

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

BOXOFFICE

www.e-uesse.it

ANNO XXVII - N. 10 - 30 agosto-15 settembre 2023



ANALISI

Gli incassi in sala
del primo semestre

INTERVISTE

La produzione secondo
Samanta Antonnicola

PIRATERIA

I numeri della
ricerca Fapav/Ipsos

Federica Lucisano

LMG, UNA STORIA LUNGA 65 ANNI

RIMETTERE AL CENTRO LA CREATIVITÀ, VALORIZZARE IL PRODOTTO MEDIO E FAVORIRE IL RICAMBIO GENERAZIONALE. SONO QUESTE LE URGENZE DEL CINEMA ITALIANO SECONDO L'AMMINISTRATORE DELEGATO DI LUCISANO MEDIA GROUP, CHE CONTINUA A POTENZIARE LA PROPRIA FACTORY DI TALENTI (NON ULTIMO IL SODALIZIO CON SIANI) E CREDE IN CIRCUITI CINEMATOGRAFICI IMPRONTATI SU CONCEPT DI LUSSO

AFM[®]23

LE MÉRIDIDIEN DELFINA NOW TAKING RESERVATIONS.

SANTA MONICA OCT. 31 – NOV. 5



AMERICANFILMMARKET.COM

PHOTO: DYLAN PATRICK PHOTOGRAPHY INC

GLI INSEGNAMENTI DI *SUPER MARIO BROS.* E *BARBIE*



Quando una grande produzione americana si afferma con forza al box office, il rischio è spesso quello di dare per scontato i risultati senza analizzare in profondità le ragioni del successo. Eppure, a volte, è essenziale fermarsi e guardarsi indietro per comprendere meglio l'andamento del mercato e le attese del grande pubblico, troppo spesso considerato un'entità astratta e non un insieme di singole identità con desideri e opinioni. Un esercizio di stile che andrebbe fatto, ad esempio, con due grandi successi dell'anno: il film d'animazione *Super Mario Bros.* e la commedia in rosa *Barbie*. Due casi che presentano più punti in comune di quanti non sembri a prima vista. Innanzitutto, entrambi i titoli sono basati su celebri proprietà intellettuali che hanno segnato la crescita di molti spettatori (i videogiochi di Nintendo e le bambole di Mattel), ma sono anche film che gettano solide fondamenta per edificare nuove franchise cinematografiche. Se, infatti, i maggiori studios americani continuano a puntare sulle franchise, non tutte funzionano e sono diverse ormai quelle che,

raschiando il fondo del barile e portando avanti storie poco incisive, riscuotono sempre minor attenzione. Il pubblico, infatti, è affamato di novità e quest'anno *Super Mario Bros.* e *Barbie* l'hanno offerta su un piatto d'argento. Novità che Universal Pictures e Warner Bros. Discovery hanno saputo trasformare in veri e propri film di tendenza grazie a incredibili campagne marketing, rendendo questi titoli due appuntamenti imperdibili. Risultati resi possibili siglando importanti partnership, come i pacchi Amazon brandizzati e i video virali di *Super Mario Bros.*, o i numerosi capi di abbigliamento in rosa e la possibilità di prenotare a Malibu una casa a tema *Barbie*. In definitiva, dietro ogni grande successo c'è sempre un grande lavoro di selezione e comunicazione. Nel frattempo, al momento di andare in stampa, negli Stati Uniti è ancora in corso lo sciopero sceneggiatori-attori. Un processo che rischia di avere ripercussioni sul mercato cinematografico mondiale, portando allo slittamento di importanti film in un momento così delicato come la ripresa post-pandemica.

di Paolo Sinopoli



10

EVENTI

CONTINUA A CORRERE IL FESTIVAL DI VENEZIA

Tutti i film al Lido

22

BOX OFFICE ITALIA

UN "SUPER" PRIMO SEMESTRE

Una radiografia degli incassi dei nostri cinema dei primi sei mesi del 2023

30

INTERVISTE

L'ARTICOLATO MONDO DELLA PRODUZIONE

Parla la responsabile produzione cinematografica di Rai Cinema, Samanta Antonnicola

34

RICERCHE

PIRATERIA: CALO TRA I GIOVANI

La ricerca Fapav/Ipsos sul consumo illecito di contenuti audiovisivi in Italia

46

REPORTAGE

CINEEUROPE: DAL CONTENUTO ALL'ESPERIENZA

Un resoconto dall'evento per gli esercenti dell'area EMEA tenutosi a Barcellona

52

EVENTI

BEST MOVIE COMICS AND GAMES, UN'EDIZIONE #BOOM!

Uno sguardo all'evento milanese organizzato da Duesse Communication che ha portato oltre 7.000 visitatori

60

CINÉ 2023

CINEMA ITALIANO: È VERA REVOLUTION?

Gli interventi del convegno organizzato da Box Office durante le Giornate di Riccione

64

GALLERY

CARTOLINE DA CINÉ

I protagonisti della XII edizione delle giornate professionali estive

70

RICERCHE

LA FORZA DEI "LOCAL" IN EUROPA

L'impatto delle produzioni nazionali nei diversi mercati del Vecchio Continente in base ai report UNIC

74

GALLERY

PREMI OSCAR E STAR AL FILMING ITALY SARDEGNA FESTIVAL

Ecco le celebrità che hanno popolato la 6ª edizione della manifestazione

78

MERCATI

IN ARRIVO DALLA CROISSETTE

I film acquisiti al Marché du Film e al Festival di Cannes

IN ALLEGATO



BOXOFFICE

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

Anno XXVII N. 10
30 agosto-15 settembre 2023

Direttore responsabile

Vito Sinopoli

Responsabile di redazione Paolo Sinopoli

Redazione Valentina Torlaschi

Hanno collaborato: Cristiano Bolla, Simona Carradori, Raffaella

Giancristofaro, Juan Sarad, Fouchtmann, Giorgio Viaro

Impaginazione e fotolito Emmegi Group Milano

Responsabile coordinamento grafico Alda Pedrazzini

Coordinamento tecnico Paola Lorusso

plorusso@e-duesse.it

Traffico Elisabetta Pifferi

elisabetta.pifferi@e-duesse.it

Pubblicazione mensile 12 numeri all'anno

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

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

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

Iscrizione Registro Nazionale della Stampa

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

Stampa 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

Informativa resa ai sensi degli articoli 13 - 14

Regolamento UE 2016 / 679 GDPR

(General Data Protection Regulation)

Duesse Communication Srl, Titolare del trattamento

dei dati personali, liberamente conferiti per fornire i servizi indicati.

Per i diritti cui agli articoli 13 - 14 Regolamento UE 2016 / 679

e per l'elenco di tutti gli addebiati al trattamento, rivolgersi

al Responsabile del trattamento che è il Titolare di Duesse

Communication Srl - Via Goito, 11 - 20121 Milano.

I dati potranno essere trattati da addebiati 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.

Copyright Tutti i diritti sono riservati.

Nessuna parte della rivista può essere riprodotta

in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi

elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione

scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati,

non vengono restituiti. La redazione si è curata di ottenere

il copyright delle immagini pubblicate, nel caso in cui ciò

non sia stato possibile, l'editore è a disposizione

degli aventi diritto per regolare eventuali spetanze.

DUESSE COMMUNICATION S.R.L.

Via Goito, 11 - 20121 Milano

Tel. 02.277961 - Fax 02.27796300

Questo numero di Box Office

è stato chiuso in redazione il 31 luglio 2023

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE

SCOPRI COME ABBONARSI A BOX OFFICE



Scopri tutte le offerte
di abbonamento su:
abbonamenti.e-duesse.it

serviziobbonamenti@e-duesse.it

Tel. 02/277961



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

BOX
OFFICE
ITALIA

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



Scarica su
App Store

Scarica su
Google Play



MOSTRA INTERNAZIONALE
D'ARTE CINEMATOGRAFICA
LA BIENNALE DI VENEZIA 2023
Selezione Ufficiale

ÉLISEO ENTERTAINMENT E RAI CINEMA
PRESENTANO

DAL REGISTA DI
IL PIANISTA E L'UFFICIALE E LA SPIA

THE PALACE

UN FILM DI
ROMAN POLANSKI

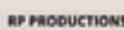
PRODOTTO DA LUCA BARBARESCHI

CON OLIVER MASUCCI FANNY ARDANT JOHN CLEESE
BRONWYN JAMES JOAQUIM DE ALMEIDA LUCA BARBARESCHI MILAN PESCHEL
FORTUNATO CERLINO E MICKEY ROURKE

COPRODOTTO DA WOJCIECH GOSTOMCZYK JEAN-LOUIS PORCHET

SCENeggiATURA JERZY SKOLIMOWSKI, EWA PIASKOWSKA, ROMAN POLANSKI MUSICHÉ ALEXANDRE DESPLAT DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA PAWEŁ EDELMAN MONTAGGIO HERVÉ DE LUZE SCENOGRAFIA TONINO ZERA COSTUMI CARLO POGGIOLI AUDIO/REGIA HUBERT ENGAMMARE CASTING TERESA RAZZAUTTI
SOUND LUCIEN BALBAR EFFETTI VISIVI BENUTS, M74, DI FACTORY ACCORDATURE E TRUCCO DIEGO PRESTOPINO, DESIRÉE CORRIDON ORGANIZZATORE GENERALE MATTEO LEURIN PRODUTTORE CREATIVO ANDREA ITALIA PRODUTTORI ESECUTIVI CLAUDIO GAETA, GIULIO CESTARI
PRODUTTORI ESECUTIVI ASSOCIATI JERZY SKOLIMOWSKI, JANUSZ HETMAN, DIETMAR DÜNTSCHE, MICHAEL KÖLMEL UNA COPRODUZIONE ITALIA SVIZZERA POLONIA FRANCIA COPRODOTTA DA ÉLISEO ENTERTAINMENT CON RAI CINEMA, CAB PRODUCTIONS, LUCKY SOB, RP PRODUCTIONS
IN COLLABORAZIONE CON ETIENNE DONTAINE E STÉPHANE RIQUITI PER AGENT DOUBLE, POLSKI INSTYTUT SZTUKI FILMOWEJ, ATLAS SZTUKI, ADAM DUDELL PER MODERATOR INWESTYCJE, JAROSŁAW FABIAŃSKI PER DIRECT-ENERGY, BENITEX BEATA RADKIEWICZ PRODUTTORE ASSOCIATO CARLA MILESI DI GREŚY

DAL 28 SETTEMBRE AL CINEMA



UNIVERSAL, CASUCCI NOMINATA OPERATIONS DIRECTOR

Dall'1 luglio Barbara Casucci ricopre il ruolo di Operations Director di Universal Pictures International Italy. Casucci è nel team italiano di Universal dal 2000. Negli ultimi 15 anni ha coordinato il doppiaggio

e l'edizione di oltre 300 titoli. Dal 2021 ha diretto il dipartimento Operations affiancata, da maggio 2022, da Gloria D'Amore. Ripoterà direttamente a Massimo Proietti, Deputy Managing Director della major.



Barbara Casucci

© courtesy of Universal Pictures

BANIJAY, PARTNERSHIP CON GREENBOO PRODUCTION

Siglata una partnership tra Banijay Italia Holding e la casa di produzione GreenBoo Production, fondata da Marco Belardi. L'accordo prevede l'acquisizione di una quota di minoranza di GreenBoo che, grazie a questo accordo, cercherà di sviluppare ulteriormente la propria crescita sia a livello locale che internazionale.

