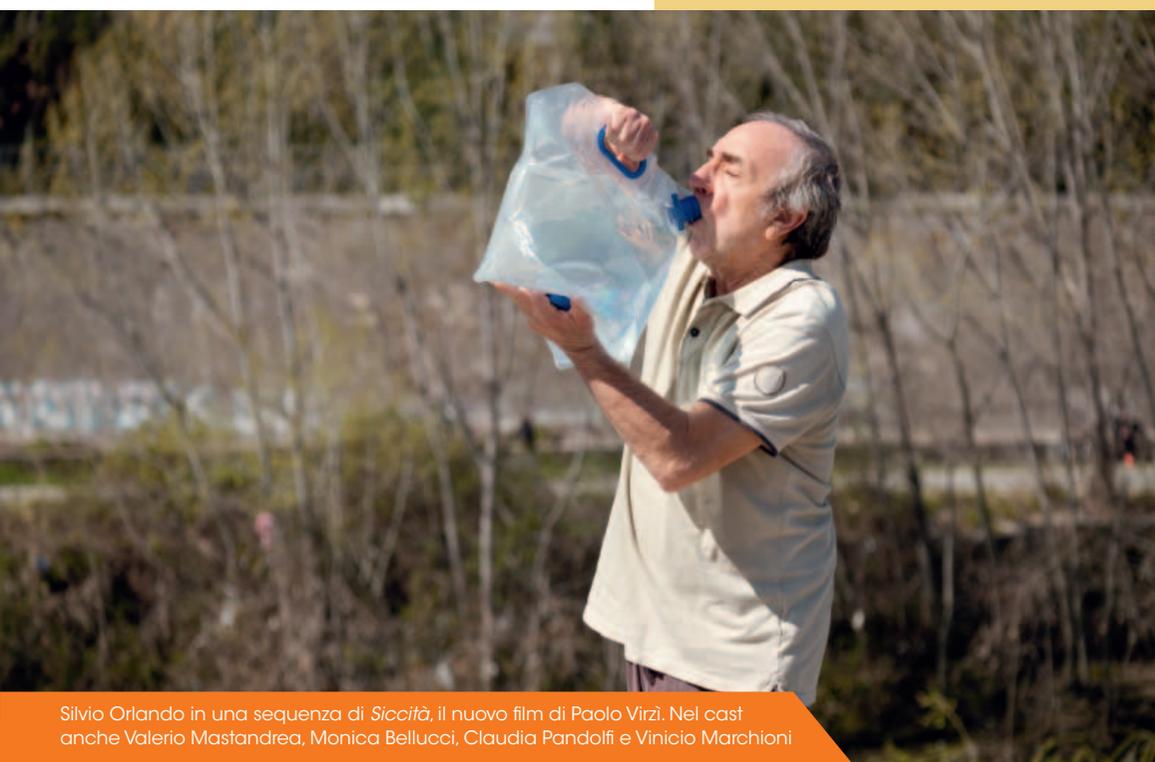
più di ogni altra cosa spiega il -53% di incassi che abbiamo visto nel 2021 (nel periodo di apertura vs la media dei tre anni precedenti la pandemia), un trend che purtroppo si sta confermando anche in questa prima metà del 2022.

Come riconquistare il rapporto con il pubblico cinematografico?

Dobbiamo studiare bene quello che succede, analizzando incassi e presenze quotidianamente, e resistere

dal cercare soluzioni semplici e immediate mentre siamo ancora nel mezzo della tempesta: sento parlare tanto di politiche per i giovani quando sono gli unici a riempire le sale al momento; di crisi del solo prodotto italiano ma che non credo possa spiegare da solo dove sia il 50% degli incassi che manca; di crisi della commedia e del prodotto di animazione ma guardando ai primi 10 film italiani degli ultimi 12 mesi troviamo due film per bambini e cinque commedie. Ci sono film che

meritano incassi migliori e che torneranno a farli quando il problema della percezione di sicurezza sarà risolto. Altri che invece, con la concorrenza del prodotto ormai sulle piattaforme, la sala non se la possono più permettere e starà a noi distributori stabilire la giusta strategia di distribuzione di ogni singolo titolo. Ci sono sale che dovranno migliorare e dotarsi di una migliore strategia di comunicazione, di servizio e di programmazione. Ci sono rapporti di programmazione da rivedere, fatti di scelte più informate da parte degli esercenti e di politiche meno muscolari da parte dei distributori, che ormai, con questi numeri, portano vantaggi piuttosto marginali; rapporti che solo una maggiore trasparenza può creare, che passa da una gestione di incassi per spettacolo invece che per cinema/sala. C'è un marketing territoriale da sviluppare tra sala e distribuzione, non per creare eventi ma per ricostruire il piacere e l'abitudine di andare in sala. Infine il tema finestre, che ci vede sulla stessa posizione dall'inizio di questo dibattito, ovvero che una finestra è tale se è uguale per tutti e se garantisce nello stesso momento la centralità della sala all'interno di un sistema di valorizzazione economica del prodotto, senza cui non sarebbe possibile fare i film "grandi" che adesso il pubblico ci richiede.



Silvio Orlando in una sequenza di *Siccità*, il nuovo film di Paolo Virzì. Nel cast anche Valerio Mastandrea, Monica Bellucci, Claudia Pandolfi e Vinicio Marchioni

© Loris Zambelli courtesy of Vision Distribution (1); courtesy of Vision Distribution (3)



URGONO REGOLE PER TUTELARE IL PRODOTTO

PAOLO ORLANDO,
direttore della distribuzione di Medusa Film



Quali sono i vostri titoli più forti in uscita al cinema nel prossimo semestre?