SVENDUTO THE HOT CORN

In seguito alle forti perdite economiche registrate di anno in anno dalla rivista *The Hot Corn*, nata a inizio 2018, era solo questione di tempo prima che questa chiudesse o che venisse acquisita da terzi. Ora la rivista edita da Chili (società in difficoltà dopo l'aumento di capitale volto a contenere la forte contrazione di ricavi e la chiusura di ItsArt) e diretta da Andrea Morandi è stata acquistata da Santo Versace e da Gianluca Curti, già soci di Minerva Pictures, con la nuova società The Hot Corn srl (ex Movieitaly srl), alla cifra simbolica di un euro.



© Getty Images



Robert A. Iger

DISNEY, RICONFERMATO BOB IGER

Robert A. Iger resterà alla guida di The Walt Disney Company in veste di Ceo fino al 2026. L'estensione di ulteriori due anni è stata votata all'unanimità dal Board of Directors di Disney: «questo permetterà continuità di leadership durante l'attuale trasformazione della società e permetterà di avere più tempo per portare avanti un piano di transizione con il successore, che resta una priorità per il board», recita la nota ufficiale. Tornato alla guida di Disney nel novembre 2022 dopo l'estromissione di Chapek, Iger è già stato Ceo e presidente della major dal 2005 al 2020.

© courtesy of Cinecittà



Chiara Sbarigia

CHIARA SBARIGIA È LA NUOVA PRESIDENTE APA

Presidente di Cinecittà dal 2021, Sbarigia è la prima donna in 30 anni eletta alla presidenza di Apa e succede a Giancarlo Leone. Restano in carica i quattro vicepresidenti Gabriella Buontempo (Clemart), Matteo Levi (11 Marzo Film), Giovanni Stabilini (Cattleya) e Iginio Straffi (Rainbow). Dal 2021 ricopre la carica di Presidente di Cinecittà SpA (carica che continuerà a ricoprire).

BREVISSIME

- Giulio Base è il nuovo direttore artistico del Torino Film Festival
- Tarak Ben Ammar investirà 40-50 milioni di euro in nuovi studios a Roma
- ILBE, utile netto in discesa nel primo trimestre 2023
- Le prossime giornate professionali di Sorrento si terranno dal 28 novembre all'1 dicembre
- Maria Grazia Saccà è stata nominata Ceo di Titanus Production
- Warner Bros. Discovery ha ricevuto il Filming Italy Best Movie Award Industry per il forte impegno nella produzione italiana



ARCHIMEDE e RAI CINEMA
PRESENTANO


MOSTRA INTERNAZIONALE
D'ARTE CINEMATOGRAFICA
LA BIENNALE DI VENEZIA 2023
Selezione Ufficiale

DAL REGISTA DI
GOMORRA DOGMAN E PINOCCHIO

UN FILM DI MATTEO GARRONE

IO CAPITANO

ARCHIMEDE e RAI CINEMA presentano "IO CAPITANO" di MATTEO GARRONE con SEYDOU SARR MOUSTAPHA FALL. UNA COPRODUZIONE ITALIA-BELGIO. PRODOTTO DA ARCHIMEDE CON RAI CINEMA e TARANTULA CON PATHÉ e LOGICAL CONTENT VENTURES
CON IL SUPPORTO DEL MINISTERO DELLA CULTURA CON LA PARTECIPAZIONE DI CANAL+ CINÉ+ IN COPRODUZIONE CON RTBF (TELEVISIONE BELGA) VOO-BE TV e PROXIMUS CON IL SUPPORTO DI FILM AND AUDIOVISUAL CENTER OF THE WALLONIA-BRUSSELS FEDERATION
IN COPRODUZIONE CON SHELTER PROD CON IL SUPPORTO DI TAXSHELTER.BE e ING e TAX SHELTER DEL GOVERNO FEDERALE DEL BELGIO CON LA PARTECIPAZIONE DI WALLIMAGE (WALLONIA)
AIUTO REGIA ANDREA TAGLIAFERRI BENEDETTA BARROERO CASTING FRANCESCO VEDOVATI IMAN DJIONNE CONSTANCE DEMONTOY AMINE LOUADNI EFFETTI VISIVI MPC VFX SUPERVISOR LAURENT CREUSEOT SOUND DESIGN MIRKO PERRI
MONTAGGIO DEL SUONO DANIELA BASSANI FONICO MARICETTA LOMBARDO MAKE-UP DESIGNER DALIA COLLI MUSICHE DI ANDREA FARRI EDIZIONI MUSICALI SONY MUSIC PUBLISHING (ITALY) SRL COSTUMI STEFANO CIAMMITTI
MONTAGGIO MARCO SPOLETINI ORGANIZZATORE GIAN LUCA CHIARETTI PRODUTTORE ESECUTIVO ALESSIO LAZZARESCHI SCENEGGIATURA MATTEO GARRONE MASSIMO GAUDIOSO MASSIMO CECCHERINI ANDREA TAGLIAFERRI SCENOGRAFIA DIMITRI CAPUANI
FOTOGRAFIA PAOLO CARNERA COPRODUTTORI ARDAVAN SAFAEE JOSEPH ROUSCHOP PRODUTTORI MATTEO GARRONE PAOLO DEL BROCCO PER RAI CINEMA REGIA MATTEO GARRONE

DAL 7 SETTEMBRE AL CINEMA



CONTINUA A CORRERE IL FESTIVAL DI VENEZIA

IL DIRETTORE ARTISTICO ALBERTO BARBERA HA MESSO INSIEME UNA GRANDE EDIZIONE NONOSTANTE LE RIPERCUSSIONI DELLO SCIOPERO DI SCENEGGIATORI E ATTORI. IN CONCORSO SEI PRODUZIONI ITALIANE, MENTRE TRA GLI INTERNAZIONALI FIGURANO DAVID FINCHER, MICHAEL MANN, LUC BESSON E YORGOS LANTHIMOS

CONCORSO

- *Comandante* di Edoardo De Angelis;
- *Bastarden (The Promised Land)* di Nikolaj Arcel;
- *Dogman* di Luc Besson;
- *La Bête* di Bertrand Bonello;
- *Hors-Saison* di Stéphane Brizé;
- *Enea* di Pietro Castellitto;
- *Maestro* di Bradley Cooper;
- *Priscilla* di Sofia Coppola;
- *Finalmente l'alba* di Saverio Costanzo;
- *Lubo* di Giorgio Diritti;
- *Origin* di Ava DuVernay;
- *The Killer* di David Fincher;
- *Memory* di Michelle Franco;
- *Io Capitano* di Matteo Garrone;
- *Aku Wa Sonzai Shinai (Evil Does Not Exist)* di Ryūsuke Hamaguchi;
- *Zielona Granica (The Green Border)* di Agnieszka Holland;
- *Die Theorie Von Allem* di Timm Kröger;
- *Povere creature* di Yorgos Lanthimos;
- *El Conde* di Pablo Larraín;
- *Ferrari* di Michael Mann;
- *Adagio* di Stefano Sollima

FUORI CONCORSO - FICTION

- *Coup de Chance* di Woody Allen;
- *The Wonderful Story of Henry Sugar* di Wes Anderson;
- *The Penitent* di Luca Barabareschi;
- *La sociedad de la neve* di J.A. Bayona;
- *L'ordine del tempo* di Liliana Cavani;
- *Vivants* di Alixe Delaporte;
- *Daaaaaali!* di Quentin Dupieux;
- *The Caine Mutiny Court-Martial* di William Friedkin;
- *Making of* di Cédric Kahn;
- *Aggro Dr!ft* di Harmony Korine;
- *Hit Man* di Richard Linklater;
- *The Palace* di Roman Polanski;
- *Xue Bao (Il leopardo delle nevi)* di Pema Tdesen

Dall'alto in senso orario, *Adagio* di Stefano Sollima; *Povere creature* di Yorgos Lanthimos; *Io Capitano* di Matteo Garrone; *Ferrari* di Michael Mann



LOCAL SUPPORT
AND GRANTS



PRODUCTION
GUIDE



EXTRAORDINARY
LOCATIONS



APULIA
FILM
COMMISSION

PUGLIA, SCENES TO EXPLORE

Ph Paolo Laku



www.apuliafilmcommission.it

#WEAREINPUGLIA





LMG, UNA STORIA LUNGA 65 ANNI

RIMETTERE AL CENTRO LA CREATIVITÀ, VALORIZZARE IL PRODOTTO MEDIO E FAVORIRE IL RICAMBIO GENERAZIONALE. SONO QUESTE LE URGENZE DEL CINEMA ITALIANO SECONDO **FEDERICA LUCISANO**, AMMINISTRATORE DELEGATO DI LUCISANO MEDIA GROUP, CHE CONTINUA A POTENZIARE LA PROPRIA FACTORY DI TALENTI (NON ULTIMO IL SODALIZIO CON SIANI) E CREDE IN CIRCUITI CINEMATOGRAFICI IMPRONTATI SU CONCEPT DI LUSO

di Paolo Sinopoli - foto di Riccardo Ghilardi

S

essantacinque anni di storia alle spalle, quotata in Borsa da quasi due lustri, tra i soci fondatori di Vision Distribution, secondo produttore italiano con una quota di mercato del 17% tra gennaio e giugno 2023, settimo circuito cinematografico italiano per ingressi nel 2022 e una presenza costante sul grande schermo. È questa l'anima di Lucisano Media Group, società che controlla tutte le attività di produzione cinematografica IIF - Italian International Film e le sale del circuito Italian International Movieplex. Un gruppo, guidato dall'amministratore delegato Federica Lucisano (affiancata dal padre e presidente Fulvio e dalla sorella Paola, responsabile delle produzioni televisive), che negli anni ha investito molto sui "suoi" attori e registi, riuscendo a mettere insieme una vera e propria factory di talenti, senza il timore di intraprendere nuove strade con film italiani che spaziano nel cinema di genere. Non da ultimo, va ricordato l'importante sodalizio di IIF con Alessandro Siani, che dopo *Tramite amicizia* si prepara a tornare sul grande schermo in *Succede anche nelle migliori famiglie*.

Portano il vostro marchio produzioni italiane come *Tramite amicizia* di Siani e *I migliori giorni* di Bruno e Leo che hanno lasciato il segno al box office nello scorso semestre. Siete soddisfatti dei risultati raggiunti?

Molto e siamo orgogliosi di essere stati parte integrante del processo di risalita del cinema italiano in sala, soprattutto nell'ambito della commedia. Il posizionamento di questi film è stato frutto di una lunga riflessione e abbiamo impostato una campagna marketing che ha mosso i suoi primi passi già dalle fasi iniziali della produzione. Ovviamente, se confrontati con il periodo pre-pandemico, i risultati sono ancora lontani da quelli di un tempo, ma stiamo lavorando con tutti i player, le associazioni di categoria e il Ministero della Cultura per rilanciare il cinema e rimettere la sala al centro della filiera. Analizzando le ricerche di CinExpert, purtroppo emerge con chiarezza come il pubblico più adulto sia ancora restio a tornare al cinema, favorendo così una fruizione crescente di contenuti audiovisivi nel salotto di casa. Per questo il nostro obiettivo è quello di invertire questo trend. >



Carlo Buccirosso sul set della commedia dissacrante *Totomorto* di Giovanni Dota, interpretata anche da Lino Musella



In che modo il cinema italiano può riconquistare questo target di pubblico?

Innanzitutto dobbiamo renderci conto che una disaffezione generalizzata verso un certo cinema italiano era già in corso in passato e la pandemia ha solamente accelerato questo fenomeno. Fatta questa premessa, per incentivare il ritorno in sala degli spettatori servono un'offerta appetibile, una promozione adeguata e sale in grado di garantire un alto livello di comfort. Ora la sfida più grande è sul prodotto medio, che fatica più di tutti.

Ci racconti dei progetti cinematografici in arrivo sul grande schermo.