Subito dopo l'estate arriveremo al cinema con la commedia *Un mondo tutto social* del giovane duo I Soldi Spicci che, con *La fuitina sbagliata*, era stato qualche anno fa una delle migliori sorprese al botteghino, forti di un seguito di affezionati che sono ulteriormente cresciuti anche grazie alle tourné teatrali che continuano a registrare il tutto esaurito ovunque. A fine settembre sarà la volta del gradito ritorno a casa Medusa di Luca Miniero che in *Tutti a bordo*, con Stefano Fresi, Giovanni Storti, Carlo Buccirosso e sette bambini terribili, ci condurrà in un viaggio in treno frenetico e divertente lungo tutta l'Italia da nord a sud. Una commedia popolare per tutte le famiglie. A metà ottobre sarà poi il turno de *Il ragazzo e la tigre* di Brando Quilici con Sunny Pawar (il piccolo protagonista di *Lion*) e Claudia Gerini. Si tratta di un family-adventure girato nei paesaggi mozzafiato del Nepal e dell'Himalaya. Il 27 ottobre porteremo in tutte le sale *La stranezza* di Roberto Andò con un trio di protagonisti d'eccezione - gli straordinari Ficarra e Picone, affiancati da un incredibile Toni Servillo - in una commedia in costume che unisce lo stile scanzonato e



comico dei film del duo siciliano alla brillantezza ed al fascino trasformista dell'attore napoletano.

Per novembre, invece, abbiamo in serbo un piccolo gioiellino straniero: *The Last Film Show* di Pan Nalin (già acclamato regista di *Samsara*), film che la stampa internazionale ha già definito "il Nuovo Cinema Paradiso indiano". Si tratta della storia di un piccolo bambino che per caso scopre



La stranezza di Roberto Andò con Ficarra e Picone affiancati da Toni Servillo



The Last Film Show di Pan Nalin, definito "il Nuovo Cinema Paradiso indiano"



Claudio Bisio, Vittoria Puccini, Valentina Lodovini e Vinicio Marchioni sono i protagonisti della commedia Vicini di casa di Paolo Costella

il cinema e se ne innamora perdutamente decidendo semplicemente di farne il proprio scopo nella vita (mi ricorda la storia di alcuni di noi...). Inizieremo dicembre con l'attesissimo *Vicini di casa* di Paolo Costella con Claudio Bisio, Vittoria Puccini, Valentina Lodovini e Vinicio Marchioni. Si tratta di una divertentissima commedia che affronta con toni leggeri e spregiudicati il tema sempre attuale

della difficoltà nei rapporti matrimoniali attraverso quello certo più inconsueto dello scambio di coppia. Finiremo l'anno in bellezza col ritorno del trio più amato d'Italia, Aldo, Giovanni e Giacomo, in *Il più bel giorno della nostra vita*. Questa volta il trio sarà alle prese col caotico matrimonio dei loro figli in un crescendo di gag e risate.

scono uscite anticipate alterando in modo piuttosto pesante gli equilibri di una concorrenza sana e leale. Pratiche ormai consolidate per alcuni che contribuiscono a creare un maresma di informazioni che impattano sul pubblico in modo devastante e che nella migliore delle ipotesi lo portano a rimandare la visione di un film ad un non meglio individuato futuro, ovvero a casa in Tv.

Quali sono le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare il prima possibile?

Le urgenze, in un periodo storico contrassegnato dalle ataviche criticità di un intero sistema e dalla drammatica situazione in cui versano le sale dopo oltre due anni di pandemia, a mio parere sono solo tre: regole, regole e regole. Che siano auto-imposte, condivise o normate per legge, ma occorre con urgenza irrimandabile che venga ripristinata e protetta la catena di costruzione del valore del prodotto. Se non ci rendiamo conto che non è più possibile rigirare la frittata, perché si sta carbonizzando, molto presto non avremo neanche più le uova per cucinarla. Occorre proteggere e preservare il primo passaggio in sala e regolamentarne le dinamiche, non ultime quelle particolarmente schizofreniche che vedono il fiorire delle uscite evento che mirano solo ai requisiti necessari per ottenere i contributi di legge; o la pratica sempre più spregiudicata delle anteprime che di fatto costitui-

Come riconquistare il rapporto con il pubblico cinematografico?

In primo luogo dobbiamo sforzarci tutti di imparare a fare meglio il nostro lavoro, non semplicemente per noi stessi ma per un obiettivo comune che è il mercato nel quale tutti vogliamo e possiamo continuare a vivere. A questo nuovo approccio si deve necessariamente legare il ritrovamento del feeling col pubblico e ciò non può che passare da un salto di qualità del prodotto e, soprattutto, dal fare riassaporare l'unicità dell'esperienza in sala. Credo che il pubblico (quindi tutti noi) sia ancora anestetizzato da quanto ci è accaduto in questi terribili anni ed abbia semplicemente dimenticato quanto sia bello andare al cinema. Ecco, penso serva solo ricordarglielo (e ricordarcelo). Non parlo da nostalgico, ma da professionista innamorato del cinema di tutti i generi e di tutte le provenienze che ha come luogo eletto alla visione la sala cinematografica.



© courtesy of Anec (1); courtesy of Medusa Film (3)



RIDARE IMPULSO AL MERCATO THEATRICAL

ANDREA ROMEO,

Ceo & General Manager di I Wonder Pictures

Quali sono i vostri titoli più forti in uscita al cinema nel prossimo semestre?

L'analisi del nostro prossimo semestre 2022 si inserisce in una visione pluriennale che abbiamo costruito per garantire all'esercizio continuità e qualità di prodotto. La nostra line-up guarda già da ora al 2024 con *Morning* di Justin Kurzel con Benedict Cumberbatch (capace di passare da Sherlock Holmes nell'omonima

serie televisiva, a Doctor Strange nel Marvel Cinematic Universe) e Laura Dern (tra le sue interpretazioni spiccano *Velluto blu*, *Jurassic Park* e *Marriage Story*), che saranno interpreti di uno sci-fi ad altissimi livelli di creatività.

Nel febbraio 2023 poi, in piena corsa agli Oscar, I Wonder Pictures proporrà la nuova scommessa di A24: *The Whale* di Darren Aronofsky (*The Wrestler* e *Il cigno nero*) con la straordinaria interpretazione di Brendan Fraser (celebre interprete dei tre film colossal *La mummia*), che questa volta si gioca la candidatura agli Academy Awards 2023.