Sono ormai terminate le riprese del nuovo film di Giampaolo Morelli, *Offline*, sequel di *Falla girare* e interpretato da Morelli, Giovanni Esposito, Ciro Priello, Fabio Balsamo e la guest star Christopher Lambert. In questo nuovo capitolo, dopo la marijuana, a sparire dalla Terra stavolta è Internet, a causa di un virus informatico. Un giorno, però, i quattro protagonisti riescono a collegarsi ad una Rete e decidono di riunirsi per riportare Internet al mondo. La commedia arriverà in sala tra il prossimo autunno e inverno. Poi abbiamo *Totomorto* di Giovanni Dota, con Carlo Buccirosso e Lino Musella, una commedia dissacrante sugli ambienti ospedalieri dove

due infermieri annoiati scommettono sulla vita e la morte di un paziente vicino al capolinea. E, infine, è la volta dell'atteso film di e con Alessandro Siani, *Succede anche nelle migliori famiglie*, che vede nel cast anche Cristiana Capotondi, DINO Abbrescia, Antonio Catania e Anna Galiena. La storia ruota attorno a Davide De Rienzo, medico fallito e volontario alla Caritas, che perde il padre e scopre che la madre si risposa con un vecchio amore. Al matrimonio, i suoi fratelli apparentemente perfetti si rivelano falsi e ipocriti, mentre lui dimostra di essere il più onesto e capace della famiglia. Porteremo Siani sul grande schermo l'1 gennaio 2024.

Mentre lato progetti in sviluppo?

Sono già in cantiere i prossimi film diretti da Massimiliano Bruno, da Davide Minella e da Giampaolo Morelli. Ma abbiamo acquistato anche i diritti dei libri *Non è un paese per single* di Felicia Kingsley, *Le distrazioni* di Federica De Paolis e *Alla festa della rivoluzione: Artisti e libertari con D'Annunzio a Fiume* di Claudia Salaris. Come IIF intendiamo spaziare tutti i generi cinematografici, sperimentando linee editoriali diversificate. Sono convinta che alla base del successo di un film ci sia sempre la forza di un concept, una storia originale; non è mai il genere a comandare, bensì l'idea.



Che bilancio fate di questi anni al fianco di Vision Distribution in veste di socio produttore?

Vision si è confermata una realtà decisiva nel panorama italiano, occupando una zona di vuoto importante e rivelandosi un player alternativo ai diversi soggetti del mercato. Di conseguenza, il bilancio non può che essere positivo. La società guidata da Massimiliano Orfei ha raggiunto quote di mercato importanti e siamo estremamente soddisfatti del lavoro svolto da Vision in questi anni per il cinema italiano. La nostra cinematografia ha bisogno di distributori attenti, capaci e che abbiano a cuore la valorizzazione del prodotto nazionale. In questo senso Vision ha assolto pienamente a questo compito, rispondendo anche a una richiesta di contenuto audiovisivo da parte di Sky.

Negli anni avete portato in sala diversi film internazionali come *Drive*, le ultime opere di Roland Emmerich e il francese *Non sposate le mie figlie 3*. Quanto punta-

te sulle acquisizioni di opere straniere?

Siamo molto selettivi, ma continuiamo ad acquisire nuovo prodotto internazionale. A Cannes, ad esempio, abbiamo chiuso un accordo per il nuovo thriller diretto e prodotto da Ron Howard, *Origin of Species*, interpretato da Jude Law, Ana De Armas, Alicia Vikander e Daniel Brühl, e per un nuovo action con Sylvester Stallone. Il nostro budget di spesa è rimasto sostanzialmente invariato negli ultimi anni, anche se non ci sono regole fisse perché a guidare le strategie e gli investimenti è sempre il prodotto. A maggior ragione, non dovendo costruire a tutti i costi una line-up internazionale, molto dipende anche dall'offerta del mercato. Normalmente acquisiamo una o due opere straniere theatrical all'anno.

Nel 2022 Italian International Movieplex - che oggi conta 6 multiplex - è stato il settimo circuito cinematografico italiano per presenze con oltre 700mila presenze. Come prevedete di chiudere il 2023?

In questo momento storico i dati sono confortanti e prevediamo a fine anno un incremento di oltre il 50% rispetto al 2022 per ogni struttura, considerato che a fine giugno eravamo a +80%. Il trend è in netta crescita, anche grazie alla campagna di Cinema Revolution a cui abbiamo lavorato insieme a tutta la filiera, alle associazioni e al MiC affinché potesse andare in porto. Noi stessi abbiamo posizionato in estate ben tre film: *Un matrimonio mostruoso* di Volfrango De Biasi, *Cattiva coscienza* di Davide Minnella e *I peggiori giorni* di Massimiliano Bruno ed Edoardo Leo. Posizionando questi tre film in estate abbiamo voluto dare un segnale importante all'industria, dimostrando di credere in questo progetto e di volerlo supportare nonostante le incognite. >

«PER INCENTIVARE IL RITORNO IN SALA DEGLI SPETTATORI SERVONO UN'OFFERTA APPETIBILE, UNA PROMOZIONE ADEGUATA E SALE CON UN ALTO LIVELLO DI COMFORT»

Sono previsti piani di espansione o di rinnovo del circuito?

A dire il vero sì. Più precisamente vorremmo implementare all'interno dei nostri cinema una sorta di modello Premium, sulla falsa riga del Luxe del circuito UCI ma anche delle nuove ristrutturazioni di The Space, che stanno registrando numeri estremamente confortanti in termini di presenze. Si tratta di un nuovo concept di lusso con poltrone reclinabili e gradoni con una visione a 360 gradi. Chi si è rinnovato nel solco di questo modello ha raggiunto risultati importanti, per questo stiamo valutando su quali delle nostre strutture intervenire. Per quanto riguarda i piani di espansione, stiamo analizzando nuovi siti in tutta Italia per valutare la presa in gestione di nuovi cinema.

L'Happy Maxicinema di Afragola (NA) vanta una delle poche sale Imax italiane. Quanto incide questa sala in termini di presenze nella struttura? E come mai le sale premium faticano a prendere piede in Italia?

La sala Imax incide mediamente intorno al 10% degli incassi complessivi della struttura e non nego che, almeno inizialmente, avevo aspettative più alte. È stata la prima sala Imax del centro-sud, percepita forse con più entusiasmo in un primo momento. Oggi sono convinta che a fare la differenza in termini di presenze sia solo un modello Premium su tutto il cinema, che significa marketing su tutto il punto vendita e non legato a un solo schermo di eccellenza. È il momento di offrire al pubblico un concept innovativo di sala cinematografica.

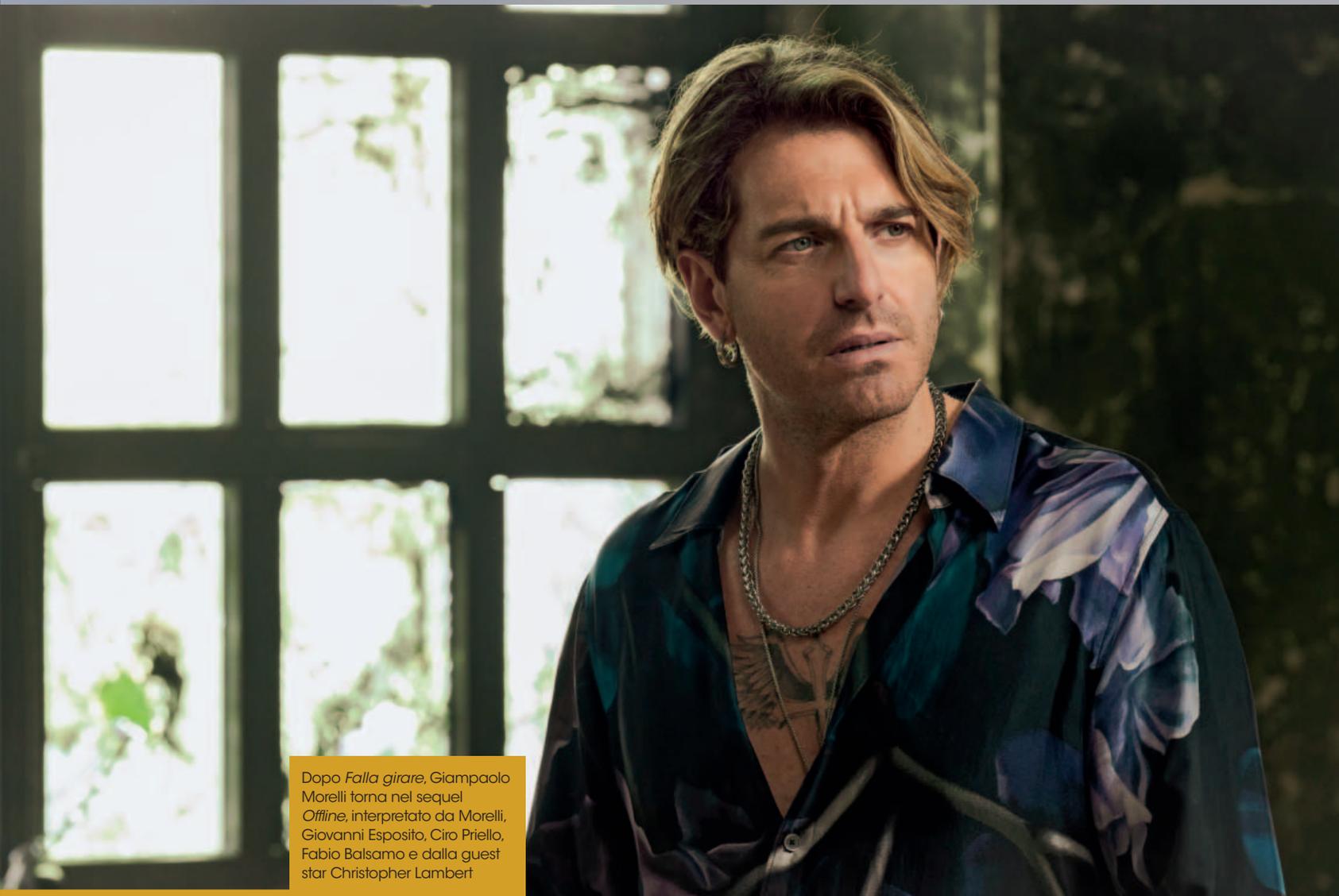
IIF ha saputo costruire una solida factory di talenti in cui, tra gli altri, rientrano Edoardo Leo, Massimiliano Bruno, Volfango De Biasi, Vincenzo Alfieri e Giampaolo Morelli. Qual è il segreto per costruire un solido rapporto di collaborazione con attori e registi?

Il segreto è sempre il dialogo, il confronto comune, l'ascolto e la comprensione delle esigenze dell'altro. Al centro di qualunque collaborazione c'è sempre un dialogo costruttivo. Non a caso mi sento costantemente con tutti i talenti; addirittura con Siani mi sentivo quotidianamente

durante la lavorazione del film. Certamente aiuta anche la lunga storia di IIF, come il track record dei nostri prodotti. Con 65 anni di storia alle spalle, siamo la società più longeva del mercato cinematografico italiano. La nostra storia è una garanzia di qualità e, allo stesso tempo, il nostro production value è ben visibile sul grande schermo ed è garanzia di successo per i talenti con cui lavoriamo. Per questo IIF è riuscita a costruire più di altre società. Inoltre, dal 2006 con *Notte prima degli esami*, tra opere prime e seconde abbiamo fatto debuttare 12 registi

sul grande schermo. Serve sempre il giusto mix tra la scoperta di nuovi talenti e il consolidamento di quelli più affermati, cercando di tracciare un percorso evolutivo per ciascuno. Sono particolarmente orgogliosa di aver lanciato Fausto Brizzi, Massimiliano Bruno ed Edoardo Leo, Davide Minnella, Vincenzo Alfieri e Giampaolo Morelli, costruendo un rapporto che negli anni si è consolidato sempre più. È fondamentale scoprire nuove leve e contribuire a farle emergere, senza contare il valore delle storie che questi talenti hanno portato in sala.





Dopo *Falla girare*, Giampaolo Morelli torna nel sequel *Offline*, interpretato da Morelli, Giovanni Esposito, Ciro Priello, Fabio Balsamo e dalla guest star Christopher Lambert

Possiamo dire che è iniziato anche un nuovo sodalizio con Alessandro Siani?

Sì e non potrei esserne più felice. Siamo sulla stessa lunghezza d'onda e abbiamo costruito un incredibile rapporto di fiducia. Ci confrontiamo moltissimo e di Alessandro mi ha stupito sin da subito la grande capacità di ascolto. Inizialmente ero un po' timida e temevo che i miei suggerimenti potessero essere percepiti come un'invasione di campo. Invece, nel tempo, ho notato che apprezzava un confronto sincero e questo ha suggellato il nostro rapporto. La libertà è essenziale, anche quella di ammettere di aver sbagliato. Nessuno di noi, del resto, ha la verità in tasca o la bacchetta magica. Avere la libertà di esprimere un pensiero che potrebbe risultare sbaglia-

to, magari porta a riflettere e a maturare un'idea migliore.

E com'è nato il rapporto con Siani?

È un aneddoto simpatico: avevo acquistato i diritti di remake di un film a cui Siani era molto affezionato e così siamo entrati in contatto. Ma l'aspetto divertente è che alla fine non abbiamo realizzato quel film (ride). A riprova di quanto detto prima, a volte un passo può condurre su una strada inaspettata, magari – come in questo caso – anche migliore di quanto pensassimo.

Oggi la maggior parte dei giovani attori/attrici vengono lanciati da fiction e serial. Non crede che si potrebbero creare percorsi più ponderati e sinergici con la Tv per fare

affermare questi talenti anche sul grande schermo?

Abbiamo una enorme necessità di ricambio generazionale ed è un'esigenza che non riusciamo a soddisfare. Certamente sarebbe importante riuscire a selezionare e a introdurre al cinema giovani talenti che si sono posti all'attenzione del pubblico attraverso prodotti televisivi di successo. Un po' il processo inverso del travaso avvenuto molti anni fa dal cinema alla Tv. Al momento siamo solo riusciti a realizzare film tratti da serie Tv, come lo spin-off di *Gomorra*, *L'immortale*. Ma manca ancora un percorso di crescita strutturato per giovani talenti che devono essere accompagnati passo passo per poter sfondare sul grande schermo. Sempre tenendo presente che sperimentazione e tentativi devono poggiare su concept importanti. È certamente un punto su cui tutta la filiera deve sentirsi chiamata in causa.

«MANCA UN PERCORSO DI CRESCITA STRUTTURATO PER GIOVANI TALENTI CHE DEVONO ESSERE ACCOMPAGNATI PASSO PASSO PER POTER SFONDARE SUL GRANDE SCHERMO»

Negli ultimi anni la forte richiesta di prodotto audiovisivo ha portato a un innalzamento generale dei costi di produzione dei film, che però restano slegati da un incremento >



Dopo *I migliori giorni*, Edoardo Leo e Massimiliano Bruno sono usciti in sala ad agosto con *I peggiori giorni*, film diretto e interpretato da loro e con un ricco cast al seguito

degli incassi in sala. Questo modello produttivo è ancora sostenibile?

Non credo siano sostenibili sul lungo periodo, ma ormai i costi sono incrementati e sarà difficile tornare indietro. Va detto, però, che questo aumento, che ormai si aggira attorno a un +30%, rischia di causare un danno irreparabile a tutta l'industria produttiva. E la voce più drammatica è quella legata alle maestranze che, a causa dell'enorme domanda, ha registrato un crescente innalzamento dei costi. Purtroppo dobbiamo fare i conti con questa realtà.

Quali saranno gli effetti collaterali di questo fenomeno?

In futuro potremmo assistere a un incremento del numero di produzioni con budget importanti, a discapito di un volume ridotto di titoli medi, categoria che già soffre in sala e che a maggior ragione non sarà più sostenibile con questi costi. Immagino avremo anche una contrazione di prodotto generale.

Esclusi alcuni prodotti di appeal, una buona fetta del cinema italiano fatica ancora a mettersi all'attenzione del grande pubblico. Ci aiuti a individuare le ragioni di questo fenomeno.

C'è sicuramente una contraddizione tra l'accoglienza positiva che questa ti-

pologia di prodotto riceve su piattaforme streaming e Tv, rispetto alla mancanza di appeal rilevata nel pubblico cinematografico. Gli incassi poco lusinghieri del prodotto medio non significano necessariamente che questi film non siano meritevoli del grande schermo. Piuttosto bisogna studiare con la filiera il modo migliore per valorizzare il prodotto medio in sala, che resta l'ossatura della nostra cinematografia e il canale privilegiato per la formazione di nuove leve. Poi, certamente, c'è anche la

responsabilità sul prodotto stesso. Nel 2006 *Notte prima degli esami* è stato un punto di svolta per questa categoria di film e abbiamo vissuto anni virtuosi in sala. Poi, però, ci siamo tutti rilassati e la creatività ha subito una battuta di arresto. Va detto, però, che questo trend è riscontrabile anche tra i grandi studios, dove si tende a concentrarsi soprattutto su brand già noti. Per questo dovremmo lavorare tutti di più su storie e concept più originali e interessanti, magari attingendo da libri ben scritti e adattabili per il grande schermo. Questo momento di appiattimento, purtroppo, non aiuta a risollevarlo il settore e bisogna prendere coscienza di aver portato in sala film che si sono rivelati delle "fregature" per il pubblico, generando disaffezione e portando a conseguenze negative nella percezione della qualità del cinema italiano per gli anni a seguire.

Ormai tutte le case di produzione italiane investono sia in cinema che in televisione. Quanto pesa un ambito rispetto all'altro nel bilancio finale della società e come si suddividono i vostri investimenti tra i due settori?

Un terzo del fatturato di IIF è rappresentato dalla fiction, ma non abbiamo una suddivisione netta del budget complessivo tra cinema e Tv, che per noi restano due mondi sinergici. Basti pensare che spesso si acquisiscono i diritti di un libro senza sapere ancora quale direzione prenderà

Federica Lucisano posa insieme ad Alessandro Siani. Dopo *Tramite amicizia*, IIF ha prodotto anche il nuovo film del comico *Succede anche nelle migliori famiglie*





«L'INNALZAMENTO DEI COSTI DI PRODUZIONE DEI FILM A + 30% RISCHIA DI CAUSARE UN DANNO IRREPARABILE A TUTTA L'INDUSTRIA PRODUTTIVA»

la produzione audiovisiva. Dipende dallo sviluppo editoriale, ma anche dal regista se ritiene la storia più adatta per il grande o per il piccolo schermo. Ad ogni modo la Tv resta un pilastro determinante per la società, ovviamente a fianco del cinema.

Siete ormai una delle poche case di produzione di proprietà completamente italiana. Valutereste eventuali richieste di acquisizione da parte di soggetti internazionali?

È vero che vale il detto “vendi, guadagna e pentiti”, ma in questo momento valutare eventuali richieste non rientra nei nostri obiettivi primari. È anche vero che dipende dalle condizioni, non solo economiche, e dalle proposte che si ricevono. In realtà sarei più propensa verso un modello di aggregazione in cui i soci si uniscono per rappresentare una quota importante di mercato e diventare un polo attrattivo sia nei confronti dei talent che dei committenti.

E, invece, valutereste di acquisire altre società cinematografiche?

Certamente, anche se dipende dalle occasioni.

Quest'anno Lucisano Media Group compie 65 anni di vita. Quali direttrici intende sviluppare e potenziare ulteriormente nel prossimo futuro?

Sicuramente intendiamo potenziare l'area dedicata a serialità e documentari, perché sul cinema siamo ormai una realtà consolidata. La fiction *Mina Settembre* ha avuto un grande successo e si è aggiudicata anche un Nastro d'Argento che mia sorella Paola, produttrice dell'opera, ha ritirato. Stiamo puntando molto sulla televisione e abbiamo già siglato accordi importanti. Poi certamente intendiamo crescere ulteriormente in ambito cinematografico. Immagino uno sviluppo della società a 360 gradi, non limitato a singole aree. **BO**

© Riccardo Ghilardi/courtesy of Lucisano Media Group (3); Chiara Calabro/courtesy of Lucisano Media Group (1); courtesy of Lucisano Media Group (4)

CALEB LANDRY JONES



MOSTRA INTERNAZIONALE
D'ARTE CINEMATOGRAFICA
LA BIENNALE DI VENEZIA 2023
Selezione Ufficiale



DOGMAN

UN FILM DI LUC BESSON

KINOLOGY e EUROPACORP PICTURES presentano una coproduzione LBP, EUROPACORP e TFI FILMS PRODUCTION

in associazione con KINOLOGY CALEB LANDRY JONES JOJO T. GIBBS CHRISTOPHER DENHAM GRACE PALMA "DOGMAN"

sceneggiatura DEJA VISE e SWAN PHAM a.r.d.a. direzione della fotografia COLIN WANDERSMAN sceneggiatura HUGUES TISSANDIER direzione artistica SERGEY LEVITAS costumi CORINNE BRIJANO a.f.c.a. produzione STEVE RABINEAU montaggio JULIEN REY

regia YVES LÉVÉQUE GUILLAUME BOUCHATEAU e STÉPHANE THÉBAUT musiche STEPHANE MORENO-CARPIO e GÉCILE DENIS montaggio THÉRRY GUILMARD direttore della fotografia ROMUALD DRAULT direttore artistico ERIC SERRA

KINOLOGY Europacorp SEGRETERIA LUC BESSON UN FILM DI LUC BESSON PRODOTTO DA VIRGINIE BESSON-SILLA LBP TFI FILMS PRODUCTION LUCKY 1 FRED

DAL 28 SETTEMBRE AL CINEMA



UN "SUPER" PRIMO SEMESTRE

BILANCIO POSITIVO PER QUESTA PRIMA METÀ D'ANNO AI BOTTEGHINI ITALIANI CHE, MESE DOPO MESE, HANNO ACCORCIATO PROGRESSIVAMENTE IL DIVARIO COL PRE-COVID, ARRIVANDO ADDIRITTURA A GIUGNO CON UN +13% SUL 2019. TRA ALCUNE STREPITOSE PERFORMANCE DEI BLOCKBUSTER HOLLYWOODIANI (IN PRIMIS *SUPER MARIO BROS.*) E UNA CERTA RIPRESA DEI TITOLI ITALIANI, CONTINUA PERÒ A MANCARE IL "PRODOTTO MEDIO" E ANCHE IL SEGMENTO D'ESSAI FA ANCORA FATICA. ECCO UNA RADIOGRAFIA DEGLI INCASSI DEI PRIMI SEI MESI DEL 2023

di Valentina Torlaschi

Alcuni dei maggiori incassi dei primi sei mesi del 2023: *Super Mario Bros. - Il film* (20,3 milioni di euro), *Fast X* (11,7 milioni) e *La Sirenetta* (11,7 milioni)



I giro di boa di metà anno, il box office italiano sta navigando con un ritmo deciso. Il bilancio del primo semestre 2023 è positivo; certo, diverse criticità rimangono (come la mancanza del cosiddetto “prodotto medio” e la fatica dei titoli d’essai soprattutto non-italiani), ma i numeri non mentono, e leggere finalmente, a giugno, il segno “+” nel paragone col pre-Covid è un traguardo davvero importante. Soprattutto perché il 2022 si era chiuso a -50%, sul pre-pandemia, marchiando l’Italia tra i Paesi europei con più difficoltà nella ripartenza post-Coronavirus.