Venendo ai prossimi mesi, I Wonder Pictures avrà il piacere e il privilegio di portare in Italia (sempre in collaborazione con A24) il "caso" cinematografico del 2022: *Everything Everywhere All at Once* - prodotto dai fratelli Russo e diretto dai "The Daniels" - che ha sorpreso il boxoffice Usa e una settimana dopo l'altra ha conquistato, con medie da capogiro, ben 2.220 schermi, arrivando ad un incasso di oltre 60 milioni. Affrontiamo questo progetto forti di un film che ha una campagna mondiale radicata e capillare, e che vive di una *coolness* tutta sua nei social media senza soluzione di continuità da marzo scorso.



Michelle Yeoh in *Everything Everywhere All at Once*, prodotto dai fratelli Russo e diretto da Dan Kwan e Daniel Scheinert

Porteremo poi in sala il nuovo film di Sébastien Marnier: *L'origine del male*. Un super cast tutto al femminile con, tra le altre, le splendide Doria Tillier (*La Belle Époque*) e Laure Calamy (*Call My Agent!*) per un film contro il patriarcato. Un thriller elegante e sorprendente.

Thriller e romance si fondono in *Sanctuary*, l'attesissimo film ad alto tasso di erotismo con i bellissimi Margaret Qualley e Christopher Abbott. Un giovane ereditiero incontra la sua dominatrice per un'intera notte in una stanza d'albergo. Il loro santuario. Un gioco che si ripete da tempo, ma che sta per concludersi... o almeno così pensa lui.

Ancora grandi interpreti femminili per *Amanda*, debutto alla regia della sceneggiatrice Carolina Cavalli con Benedetta Porcaroli, Galathea Bellugi e Giovanna Mezzogiorno.

Continua la tradizionale predilezione di I Wonder Pictures per la commedia con tanti titoli di qualità,

Thriller e romance si fondono in *Sanctuary*, film ad alto tasso di erotismo con Margaret Qualley e Christopher Abbott





Il film d'animazione *Il piccolo Nicolas*, tratto dal celebre personaggio di René Goscinny

tra cui *A letto con Sartre*, *Sì Chef!* - *La Brigade*, *Il mio vicino Adolf*, *Fumare fa tossire*. La nuova attenzione di I Wonder Pictures per l'animazione ci vedrà in sala entro Natale con *Il piccolo Nicolas*, tratto dal celebre personaggio di René Goscinny, e con la nuova avventura del delizioso *Ernest e Celestine*.

Il nostro abituale sguardo sui documentari abbraccia due progetti raffinati e profondi come *La timidezza delle chiome* di Valentina Bertani, e *Marcia su Roma* di Mark Cousins.

Quali sono le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare il prima possibile?

L'urgenza è quella di ridare impulso a tutto il comparto theatrical. Un obiettivo che può essere raggiunto solo conciliando un'offerta cinematografica ricca e diversificata, che possa conquistare target e pubblici non omogenei, con la necessità di offrire ad ogni prodotto la migliore occasione di esprimere il proprio potenziale. Ogni film deve poter godere di

scelte di programmazione adeguate. E deve essere favorita la competizione sul risultato. Quando film che nessuno vuole lasciano vuote 400 sale, per una e spesso per due settimane, ne risente tutto il mercato e si toglie spazio ad altri prodotti che potrebbero, se messi nelle condizioni di farlo, produrre importanti risultati in termini commerciali.

Come riconquistare il rapporto con il pubblico cinematografico?

Scegliendo con cura i film da portare in sala e promuovendoli con astuzia. La pubblicità non basta, oggi più che mai contano la *coolness* e il passaparola. Va poi resa speciale la visione in sala attraverso un lavoro di eventizzazione, con il coinvolgimento degli autori e dei talent. Ed è ineludibile, ovviamente, garantire al pubblico la qualità della visione: le sale non possono più permettersi di non essere luoghi dove la fruizione sia di altissima qualità, sia dal punto di vista tecnologico sia dal punto di vista del comfort.



© courtesy of I Wonder Pictures (4)

PUNTARE SUI GIOVANI

BENIAMINO PLACIDO,

Head of Theatrical Distribution di Notorious Pictures

Quali sono i vostri titoli più forti in uscita al cinema nel prossimo semestre?

Il 2022 è un anno molto importante per Notorious Pictures. Festeggeremo, infatti, i nostri primi 10 anni e per farlo presenteremo un'offerta ricca e variegata, commercialmente molto importante, nel segno della tradizione che ci ha contraddistinto in questi anni dove abbiamo distribuito ben 154 film, conseguendo un box office di 120 milioni di euro e portando in sala 20 milioni di spettatori. Attraverso i nostri film abbiamo raccontato grandi storie, intense ed appassionanti, interpretate dalle più amate star di Hollywood, ed

è questo che continueremo a fare perché le vere emozioni si vivono solo al cinema.

In piena estate spaventeremo il pubblico con l'horror psicologico *The Twin*: una famiglia americana, a seguito di un incidente, si trasferisce in un remoto paesino della Finlandia per ritrovare la tranquillità perduta, ma il verificarsi di strani avvenimenti sarà solo il preludio di una storia terrificante. A settembre proporremo un importante film di attualità, prodotto da Goldenart, Rai Cinema con Notorious Pictures, *La prima regola*, che racconta con un linguaggio crudo e realista uno spaccato del mondo scolastico e del periodo storico in cui stiamo vivendo. Tra i protagonisti il celebre Helsinki de *La casa di carta*.

Sarà poi la volta de *Il bambino di cristallo*, una emozionante storia vera con Zachary Levi che si toglie i panni del supereroe di Shazam e assume un ruolo profondamente introspettivo e intenso, quello del padre di un bambino "speciale". Un film gioioso e commovente, dove grazie all'entusiasmo del piccolo protagonista, impareremo ad affrontare i problemi quotidiani con maggior leggerezza, un titolo che siamo sicuri arriverà dritto al cuore di genitori e figli.

In autunno, per la gioia di grandi e piccini riporteremo al cinema una nuova versione animata, per tutta la famiglia, de *Lo schiaccianoci e il flauto magico*. Ad accompagnarci nel racconto di questo meraviglioso classico, oltre alle bellissime musiche di Tchaikovsky, ci sarà l'inconfondibile voce dell'idolo di milioni di bambini: la youtuber Charlotte M.



Sempre in autunno saremo lieti e orgogliosi di presentare un nuovo straordinario capitolo di *Wonder*, dal titolo *White bird - A Wonder Story*, diretto da Marc Forster (*Neverland* e *Il cacciatore di aquiloni*), con Gillian Anderson ed Helen Mirren. *White Bird* è, infatti, uno spin-off dell'acclamato *Wonder*, realizzato dagli stessi produttori, tratto da un altro libro della serie di successo di R. J. Palacio. Il film riprende con forza il messaggio di gentilezza ed empatia, del guardare oltre l'apparenza per vedere la



In autunno arriverà in sala il film d'animazione per famiglie *Lo schiaccianoci e il flauto magico*



A settembre Notorious distribuirà *La prima regola*, uno spaccato crudo e realista del mondo scolastico e del periodo storico in cui stiamo vivendo. Tra i protagonisti anche Helsinki de *La casa di carta*



Nel commovente *Il bambino di cristallo*, Zachary Levi sarà il padre di un bambino "speciale"

persona con occhi sinceri, ripartendo dal personaggio di Julian, il bullo che abbiamo conosciuto in *Wonder*. Il prossimo inverno proporremo in sala diversi film tra cui un family-drama e una divertente commedia francesi, e lo sconvolgente horror diabolico, dai produttori di *Halloween*, *Halloween Kills* e *Scream*, *The Gergetown Project* con un Russell Crowe "posseduto" più spaventoso e inquietante che mai. *The Honeymoon* è, infine, un'importante produzione internazionale targata Notorious Pictures, una

brillante commedia girata a Venezia, grandi risate e un cast internazionale: la candidata all'oscar Maria Bakalova, vista in *Borat*, Lucas Bravo, co-protagonista della serie di successo *Emily in Paris*, e il celebre comico inglese Asim Chaudhry.

Quali sono le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare il prima possibile?

La sfida principale è sempre quella di riuscire a riportare il pubblico in sala, compito che fino ad ora si è mo-

strato più arduo e difficile del previsto. Sicuramente le varie restrizioni legate al covid non ci hanno aiutato, ma il dato di fatto, sul quale vale veramente la pena riflettere, è che in questi due anni abbiamo perso quasi uno spettatore su due, con una grossa concentrazione dell'audience solo sui grandi blockbuster e con troppi film, soprattutto italiani, che vengono quasi completamente ignorati dal pubblico.

Come riconquistare il rapporto con il pubblico cinematografico?

La magia della sala e l'esperienza della visione condivisa restano qualcosa di insostituibile, ma per evitare che diventino sempre più legate al grande evento, bisogna rinnovare completamente l'offerta, proponendo un prodotto nuovo che racconti storie attuali ed emozionanti, che parli in modo più diretto agli spettatori.

Bisogna poi puntare forte sul pubblico più giovane che sta dimostrando una grande voglia di cinema, anche se al momento limitata ai grandi blockbuster, creando un nuovo star system e incentivando una produzione locale di film tailor made per loro.

Infine, rinnovare il cinema con le più avanzate tecnologie e tutti i comfort, trasformando la fruizione in sala da semplice visione a esperienza sensoriale è probabilmente l'unica strada percorribile per differenziarsi ulteriormente dall'agguerrita concorrenza televisiva casalinga.



© courtesy of Notorious Pictures (4)

LA FILIERA DEVE FARE SISTEMA

FRANCO DI SARRO,
Ceo di Nexo Digital



Quali sono i vostri titoli più forti in uscita al cinema nel prossimo semestre?

Per il prossimo semestre stiamo lavorando a una nuova importante stagione della Grande Arte al Cinema, un progetto che porterà in sala titoli cui teniamo particolarmente. Ci sarà l'arte rinascimentale italiana con Botticelli e Tiziano, in due film distribuiti al cinema in collaborazione con Sky. Avremo poi un nuovo spettacolare appuntamento con l'arte egizia - grazie all'atteso docufilm con Jeremy Irons che prende il via dal Museo Egizio di Torino per esplorare i grandi temi e i grandi capolavori dell'Antico Egitto - e il primo grande documentario internazionale dedicato a Munch - che permetterà di esplorare il nuovissimo Museo di Oslo, svolta assoluta per la conoscenza dell'artista. Come Nexo Digital abbiamo prodotto entrambi questi due titoli assieme a 3D Produzioni e, nel caso del Museo Egizio, anche con Sky. Avremo poi un inedi-

to, esclusivo docufilm dedicato alla Regina Elisabetta, prodotto da Nexo Digital con Rai Cinema: un progetto che abbiamo proposto in anteprima ai buyer internazionali durante il mercato di Cannes, dove ha ricevuto un'accoglienza entusiastica. Un film innovativo e prestigioso, basato sul libro di Paola Calvetti, diretto dal fotografo e regista Fabrizio Ferri e con la partecipazione straordinaria di Charles Dance. Torneremo poi con un attesissimo appuntamento con gli anime al cinema, che si confermano contenuti adorati dal grande pubblico, capaci di coinvolgere e riempire le sale come pochi altri titoli. Tornerà finalmente anche la Royal Opera House in diretta al cinema, con appuntamenti eccezionali che vanno da *Madama Butterfly* ad *Aida*, dalla *Bohème* alle *Nozze di Figaro*, senza dimenticare *La bella addormentata*, *Lo schiaccianoci* e altri titoli sempre apprezzatissimi dagli appassionati.

Quali sono le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare il prima possibile?