Ma andiamo con ordine: dal 1° gennaio al 30 giugno 2023 le sale italiane hanno totalizzato 221 milioni di euro, per 32 milioni di presenze. La crescita sul – non certo esaltante – primo semestre 2022 è

nettissima: +57,8%. Sullo stesso periodo pre-pandemia (media 2017-18-19) si segna invece un -28%: se non si è dunque ancora tornati alle cifre del “vecchio mercato”, è rincuorante evidenziare il trend positivo delle nostre sale che, da un gennaio e febbraio che segnavano -36,8% e -33,9% sul 2019, sono andate migliorando nettamente mese dopo mese, arrivando a giugno a un +13%. Un trend di crescita positivo che, per gettare uno sguardo un pochino oltre il primo semestre, è stato confermato anche per il mese di luglio con il “tornado rosa” di *Barbie* che a fine mese, dopo solo 10 giorni, era arrivato a oltre 18 milioni di euro.

LA RIMONTA DEL BOX OFFICE ITALIANO

Oltre al raggiungimento del segno “+”, un altro traguardo importante che sottolinea la rimonta del box office italiano è che, nel primo semestre, gli incassi dei nostri cinema hanno superato anche quelli spagnoli: 221 milioni in Italia contro 215 milioni in Spagna. Un sorpasso significativo verso un mercato per tanti aspetti affine e comparabile al nostro, che l’anno scorso era nettamente in vantaggio: nel 2022 il Paese iberico aveva chiuso a 379 milioni di euro e noi solo a 306,6 milioni. Usiamo questo paragone proprio per evidenziare che i primi sei mesi del 2023, soprattutto da marzo in poi, hanno registrato per le nostre sale un cambio di passo ➤

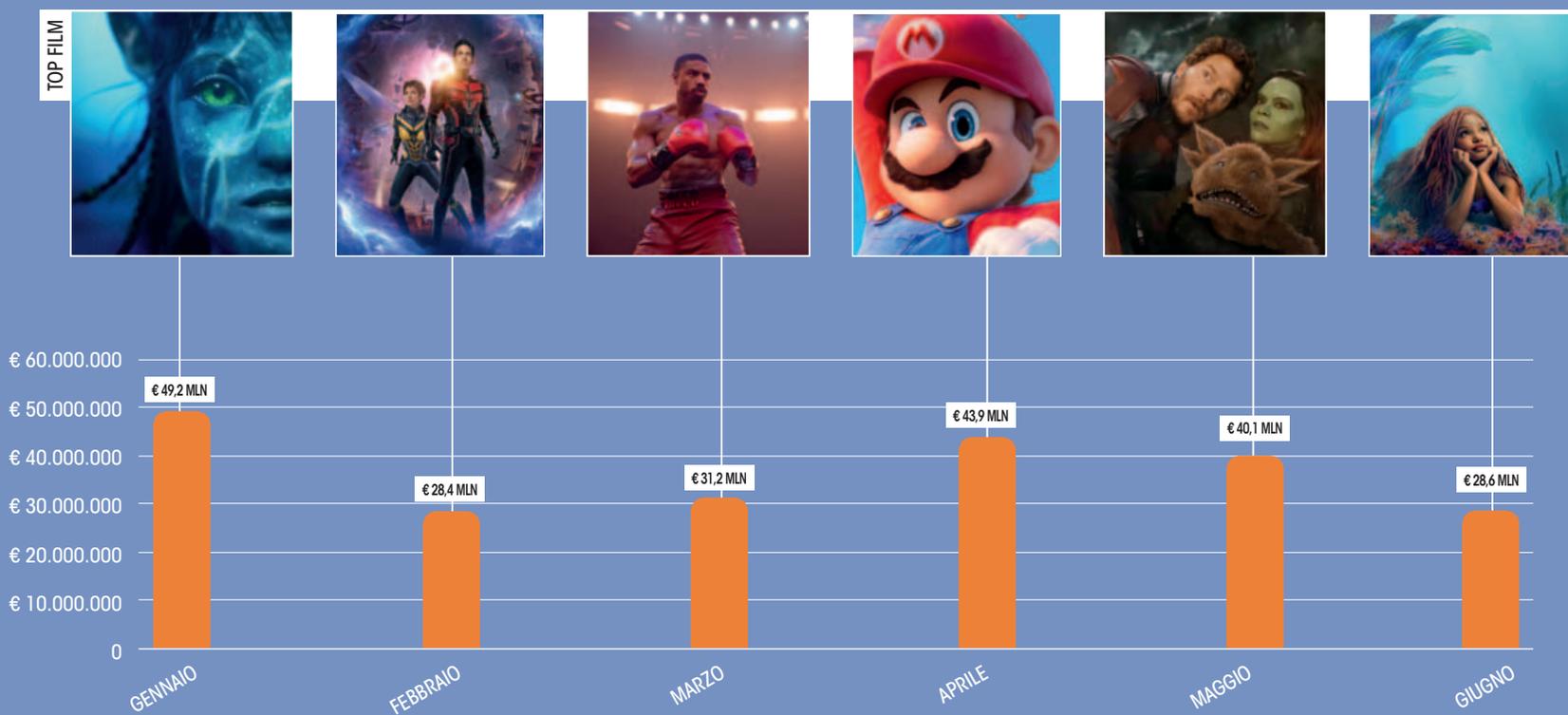




In grande, *Guardiani della Galassia Vol. 3* (10,8 milioni di euro al box office italiano). A destra *Avatar: La via dell'Acqua* (17,2 milioni raccolti nel solo 2023)

Fig. 2

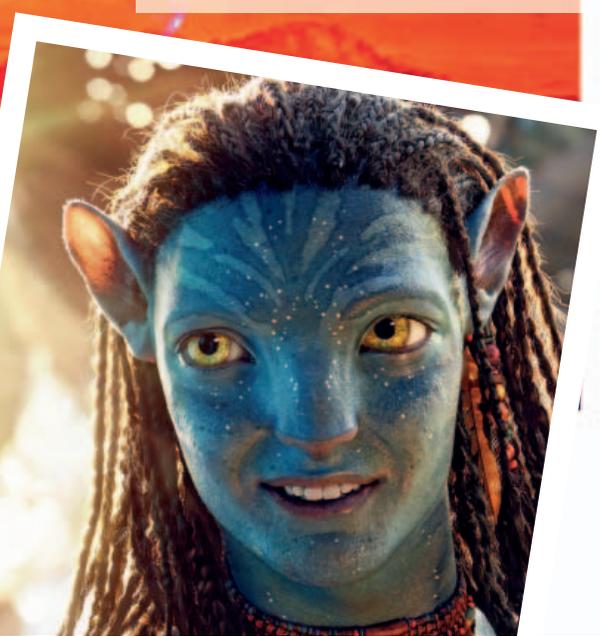
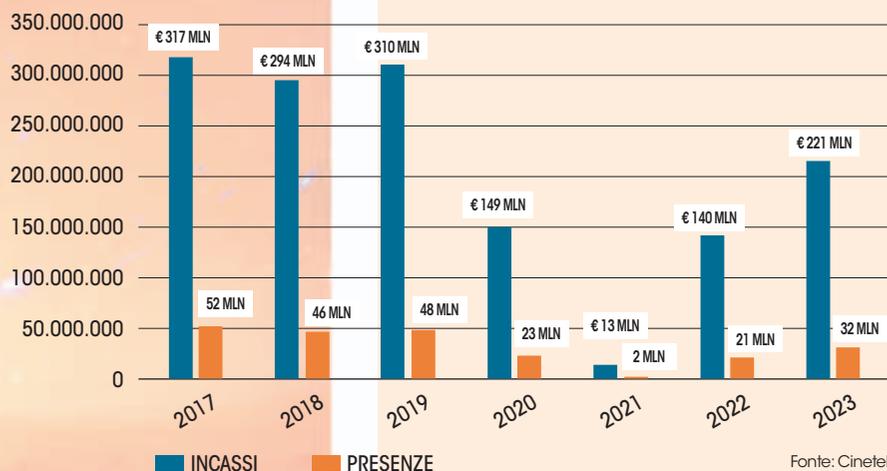
ANDAMENTO INCASSI MENSILI DA GENNAIO A GIUGNO 2023



Fonte: Cinetel

Fig. 1

INCASSI E PRESENZE IN ITALIA NEL PRIMO SEMESTRE (2017-2023) PERIODO: DAL 1° GENNAIO AL 30 GIUGNO



notevole, con l'Italia che è cresciuta del +58% sull'anno scorso, contro la Spagna del +29%. Nello scacchiere europeo, per i primi sei mesi del 2023, l'Italia è diventata dunque la quarta nazione per guadagni delle sale cinematografiche nel Vecchio Continente, dopo Francia, UK-Irlanda e Germania; Paesi, questi, però inarrivabili con numeri che sono 2-3 volte i nostri.

UN MERCATO FONDATO SUI FILM-EVENTO

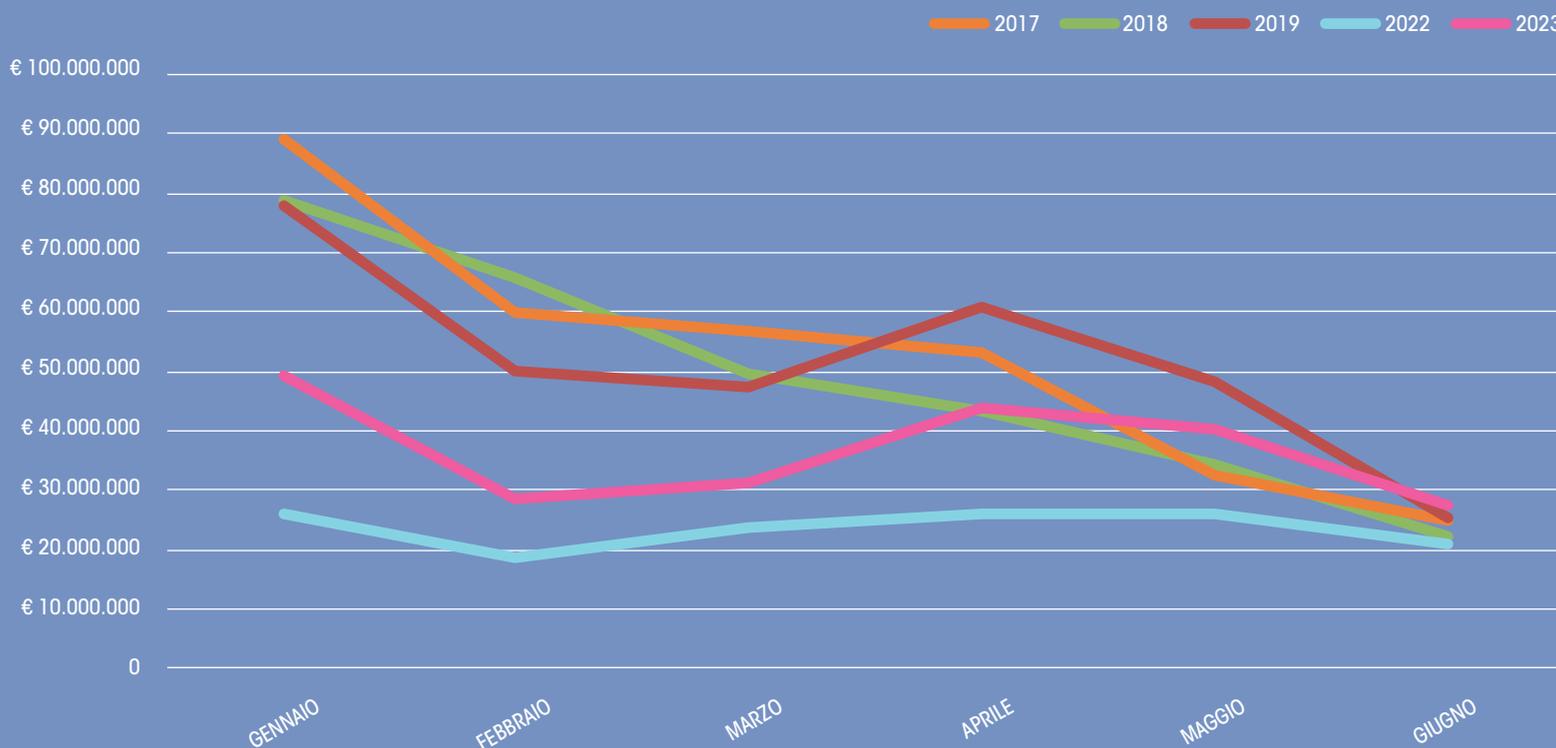
Torniamo in Italia. E andiamo a guardare il dettaglio degli incassi dei singoli film. Il titolo che ha guadagnato di più nel primo semestre 2023 è *Super Mario Bros*.