Credo sia importante, da parte dell'intero settore, lavorare per definire un nuovo ruolo del cinema e della

fruizione dei film in sala. Oltre al tema delle finestre, che proprio in questi mesi è stato affrontato in maniera sempre più attenta e scrupolosa anche dai colleghi distributori, è fondamentale riuscire a definire nuove strategie, offrendo al pubblico ragioni irresistibili per tornare in sala: per vivere un'esperienza diversa rispetto a quella della visione casalinga e per riscoprire un piacere che i lunghi mesi di chiusura hanno allontanato dal nostro quotidiano. Non penso che la soluzione possa essere una sola. Al contrario, ritengo che solo con una serie di azioni e strategie accurate, che puntino sulla qualità dell'esperienza in sala, sulla sua unicità, sulla sua specificità, potremo ritornare ai numeri che precedevano la pandemia. Affrontando quindi non solo tematiche e questioni che i mesi di lockdown hanno reso stringenti, ma anche le varie problematiche che, già prima dello stop, caratterizzavano il nostro settore. Un momento complesso come questo deve essere affrontato in maniera unitaria, facendo sistema tra produzione, distribuzione, esercizio, festival, istituzioni, oltre che con tutte le professionalità che, in vario modo, sono connesse al mondo cinematografico e alla vita dei film.

BC

© courtesy of Nexo Digital (2)



Nel prossimo semestre Nexo porterà in sala una nuova stagione della Grande Arte al Cinema, più precisamente l'arte rinascimentale italiana con Botticelli (in foto) e Tiziano (entrambi i film sono distribuiti con Sky)

Baby PUFFINS & BUNNY

UNA SERIE ANIMATA PRODOTTA DA
ANDREA IERVOLINO E MONIKA BACARDI



PUFFINS SPIN OFF
COMING SOON



ilbgroup.com



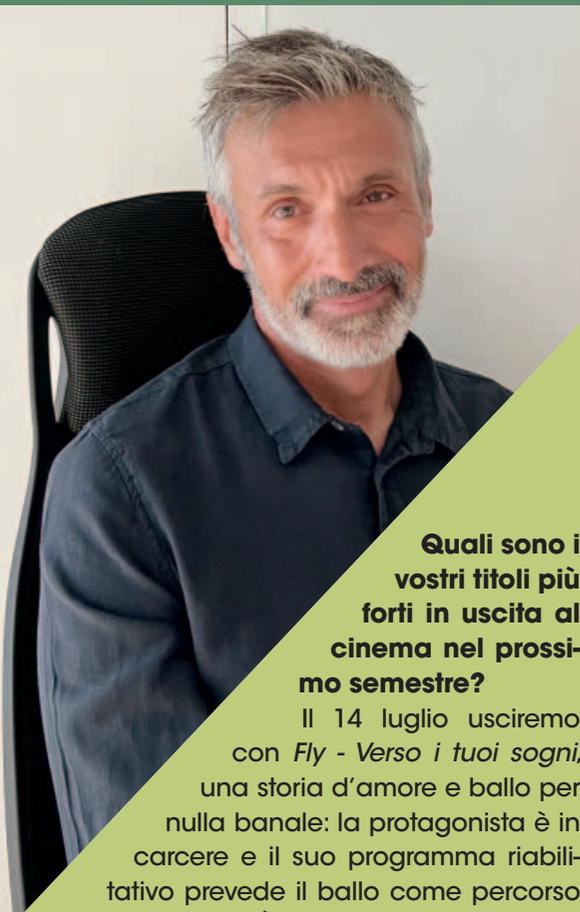
red carpet.



RIDISEGNARE MODELLI DISTRIBUTIVI DIVERSI

ALDO LEMME,

Head of Theatrical Distribution di Alder Entertainment



Quali sono i vostri titoli più forti in uscita al cinema nel prossimo semestre?

Il 14 luglio usciremo con *Fly - Verso i tuoi sogni*, una storia d'amore e ballo per nulla banale: la protagonista è in carcere e il suo programma riabilitativo prevede il ballo come percorso di recupero. È una storia di formazione giovanile, di cambiamento, d'amore, di relazione nel gruppo di appartenenza e diversità... tutto attraverso il ballo. Il 28 luglio porteremo in sala *Jet Ski*, che vedrà un gruppo di ragazzi alle prese con un pericoloso squalo durante una spensierata giornata di mare a bordo di moto d'acqua.

In autunno sarà poi il turno di *Maigret* di Patrice Leconte, con Gérard Depardieu e, finalmente, di *Hatching - La forma del male*, l'horror scandinavo che farà parlare certamente di sé e che attende già da un po' il suo momento di gloria nelle sale cinematografiche.

Ci tengo poi a segnalare due anticipazioni relative a due nuove acquisizioni di Cannes 2022. La prima è *Mr Blake*, commedia adulta e molto divertente con John Malkovich e Fanny

Ardant: la storia di un vedovo (Malkovich) che abbandona il suo lavoro per fare il maggiordomo in una villa a nord della Francia dove conobbe sua moglie tanti anni prima, nella speranza di rivivere emozioni e ricordi ancora impressi nel suo cuore. La seconda è *Artist in Residence* con Diane Keaton ed Andy Garcia, un'altra commedia adulta, leggera e divertente dove Diane Keaton interpreta un'anziana scrittrice femminista che viene sfrattata dal suo appartamento di New York. Ad eseguire lo sfratto è il giovane figlio del proprietario dell'immobile e fra l'anziana scrittrice ed il giovane nasce una amicizia divertente basata sulla comune passione per gli oggetti vintage.

Quali sono le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare il prima possibile?

Temo che non sia più l'urgenza il problema, bensì ridisegnare modelli distributivi diversi per prodotti diversi. Se continuiamo a rincorrere il fatidico giorno in cui tutto tornerà come prima, resteremo tutti delusi, chi più chi meno. Certamente, volendo essere ottimisti, dobbiamo guardare ai mercati

con noi confinanti che stanno rialzando la testa un po' più velocemente di noi sul fronte theatrical. Ma una dose di realismo in più ci impone di considerare i tanti aspetti che vanno affrontati e che solo parzialmente sono conseguenze dell'impatto delle nuove abitudini post-pandemia dei fruitori di cinema sul mercato theatrical. Ad esempio, vanno regolamentate le finestre in base al tipo di prodotto, non tout court in termini assoluti. Va stabilito cosa sia un evento e cosa non lo sia, sia in termini sostanziali (di prodotto e di marketing) che formali (ovvero ciò che può o non può uscire in sala come evento). È importante anche creare un sistema che abbia almeno una parvenza di oggettività nella valutazione economica dei film acquisiti da parte di broadcaster e piattaforme, perché assistiamo a un mercato che più che libero è assolutamente imponderabile e tutto questo ha impatto su produttori e distributori che oggi più che mai non hanno riferimenti su cosa produrre e/o distribuire. Infine, diventa sempre più cruciale produrre contenuti di cui avere la proprietà, per "auto sostenersi" in qualche modo.

BC

© courtesy of Alder Entertainment (2)



Maigret di Patrice Leconte, con Gérard Depardieu

Italian Cinema

il meglio dell'industria audiovisiva italiana a portata di click, in distribuzione nei principali Mercati internazionali



Scarica su **iOS** e **Android**
da tutto il mondo la digital edition
del magazine



I CAMBIAMENTI VANNO ACCETTATI

UMBERTO BETTINI,

Country Manager di Koch Media



Quali sono i vostri titoli più forti in uscita al cinema nel prossimo semestre?

Il primo titolo è *X - A Sexy Horror Story* dal famoso regista Ti West, in uscita il 14 luglio. Dai produttori di *Hereditary* è il nuovo slasher per il grande schermo dalle tinte forti, un film che ha già fatto impazzire il pubblico americano. Seguirà il 21 luglio l'animazione *Peter va sulla Luna*, presentato al Giffoni Film Festival e tratto dalla popolare fiaba per bambini. Da settembre presenteremo l'atteso *Malediction*, il nuovo teen horror in cui *Stranger Things* incontra *I Goonies*, creato dalla mente geniale di Luc Besson.

Seguirà il blockbuster coreano *Emergency Declaration*, un capolavoro di tensione tratto da fatti realmente accaduti, un thriller ad alta quota ricco di colpi di scena, con il protagonista di *Parasite* Song Kang-Ho e con l'attore de *I Magnifici 7* Lee Byung-hun.

Sarà poi il turno di *Broker*, in co-distribuzione assieme a Lucky Red, film in concorso a Cannes scritto, diretto e montato dal regista Palma d'Oro Hirokazu Kore-eda (*Un affare di famiglia*), uno splendido e commovente family drama "on the road" che ruota intorno alle "baby box". In autunno porteremo in sala *One Piece Red - Il film*, che rappresenta oggi un vero e proprio fenomeno di massa grazie al successo incontenibile del manga e della serie Tv. È sicuramente il film anime mass market più atteso.

Quali sono le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare il prima possibile?

Le urgenze del mercato sono strutturali ed i risultati ci comunicano che non esiste la profondità necessaria per alimentarlo. Tolto il grande titolo del momento, tutti gli altri incassano poco o nulla.

Se non vogliamo accettare i cambiamenti del mercato e le esigenze

dei consumatori, non faremo mai un passo avanti. Il panorama digitale offre molto, forse troppo, contenuto percepito a basso costo dal consumatore. L'offerta in sala non è comoda (scarsa distribuzione, orari delle sale, bassa tenuta) e non offre un servizio adeguato (qualità delle sale, dell'audio e degli schermi). Questo, in concomitanza ad un'offerta digitale senza precedenti, porta inevitabilmente ad una diminuzione di biglietti staccati.

Io sono per il prezzo del biglietto dinamico (un film alla terza settimana deve costare meno rispetto alla prima, un blockbuster deve costare di più rispetto ad un film minore) e credo che pensare ad un sistema di blocco o difesa delle finestre sia anacronistico. Secondo me la window theatrical dovrebbe stare a 45 giorni e dovremmo dedicare il nostro tempo a rendere i cinema e l'offerta più attrattiva per il consumatore, anziché porre regole per difendere un sistema pigro che non fa nulla per rinnovarsi. **BO**

© courtesy of Koch Media (2)



In autunno Koch porterà in sala l'anime *One Piece Red - Il film*

AL CENTRO LO SPETTATORE

ANASTASIA PLAZZOTA,
Ceo di Wanted Cinema



Quali sono i vostri titoli più forti in uscita nel prossimo semestre 2022?

Sarà un periodo delicatissimo per tutti. Wanted Cinema lo affronta all'insegna della sperimentazione. Dopo la grande crisi (durante la quale comunque non ci siamo mai fermati) proveremo ad arricchire la nostra proposta per ripartire. Lo faremo mettendo in catalogo proposte diverse dal solito, come i classici restaurati del cinema orientale. Il primo sarà *La donna del fiume*, capolavoro di Lou Ye, il 14 luglio: un esperimento anche in termini di calendario su suggerimento degli amici esercenti che ci chiedono di osare con un'uscita estiva importante. Proseguiremo con *Audition* di Takashi Miike, cult-movie restaurato.

Un'altra sfida per Wanted sarà investire nella finzione d'autore che guarda a un pubblico più ampio, soprattutto femminile. Entrano in listino la commedia svedese *Tuesday Club - Il talismano della felicità*, delizioso mix di amore a cucina in uscita il 22 settembre, e la dramedy *Mamma contro G. W. Bush*, vincitore di un dop-

pio Orso d'argento a Berlino per la miglior attrice e per la sceneggiatura, in uscita il 24 novembre. Sperimentare è anche proporre a un pubblico distratto un film di pura contemplazione della natura più selvaggia come in *La pantera delle nevi*. Con la colonna sonora da Oscar di Nick Cave, premi ai festival di tutto il mondo, un incasso top di quattro milioni in Francia, esce il 20 ottobre e sarà la nostra vera scommessa, per un pubblico family, con un grande impegno promozionale. Ma non mancherà il nostro classico cinema "ricercato": documentari di qualità (*All The Streets Are Silent - La scena skate & hip hop a N.Y.*, uscita-evento del 18-19-20 luglio), film d'autore (come *Rimini* del maestro Ulrich Seidl, in uscita il

25 agosto), eventi speciali (come *Mr Bachmann e la sua classe*, Orso d'argento a Berlino, il 5 ottobre per la Giornata mondiale degli insegnanti).