(Universal) con uno strepitoso risultato di oltre 20 milioni di euro: scommessa super-vinta per l'animazione targata Illumination/Nintendo che è riuscita ad attirare un pubblico intergenerazionale, a riaccendere l'attrattiva per il grande schermo da parte delle famiglie e a riportare in sala spettatori assenti dal pre-Covid. In seconda posizione, *Avatar: La via dell'acqua* (Disney) la cui lunghissima coda dopo l'uscita a dicembre 2022 è arrivata a 17,2 milioni, mentre chiude il podio *Fast X* (Universal) che, con 11,7 milioni conferma l'appeal della saga anche al suo decimo episodio con numeri non poi così lontani dal pre-pandemia visto che *Fast & Furious 8*, nell'aprile 2017, era arrivato a 14,7 milioni.

Oltre a quelli citati, altri due blockbuster – entrambi distribuiti da Disney – hanno abbattuto il muro dei 10 milioni: il live-action del classico animato *La Sirenetta* con 11,7 milioni e il cinecom *Guardiani della Galassia Vol. 3* con 10,8 milioni. Quest'ultimo ha battuto anche i precedenti episodi della saga Marvel che, usciti nel pre-Covid, avevano raccolto, nel 2014, 5,6 milioni di euro e, nel 2017, 7,1 milioni di euro. E *Guardiani della Galassia Vol. 3* non è stato il solo a far meglio del pre-pandemia: sono diversi, infatti, i sequel di saghe popolari che in questo ➤

Fig. 3

CONFRONTO INCASSI MENSILI 2017-2023



Fonte: Cinetel

Fig. 4

VARIAZIONE % INCASSI DEL 2023 RISPETTO AL 2019



Fonte: Cinetel

In grande, *Creed III*
(bottino di 6,8 milioni di euro nei nostri cinema).
A sinistra *John Wick 4*
(5,6 milioni di euro)

Fig. 5

I FILM ITALIANI DI MAGGIORE SUCCESSO DEL PRIMO SEMESTRE 2023 PERIODO: DAL 1° GENNAIO AL 30 GIUGNO

TITOLO	DATA DI USCITA	DISTRIBUTORE	INCASSI	PRESENZE
1 ME CONTRO TE IL FILM - MISSIONE GIUNGLA	19/01/23	WARNER BROS DISCOVERY	4.799.888 €	739.959
2 TRE DI TROPPO	01/01/23	WARNER BROS DISCOVERY	4.737.915 €	691.561
3 IL SOL DELL' AVVENIRE*	20/04/23	01 DISTRIBUTION	3.956.072 €	582.703
4 LE OTTO MONTAGNE	22/12/22	VISION/UNIVERSAL	3.825.200 €	564.847
5 L'ULTIMA NOTTE DI AMORE	09/03/23	VISION/UNIVERSAL	3.272.838 €	495.987
6 TRAMITE AMICIZIA	14/02/23	01 DISTRIBUTION	3.006.551 €	453.291
7 IL GRANDE GIORNO	22/12/22	MEDUSA FILM	2.856.008 €	408.301
8 GRAZIE RAGAZZI	12/01/23	VISION/UNIVERSAL	2.587.140 €	405.757
9 IL PRIMO GIORNO DELLA MIA VITA	26/01/23	MEDUSA FILM	2.136.506 €	330.681
10 I MIGLIORI GIORNI	01/01/23	VISION/UNIVERSAL	1.881.988 €	274.223
11 RAPITO*	25/05/23	01 DISTRIBUTION	1.613.894 €	266.216
12 STRANIZZA D'AMURI	22/03/23	BIM DISTRIB.	1.069.915 €	164.479
13 SCORDATO	13/04/23	VISION/UNIVERSAL	1.032.312 €	161.568
14 MIXED BY ERRY	02/03/23	01 DISTRIBUTION	995.720 €	148.011
15 LA QUATTORDICESIMA DOMENICA DEL TEMPO ORDINARIO	04/05/23	VISION/UNIVERSAL	883.029 €	139.058
16 IL RITORNO DI CASANOVA	30/03/23	01 DISTRIBUTION	739.795 €	117.214
17 MIA	06/04/23	01 DISTRIBUTION	761.959 €	116.840
18 IL VIAGGIO LEGGENDARIO	23/03/23	MEDUSA FILM	589.646 €	92.431
19 QUANDO	30/03/23	VISION/UNIVERSAL	584.720 €	91.932
20 ROMANTICHE	23/02/23	VISION/UNIVERSAL	526.398 €	77.035
21 LAGGIÙ QUALCUNO MI AMA	23/02/23	MEDUSA/VISION	489.733 €	75.472
22 DENTI DA SQUALO	08/06/23	LUCKY RED	235.814 €	47.104
23 TUTTI SU! BUON COMPLEANNO CLAUDIO	15/05/23	MEDUSA FILM	374.587 €	42.096
24 CHARLOTTE M. - IL FILM FLAMINGO PARTY	31/12/22	NOTORIOUS	236.770 €	36.220
25 LA PRIMAVERA DELLA MIA VITA	20/02/23	VISION/UNIVERSAL	276.172 €	35.745
26 LE VELE SCARLATTE (L'ENVOL)	12/01/23	01 DISTRIBUTION	192.423 €	32.595
27 DELTA	22/03/23	ADLER ENTERTAINMENT	202.306 €	31.915
28 LA STRANEZZA	27/10/22	MEDUSA FILM	149.127 €	31.668
29 LIGABUE - 30 ANNI IN UN GIORNO	20/03/23	VISION/UNIVERSAL	374.304 €	30.606
30 EDUCAZIONE FISICA	16/03/23	01 DISTRIBUTION	184.449 €	30.482

* Incasso aggiornato al 27/07/2023: *Il sol dell'avvenire* € 4.021.891, *Rapito* € 1.724.385

Fonte: Cinetel



Fig. 6

I MAGGIORI INCASSI DEL PRIMO SEMESTRE 2023

PERIODO: DAL 1° GENNAIO AL 30 GIUGNO

TITOLO	DATA DI USCITA	DISTRIBUTORE	INCASSI	PRESENZE
1 SUPER MARIO BROS - IL FILM*	05/04/23	UNIVERSAL	20.365.077 €	2.794.250
2 AVATAR - LA VIA DELL'ACQUA*	14/12/22	WALT DISNEY	17.200.281 €	1.912.624
3 FAST X*	18/05/23	UNIVERSAL	11.778.442 €	1.517.554
4 LA SIRENETTA*	24/05/23	WALT DISNEY	11.720.589 €	1.759.725
5 GUARDIANI DELLA GALASSIA VOL. 3*	03/05/23	WALT DISNEY	10.896.694 €	1.449.129
6 CREED III	02/03/23	WARNER BROS. DISCOVERY	6.831.511 €	917.113
7 SPIDER-MAN: ACROSS THE SPIDER-VERSE*	01/06/23	EAGLE PICTURES	5.993.804 €	951.594
8 ANT-MAN AND THE WASP: QUANTUMANIA	15/02/23	WALT DISNEY	5.974.318 €	810.442
9 JOHN WICK 4	23/03/23	01 DISTRIBUTION	5.638.874 €	745.335
10 ME CONTRO TE IL FILM - MISSIONE GIUNGLA	19/01/23	WARNER BROS. DISCOVERY	4.799.888 €	739.959
11 TRE DI TROPPO	01/01/23	WARNER BROS. DISCOVERY	4.737.915 €	691.561
12 IL SOL DELL'AVVENIRE*	20/04/23	01 DISTRIBUTION	3.956.072 €	582.703
13 LE OTTO MONTAGNE	22/12/22	VISION DISTRIBUTION	3.825.200 €	564.847
14 AIR - LA STORIA DEL GRANDE SALTO	06/04/23	WARNER BROS. DISCOVERY	3.452.265 €	485.585
15 THE WHALE	23/02/23	I WONDER PICTURES	3.431.666 €	516.229
16 L'ULTIMA NOTTE DI AMORE	09/03/23	VISION DISTRIBUTION	3.272.838 €	495.987
17 TRAMITE AMICIZIA	14/02/23	01 DISTRIBUTION	3.006.551 €	453.291
18 LA CASA - IL RISVEGLIO DEL MALE	20/04/23	WARNER BROS. DISCOVERY	3.003.674 €	386.503
19 IL GRANDE GIORNO	22/12/22	MEDUSA FILM	2.856.008 €	408.301
20 DUNGEONS & DRAGONS - L'ONORE DEI LADRI	30/03/23	EAGLE PICTURES	2.772.209 €	377.002
21 ELEMENTAL*	21/06/23	WALT DISNEY	2.744.133 €	398.536
22 L'ESORCISTA DEL PAPA	13/04/23	WARNER BROS. DISCOVERY	2.720.195 €	371.605
23 GRAZIE RAGAZZI	12/01/23	VISION DISTRIBUTION	2.587.140 €	405.757
24 TRANSFORMERS - IL RISVEGLIO	07/06/23	EAGLE PICTURES	2.576.342 €	466.783
25 BABYLON	19/01/23	EAGLE PICTURES	2.420.939 €	348.693
26 M3GAN	04/01/23	UNIVERSAL	2.304.441 €	303.445
27 THE FLASH	15/06/23	WARNER BROS. DISCOVERY	2.300.446 €	372.601
28 GLI SPIRITI DELL'ISOLA	02/02/23	WALT DISNEY	2.186.424 €	337.268
29 MUMMIE - A SPASSO NEL TEMPO	23/02/23	WARNER BROS. DISCOVERY	2.178.928 €	342.724
30 IL PRIMO GIORNO DELLA MIA VITA	26/01/23	MEDUSA FILM	2.136.506 €	330.681
31 EVERYTHING EVERYWHERE ALL AT ONCE	06/10/22	I WONDER PICTURES	2.124.302 €	316.261
32 IL GATTO CON GLI STIVALI 2 - L'ULTIMO DESIDERIO	07/12/22	UNIVERSAL	2.113.962 €	313.242
33 I MIGLIORI GIORNI	01/01/23	VISION DISTRIBUTION	1.881.988 €	274.223
34 THE FABELMANS	22/12/22	01 DISTRIBUTION	1.854.090 €	280.227
35 SCREAM VI	09/03/23	EAGLE PICTURES	1.841.407 €	249.102
36 TITANIC 25TH ANNIVERSARY - 3D	09/02/23	WALT DISNEY	1.672.868 €	175.460
37 SHAZAM! FURIA DEGLI DEI	16/03/23	WARNER BROS. DISCOVERY	1.657.807 €	242.184
38 RAPITO	25/05/23	01 DISTRIBUTION	1.613.894 €	266.216
39 THE PLANE	25/01/23	LUCKY RED	1.495.787 €	214.621
40 NON COSÌ VICINO	16/02/23	WARNER BROS. DISCOVERY	1.492.022 €	233.506
41 MAVKA E LA FORESTA INCANTATA	20/04/23	NOTORIOUS	1.237.259 €	187.767
42 INDIANA JONES E IL QUADRANTE DEL DESTINO*	28/06/23	WALT DISNEY	1.116.630 €	149.823
43 STRANIZZA D'AMURI	22/03/23	BIM	1.069.915 €	164.479
44 SCORDATO	13/04/23	VISION DISTRIBUTION	1.032.312 €	161.568
45 MIXED BY ERRY	02/03/23	01 DISTRIBUTION	995.720 €	148.011
46 ASTERIX & OBELIX: IL REGNO DI MEZZO	02/02/23	MEDUSA FILM	961.806 €	145.615
47 BUSSANO ALLA PORTA	02/02/23	UNIVERSAL	930.904 €	132.141
48 LA QUATTORDICESIMA DOMENICA DEL TEMPO ORDINARIO	04/05/23	VISION DISTRIBUTION	883.029 €	139.058
49 COCAINORSO	20/04/23	UNIVERSAL	826.527 €	110.137
50 MON CRIME - LA COLPEVOLE SONO IO	25/04/23	BIM	823.288 €	125.965
51 BTS: YET TO COME IN CINEMAS	01/02/23	NEXO DIGITAL	809.818 €	46.091
52 MAGIC MIKE - THE LAST DANCE	09/02/23	WARNER BROS. DISCOVERY	803.566 €	112.062
53 THE BOOGEYMAN	01/06/23	WALT DISNEY	773.138 €	119.323
54 MIA	06/04/23	01 DISTRIBUTION	761.959 €	116.840
55 IL RITORNO DI CASANOVA	30/03/23	01 DISTRIBUTION	739.795 €	117.214
56 I TRE MOSCHETTIERI: D'ARTAGNAN	06/04/23	MEDUSA FILM	718.422 €	105.521
57 ARGONAUTS - MISSIONE OLIMPO	09/02/23	NOTORIOUS	709.365 €	114.555
58 TAR	09/02/23	UNIVERSAL	667.893 €	104.322
59 65: FUGA DALLA TERRA	27/04/23	WARNER BROS. DISCOVERY	667.426 €	94.717
60 SUZUME	27/04/23	WARNER BROS. DISCOVERY	640.239 €	86.952
61 L'ISPETTORE OTTOZAMPE E IL MISTERO DEI MISTERI	31/12/22	EAGLE PICTURES	616.495 €	98.951
62 IL VIAGGIO LEGGENDARIO	23/03/23	MEDUSA FILM	589.646 €	92.431
63 QUANDO	30/03/23	VISION DISTRIBUTION	584.720 €	91.932
64 THE FIRST SLAM DUNK	11/05/23	PLAION PICTURES	563.312 €	69.582
65 DECISION TO LEAVE	02/02/23	LUCKY RED	526.398 €	83.184
66 ROMANTICHE	23/02/23	VISION DISTRIBUTION	526.398 €	77.035
67 LAGGIU QUALCUNO MI AMA	23/02/23	MEDUSA FILM	489.733 €	75.472
68 CLOSE	04/01/23	LUCKY RED	488.867 €	80.133
69 BEAU HA PAURA	27/04/23	I WONDER PICTURES	471.946 €	68.562
70 FIDANZATA IN AFFITTO	21/06/23	EAGLE PICTURES	462.110 €	63.973
71 BOOK CLUB 2 - IL CAPITOLO SUCCESSIVO	11/05/23	UNIVERSAL	460.894 €	69.337
72 MAURICE - UN TOPOLINO AL MUSEO	04/05/23	EAGLE PICTURES	453.170 €	69.814
73 EMPIRE OF LIGHT	02/03/23	WALT DISNEY	392.899 €	66.712
74 TUTTI SUI BUON COMPLEANNO CLAUDIO	15/05/23	MEDUSA FILM	374.587 €	42.096
75 LIGABUE - 30 ANNI IN UN GIORNO	20/03/23	VISION DISTRIBUTION	374.304 €	30.606
76 DEMON SLAYER: KIMETSU NO YAIBA - TO THE SWORDSMITH VILLAGE	02/03/23	WARNER BROS. DISCOVERY	363.140 €	49.614
77 FRANKENSTEIN JUNIOR NIGHT	27/02/23	NEXO DIGITAL	360.221 €	46.872
78 LOUIS TOMLINSON: ALL OF THOSE VOICES	24/03/23	NEXO DIGITAL	342.240 €	27.747
79 THE OFFERING	23/02/23	VERTICE360	328.904 €	45.575
80 WHITNEY - UNA VOCE DIVENTATA LEGGENDA	22/12/22	WARNER BROS. DISCOVERY	318.463 €	47.129
81 RITORNO A SEOUL (RETOUR A SEOUL)	11/05/23	I WONDER PICTURES	312.450 €	49.485
82 ANNA FRANK E IL DIARIO SEGRETO	29/09/22	LUCKY RED	310.253 €	76.453
83 L'INNOCENTE	19/01/23	BIM	304.444 €	50.675
84 THE QUIET GIRL	16/02/23	OFFICINE UBU	298.335 €	52.186
85 LOVE AGAIN	11/05/23	EAGLE PICTURES	296.745 €	43.395
86 LA PRIMAVERA DELLA MIA VITA	20/02/23	VISION DISTRIBUTION	276.172 €	35.745
87 ROGER WATERS THIS IS NOT A DRILL - LIVE FROM PRAGUE	25/05/23	NEXO DIGITAL	272.464 €	15.862
88 THE SON	09/02/23	01 DISTRIBUTION	251.563 €	42.180
89 LA FATA COMBINAGUAI	12/01/23	PLAION PICTURES	246.245 €	41.342
90 AKIRA 35TH	14/03/23	NEXO DIGITAL	244.793 €	25.552
91 ARMAGEDDON TIME - IL TEMPO DELL'APOCALISSE	23/03/23	UNIVERSAL	244.180 €	39.981
92 UN UOMO FELICE	09/03/23	TEODORA FILM S.R.L.	242.566 €	40.088
93 AS BESTAS	13/04/23	MOVIES INSPIRED	237.007 €	37.860
94 CHARLOTTE M. - IL FILM FLAMINGO PARTY	31/12/22	NOTORIOUS	236.770 €	36.220
95 DENTI DA SQUALO	08/06/23	LUCKY RED	235.814 €	47.104
96 MINDCAGE - MENTE CRIMINALE	08/06/23	MEDUSA FILM	230.746 €	47.559
97 LIVING	23/12/22	LUCKY RED	212.920 €	36.216
98 TUTTO IN UN GIORNO	02/03/23	BIM	209.573 €	35.382
99 BORROMINI E BERNINI - SFIDA ALLA PERFEZIONE	15/05/23	NEXO DIGITAL	207.594 €	23.467
100 DELTA	22/03/23	ADLER ENTERTAINMENT	202.306 €	31.915

*Incassi complessivi aggiornati al 27/07/2023: Super Mario Bros. - Il film € 20.390.090, Avatar: La via dell'acqua € 44.791.333, Fast X € 11.809.891, La Sirenetta € 11.958.164, Guardiani della Galassia 3 € 10.911.065, Spider-Man: Across The Spider-Verse € 6.403.841, Il sol dell'avvenire € 4.021.891, Elemental: € 5.727.604, Indiana Jones e il quadrante del destino € 5.741.147

Fonte: Cinetel

2023 hanno fatto numeri da pre-pandemia o anche migliori: *Creed III* è arrivato a 6,8 milioni (i precedenti episodi avevano raccolto, nel 2014, 5,6 milioni di euro e, nel 2017, 7,1 milioni); *Spider-Man: Across the Spider-Verse* ha totalizzato 5,9 milioni (più che doppiato l'incasso del primo capitolo del 2018 di 2,8 milioni); *John Wick 4* ha chiuso a 5,6 milioni (di gran lunga meglio del terzo episodio del 2019 che era arrivato a 3,2 milioni di euro).

Dopo questi primi 9 titoli, tutti grandi film-evento hollywoodiani, l'unico film che non sia una grossa produzione americana in Top 10 è il quarto film degli youtuber italiani Lui e Sofi *Me Contro Te Il Film - Missione Giungla* (Warner) con 4,7 milioni; un risultato comunque consistente che però marca una fisiologica stanchezza verso il fenomeno (sono lontani i 9,6 milioni del primo episodio nel 2020).

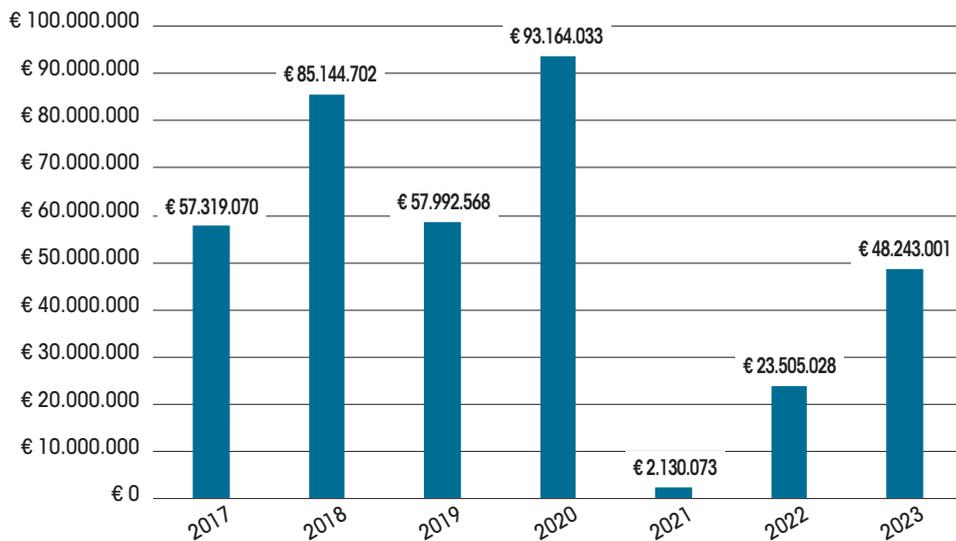
LA TENUTA DEL CINEMA ITALIANO

Parlando di film italiani, c'è subito da sottolineare che le produzioni nazionali come appunto *Me Contro Te Il Film - Missione Giungla*, e poi le commedia *Tre di troppo* con Fabio De Luigi (Warner - 4,7 milioni), *Tramite amicizia* di Siani (01 Distribution - 3 milioni) e *Grazie ragazzi* di Milani (Vision - 2,5 milioni), insieme alle code di *Le otto montagne* (Vision) e de *Il grande giorno* di Aldo, Giovanni e Giacomo (Medusa) (rispettivamente 3,8 e 2,8 milioni nel 2023 per questi titoli usciti a dicembre 2022) e a *Il primo giorno della mia vita* di Genovese (Medusa - 2,1 milioni) sono stati fondamentali per tenere in moto la ripresa nei mesi di gennaio e febbraio. Due mesi dove, oltre ad *Avatar 2*, non c'erano praticamente altri grossi titoli hollywoodiani in programmazione. Da segnalare, sul fronte dei bei risultati della produzione nazionale, quello di Nanni Moretti con i quasi 4 milioni de *Il sol dell'avvenire* (01) e di un film di genere dal respiro stilistico e produttivo internazionale come *L'ultima notte di Amore* (Vision) con 3,2 milioni.