Quali sono le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare il prima possibile?

Le vecchie logiche al sistema italico devono definitivamente saltare. Tutta la filiera deve compattarsi per affrontare la rivoluzione di abitudini che è già in atto abdicando ai propri interessi particolari. Al centro deve esserci lo spettatore e la garanzia di pluralità d'offerta. La ripresa deve partire da una volontà politica che inneschi un sistema virtuoso di sostegno per aiutare i distributori a fare scelte coraggiose e creare nuovo pubblico giovane. **BO**

© courtesy of Adler Entertainment (2)



Il documentario *La pantera delle nevi* di Marie Amiguet e Vincent Munier, con le musiche originali firmate da Warren Ellis e Nick Cave

VI PRESENTO VERTICE 360

JOSE LUIS POVEDANO,
General Manager di Vertice 360



Chi è Vertice 360?

Siamo una società spagnola con sede a Madrid, dedicata alla creazione, produzione e distribuzione di contenuti. Attualmente siamo pronti ad operare in più di 30 Paesi, con le nostre strutture, come in Spagna, Italia e America Latina, o con alleanze strategiche con altri gruppi come in Portogallo attraverso NOS.

Fin dall'inizio nel 2007, quando siamo entrati in Borsa, la natura del nostro progetto è stata quella di essere un punto di riferimento per la produzione locale e la distribuzione di contenuti cinematografici in Spagna. Con grandi successi alle nostre spalle come *Gangs of New York*, *Shutter Island*, *Traffic* e *Crash*, o nostre produzioni come *L'altro lato del letto* o *Pagafantas*, siamo riusciti a posizionarci come uno dei principali distributori del Paese, fino al 2016 quando abbiamo iniziato un nuovo viaggio insieme a Squirrel Media, che è diventato il principale azionista di Vertice 360. Grazie al sup-

porto di Squirrel Media abbiamo potuto costruire un progetto in linea con la trasformazione che ha attraversato il nostro settore, che dal 2016 in poi ha visto l'emergere degli OTT e una crisi senza precedenti generata dalla pandemia, in seguito alla quale il nostro settore è stato gravemente colpito.

Queste due circostanze sono, senza dubbio, le ragioni principali che ci hanno portato nel 2019 a ripensare il nostro modello di business. In quel momento abbiamo realizzato che il principale fattore a fare la differenza in futuro rispetto ai nostri concorrenti poteva essere quello di offrire ai produttori locali e internazionali una rete di distribuzione cinematografica che consenta ai loro progetti di raggiungere il grande schermo nei principali Paesi del mondo.

Abbiamo iniziato questo nuovo viaggio insieme a Squirrel Media nel 2016 e oggi siamo già una realtà operativa in Italia, Spagna, Portogallo e America Latina, e stiamo lavorando per raggiungere accordi che ci permettano di fare il salto di qualità nel mercato anglosassone (Usa e UK). Una volta completato questo secon-

do ciclo, sono sicuro che potremo essere un punto di riferimento per i produttori cinematografici nazionali e internazionali, che ci potranno considerare la principale alternativa indipendente per la distribuzione delle loro opere, anzi delle nostre opere, nelle sale cinematografiche e nelle altre finestre.

Quando uscirete al cinema con i vostri primi film e quali saranno?

Il nostro debutto in Italia sarà ad agosto con il lancio di *Men* di Alex Garland, film presentato al Festival di Cannes con grande successo di critica.

In seguito rilasceremo la nostra intera line-up composta da fantastiche franchise come *Expendables 4* (Jason Statham, Sylvester Stallone, Megan Fox) e *Night Has Fallen* (Gerard Butler) e progetti di qualità dell'industria indipendente come *Freelance* (John Cena), *In the Land of Saints and Sinners* (Liam Neeson), *Mothers Instinct* (Jessica Chastain, Anne Hathaway), *McCarthy*, *Poker Face* (Russell Crowe), *Lee* (Kate Winslet, Marion Cotillard), *Black Flies* o *Firebrand* (Jude Law). **BO**



Russell Crowe
in *Poker Face*

© courtesy of Vertice 360 (2)



thewashingmachine.it

UNO SPETTACOLO DI TARGET.

La pubblicità al cinema: semplicemente il meglio per il tuo brand.

Qualunque sia il tuo settore commerciale, le sale DCA (UCI e The Space Cinema) hanno il pubblico giusto: segmentato, profilato e informato, pronto a emozionarsi e disposto a recepire il tuo messaggio con un livello di attenzione del 55% in più rispetto al mercato*.

Lo dice la ricerca GfK: investire in pubblicità sul grande schermo conviene.



Il tuo spot al cinema.
Tratto da un'emozione vera.

AL CINEMA È INDIMENTICABILE

KOCH MEDIA LISTINO SECONDO SEMESTRE 2022



X - A SEXY HORROR STORY

Regia: Ti West (*Cabin Fever 2 - Il contagio, V/H/S*)

Cast: Mia Goth (*La Cura del Benessere, Suspiria, Emma*), Jenna Ortega (*Scream, Iron Man 3*), Brittany Snow (*Pitch Perfect*), Kid Cudi (*Don't Look Up*), Martin Henderson (*The Ring*)

Genere: Horror

Dai produttori di *Hereditary* e *Midsommar*, uno slasher per il grande schermo dalle tinte forti. Un film che ha già fatto impazzire il pubblico americano di ogni età per il sapiente connubio tra tensione e voyeurismo, omaggiando film cult di genere. Destinato a diventare un cult anche in Italia.

USCITA: DAL 14 LUGLIO 2022



PETER VA SULLA LUNA

Regia: Ali Samadi Ahadi (*Lost Children*)

Genere: Animazione

Selezionato dal Giffoni Film Festival 2022 e tratto dalla popolare fiaba per bambini, *Peter Va Sulla Luna* è un viaggio avventuroso nello spazio, ma anche un viaggio emotivo nella relazione tra fratelli.

USCITA: DAL 21 LUGLIO 2022



MALEDICTION

Regia: Barthélemy Grossmann

Cast: Vadim Agid, Lola Andreoni, Mathieu Berger

Genere: Horror

Scritto e prodotto dal genio creativo Premio Oscar® Luc Besson (*Léon, Lucy, Giovanna d'Arco*).

L'atteso Teen horror che stabilirà un nuovo livello di paura, in cui *Stranger Things* incontra *I Goonies*.

USCITA: SETTEMBRE 2022



BROKER

Regia: Hirokazu Kore-eda (*Le verità, Un Affare di Famiglia*)

Cast: Song Kang-ho (*Parasite, Snowpiercer, The Host*), Bae Doona (*The Host, Cloud Atlas*), Gang Dong-won (*Peninsula*)

Genere: Drama

Una toccante commedia familiare on the road dal sapore agrodolce. Scritto e diretto dal regista Palma d'Oro, Hirokazu Kore-eda (*Un Affare di Famiglia*). Premio per la Miglior Interpretazione Maschile di Song Kang-Ho (Mr Kim di *Parasite*) al Festival di Cannes 2022.

USCITA: AUTUNNO 2022 IN COLLABORAZIONE CON LUCKY RED



ONE PIECE FILM: RED

Regia: Gorô Taniguchi

Genere: Anime

One Piece - il manga più venduto di sempre in Italia - torna sul grande schermo con il film più atteso dai fan: *One Piece Film: Red*. Il primo lungometraggio della saga che vede coinvolto nella produzione il maestro Eiichiro Oda, il suo creatore e il più famoso mangaka al mondo.

USCITA: AUTUNNO 2022



EMERGENCY DECLARATION

Regia: Jae-rim Han (*The King*)

Cast: Kang-ho Song (*Parasite, Snowpiercer*), Lee Byung-hun (*Squid Game, G.I. Joe - La Vendetta*), Jeon Do-yeon (*Secret Sunshine*)

Genere: Thriller/Action/Drama

Tratto dalla vera storia dell'attentato bioterroristico al volo KI501, un thriller ad alta quota adrenalinico e ricco di colpi di scena, con il protagonista di *Parasite* Song Kang-Ho e con l'attore di *Squid Game* Lee Byung-hun.

USCITA: AUTUNNO 2022



KOCH MEDIA



MidnightFactoryIT 00Factory

Koch Films Koch Media Italia KochMediaIT

AnimeFactoryIT

www.midnightfactory.it

Koch Media S.r.l. | Strada 1 Palazzo F5 | 20057 Assago (MI) | Italia - www.kochmedia-film.it

www.animefactory.it



THE SON

REGIA Florian Zeller
CAST Anthony Hopkins,
Hugh Jackman,
Laura Dern,
Vanessa Kirby
USA / FRANCIA / UK - Big Indie Pictures



IO CAPITANO

REGIA Matteo Garrone
CAST Seydou Sarr, Moustapha Fall
ITALIA / BELGIO - Archimede con Rai Cinema, Tarantula



IL SOL DELL'AVVENIRE

REGIA Nanni Moretti
CAST Margherita Buy,
Silvio Orlando,
Barbora Bobulova,
Mathieu Amalrich,
Nanni Moretti
ITALIA / FRANCIA - Sacher Film,
Fandango con Rai Cinema, Le Pacte



JOHN WICK 4

REGIA Chad Stahelski
CAST Keanu Reeves,
Laurence Fishburne
USA - 87Eleven Entertainment



TRAMITE AMICIZIA

REGIA Alessandro Siani
CAST Alessandro Siani,
Max Tortora, Matilde Gioli
ITALIA - Italian International Film con Rai Cinema



LA CONVERSIONE

REGIA Marco Bellochio
ITALIA - IBC Movie, Kavac Film con Rai Cinema



QUASI ORFANO

REGIA Umberto Carteni
CAST Riccardo Scamarcio,
Vittoria Puccini, Antonio Gerardi,
Grazia Schiavo, Adriano Pappalardo,
Nunzia Schiano, Bebo Storti
ITALIA - Rodeo Drive con Rai Cinema



CHIARA

REGIA Susanna Nicchiarelli
CAST Margherita Mazzucco,
Andrea Carpenzano, Luigi Lo Cascio,
Carlotta Natoli, Paola Tiziana Cruciani,
Flaminia Mancin, Valentino Campitelli,
Paolo Briguglia
ITALIA - BELGIO / Vivo film con Rai Cinema, Tarantula



MIA

REGIA Ivano De Matteo
CAST Edoardo Leo,
Milena Mancini,
Greta Gasbarri
ITALIA - Lotus Production, una società Leone Film Group,
con Rai Cinema



EDUCAZIONE FISICA

REGIA Stefano Cipani
CAST Angela Finocchiaro,
Giovanna Mezzogiorno,
Raffaella Rea, Sergio Rubini,
Claudio Santamaria
ITALIA - POLONIA / Paco Cinematografica con Rai Cinema
e Luce Cinecittà in coproduzione con Agresywna Banda



LE VELE SCARLATTE

REGIA Pietro Marcello
CAST Juliette Jouan,
Raphaël Thiéry, Noémie Lvovsky,
Louis Garrel, Yolande Moreau
FRANCIA / GERMANIA / ITALIA - CG Cinéma,
Avventurosa con Rai Cinema in coproduzione
con Match Factory Production, Arte France Cinéma,
ZDF con la partecipazione d'ARTE,
Les Films du Losange



IN VIAGGIO

REGIA Gianfranco Rosi
ITALIA / 21UNO Film, Stemal Entertainment
con Rai Cinema

Crediti non contrattuali



NICOLA CLAUDIO
PRESIDENTE

PAOLO DEL BROCCO
AMMINISTRATORE DELEGATO

GIUSEPPE STURIALE
DIRETTORE GENERALE



LUIGI LONIGRO
DIRETTORE

seguici sui social



O1 distribution

3881781660

www.O1distribution.it