Nei primi sei mesi del 2023, il cinema italiano ha raggiunto un incasso complessivo di 48,2 milioni di euro, ovvero -27% sullo stesso periodo nelle annate pre-Covid (media 2017-18-19). La quota di mercato è del 21%. Possiamo dire che, tendenzialmente, la produzione nazionale sta tenendo bene, anche se dall'inizio dell'anno solo 13 titoli hanno superato il milione di euro.

Fig. 7

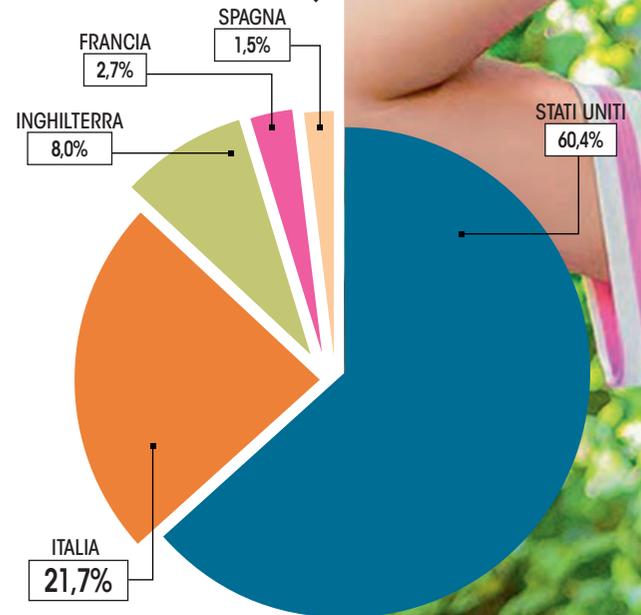
INCASSI DEL CINEMA ITALIANO PRIMO SEMESTRE (2017-2023) PERIODO: DAL 1° GENNAIO AL 30 GIUGNO



Fonte: Cinetel

Fig. 8

INCASSI 2023 PER NAZIONALITÀ PERIODO: DAL 1° GENNAIO AL 30 GIUGNO



Fonte: Cinetel

IL RITORNO DELL'ANIMAZIONE

Un aspetto positivo di questo primo semestre è stato il ritorno dell'animazione con titoli di successo che hanno riportato in sala con decisione il pubblico family. Oltre al già citato super-incasso di *Super Mario Bros.*, sono numeri significativi quelli raccolti da *Elemental* (Disney) che a fine giugno, dopo 10 gironi di program-

mazione, era arrivato a 2,7 milioni (per poi tenere benissimo nelle settimane successive con un totale di 5,7 milioni a fine luglio), ma anche dello spagnolo *Mummie - A spasso nel tempo* (Warner) con 2,1 milioni e dell'ucraino *Mavka* (Notorious) con 1,2 milioni. Il "piccolo-grande" successo di queste ultime due produzioni, che non sfruttavano saghe o brand/proprietà intel-



FOCUS CINEMA IN FESTA

Le presenze della seconda edizione della manifestazione, che si è svolta da domenica 11 a giovedì 15 giugno 2023, in confronto alla prima edizione, che si era tenuta dal 18 al 23 settembre 2022

PRESENZE II EDIZIONE (GIUGNO 2023)
1,2 MILIONI
PRESENZE I EDIZIONE (SETTEMBRE 2022)
1,1 MILIONI



I RISULTATI DELLA II EDIZIONE
+187%
RISPETTO ALLO STESSO PERIODO DEL 2022
+80%
RISPETTO ALLA MEDIA
2017-2018-2019



lettuali già famose, hanno dimostrato che la domanda per un'animazione a target family era ed è forte nel nostro mercato.

LA DIFFICOLTÀ DEL CINEMA DI QUALITÀ

Se dunque le famiglie sono finalmente tornate a popolare le sale, il target più latitante continua a essere, come anche dimostrato dalla ricerca CinExpert, quello degli over 50. Ossia il pubblico anche più legato al cinema d'essai che, infatti, in questo primo semestre ha fatto fatica: lo si vede chiaramente dalla Fig.6 dove i successi dei film di qualità, soprattutto per le produzioni non-italiane, non sono numerosi. Detto questo, alcuni film sono andati molto bene, come *The Whale* (I Wonder) che è arrivato a 3,4 milioni: quello italiano è il migliore incasso per questo titolo tra i Paesi europei.

CLASSIFICA DISTRIBUTORI

Concludendo con gli incassi per distributore, nei primi 6 mesi dell'anno, è stata Disney a ottenere il maggiore box office con 54 milioni di euro (ben 4 titoli della Top 10 sono suoi) e una quota di mercato del 24%. Non troppo lontana, con 40,2 milioni e una quota del 18% è Warner, mentre chiude il podio Universal con 36 milioni e una quota del 16%. Seguono 01 con 19,6 milioni (8,8%), Eagle con 17,9 milioni (8,1%) e Vision con 15,3 milioni (6,9%). Su una quota del 3% si trovano poi Medusa Film (3,9%) e I Wonder Pictures (con un ottimo 3,2%).

In grande, *Me contro Te - Il film: Missione Giungla* (che ha raccolto 4,7 milioni di euro). A sinistra, l'animation *Spider-Man: Across the Spider-Verse* (5,9 milioni). A destra, *Tre di troppo* (4,7 milioni)

Fig. 9

CLASSIFICA DISTRIBUTORI 2023

INCASSI DAL 1° GENNAIO AL 30 GIUGNO

	INCASSO	QUOTA DI MERCATO
WALT DISNEY	€ 54.817.969	24,76%
UNIVERSAL	€ 40.202.079	18,16%
WARNER BROS. DISCOVERY	€ 36.319.076	16,40%
01 DISTRIBUTION	€ 19.601.952	8,85%
EAGLE PICTURES	€ 17.926.163	8,10%
VISION DISTRIBUTION*	€ 15.330.782	6,92%
MEDUSA FILM**	€ 8.806.636	3,98%
I WONDER PICTURES	€ 7.244.657	3,27%
LUCKY RED***	€ 4.419.942	2,00%
BIM DISTRIBUZIONE	€ 3.151.904	1,42%
NEXO DIGITAL	€ 2.974.389	1,34%
NOTORIOUS PICTURES	€ 2.262.955	1,02%
PLAION PICTURES	€ 998.137	0,45%
ADLER ENTERTAINMENT	€ 779.052	0,35%
TEODORA FILM	€ 719.890	0,33%
MOVIES INSPIRED	€ 526.682	0,24%
WANTED CINEMA	€ 419.679	0,19%
OFFICINE UBU	€ 405.546	0,18%
ACADEMY TWO	€ 392.988	0,18%
FANDANGO	€ 329.389	0,15%
VERTICE360	€ 328.974	0,15%
CINETECA DI BOLOGNA	€ 323.852	0,15%
EUROPICTURES	€ 231.114	0,10%
TUCKER FILM	€ 151.031	0,07%

* Vision comprende Vision/Universal
 ** Medusa comprende Medusa/Notorious
 *** Lucky Red comprende L.Red/Universal

Fonte: Cinetel

© Universal Pictures (2), The Walt Disney Company (7), Warner Bros. Discovery (2), 01 Distribution (1)

L'ARTICOLATO MONDO DELLA PRODUZIONE

LA RESPONSABILE PRODUZIONE CINEMATOGRAFICA DI RAI CINEMA, **SAMANTA ANTONNICOLA**, OFFRE UNO SPACCATO DEL SUO MONDO E DIPINGE UN ACCURATO AFFRESCO DELLA SITUAZIONE IN CUI VERTE IL CINEMA ITALIANO. E PER AGEVOLARE IL RICAMBIO GENERAZIONALE E RISTABILIRE UN CONTATTO CON IL GRANDE PUBBLICO HA DIVERSE PROPOSTE...

di Paolo Sinopoli



Sopra, Marco Tullio Giordana sul set del suo *La vita accanto*; sotto, Margherita Buy durante le riprese del suo primo film da regista, intitolato *Volare*, che la vede anche nel cast

e c'è una persona in Rai Cinema che sa soppesare la qualità e la production value di un film per il grande schermo, valutandone accuratamente pregi e difetti, questa è Samanta Antonnicola, responsabile produzione cinematografica della società guidata da Paolo Del Brocco. Una figura che vanta una lunga esperienza in questo campo, forte di una grande capacità di analisi e, soprattutto, di concretezza. Perché quando si deve avviare la produzione di un film è essenziale entrare in tutti gli aspetti dell'opera, siano essi qualitativi, editoriali o finanziari, senza poter lasciare nulla al caso.

Quali sono gli ingredienti che ritiene essenziali per dare il via a una nuova produzione cinematografica?

Valutiamo la qualità di ciascun elemento del film. Dalla storia, che intercetti le esigenze del pubblico, piccolo o grande che sia, alla regia, dalla sceneggiatura al cast artistico e tecnico. Il confezionamento deve essere adeguato al racconto e la verifica del budget è sostanziale. Anche un low budget deve avere una production value congrua. Basilare è la figura del produttore indipendente che affianchiamo nello sviluppo produttivo ed editoriale del film attraverso un dialogo aperto e franco con gli autori. Rai Cinema interviene nei film entrando in coproduzione con quote molto diversificate e sempre minoritarie, o mediante il preacquisto dei soli diritti free. La solidità del produttore e del piano finanziario, spesso costruito con partner pubblici e privati, italiani e stranieri, è essenziale.

Negli ultimi anni il cinema italiano ha incrementato la produzione di film di genere, tra alti e bassi. Quali sono ancora le criticità attorno a questi titoli e come migliorare?





Alcuni autori come G. Mainetti, D. Carrisi, i Manetti Bros, A. Di Stefano si sono contraddistinti sia in sala sia all'estero. Altri sono stati meno fortunati. Forse perché il genere puro risponde a ricette puntuali. L'autorialità può muoversi dentro a parametri precisi che garantiscono l'intrattenimento di qualità necessario a tenere lo spettatore incollato allo schermo. Occorre un lavoro accurato di scrittura prima di andare sul set, con il genere non si improvvisa. Rivedere come i maestri del genere hanno creato le regole del gioco può essere utile.

Quali sono oggi le voci che incidono maggiormente nel budget di un film e quali conseguenze ha lasciato la pandemia in questo ambito?

I budget di produzione sono aumentati del 30% circa a causa di una maggiore produzione di serie e film stranieri sul nostro territorio dovuta all'esigenza crescente di contenuti. La piena occupazione del settore è positiva ma i film costano di più e il personale tecnico e artistico è difficile da reperire. Le piccole produzioni non riescono a tenere i costi al livello del periodo pre-pandemico, soprattutto in film a medio/basso budget, e il finanziamento di questi titoli diventa più difficile.

Può presentarci le principali produzioni cinematografiche targate Rai Cinema in sviluppo?

Recentemente sono terminate le riprese di numerosi film tra i quali *The Return* di Uberto Pasolini, *Iddu* di Fabio Grassadonia e Antonio Piazza, *The Opera* di David Livermore e Paolo Gec Cucco, *Gloria!* di Margherita Vicario, *La vita accanto* di Marco Tullio Giordana, *Volare* di Margherita Buy, *US Palmese* dei Manetti Bros. E stiamo lavorando, tra gli altri, ai nuovi progetti di Gabriele Muccino, Pietro Marcello, Francesca Comencini, Leonardo Di Costanzo, Gianni Amelio, Pupi Avati, Paolo Taviani, Maura Del Pero, Laura Samani, Andrea Segre, Paola Randi, Alessio Rigo de Righi e Matteo Zoppis.

Come giudica lo stato di salute della produzione italiana, sia come qualità che alla luce dei risultati al box office dell'ultimo anno?

La salute c'è indubbiamente ma la performance può migliorare. A fronte dei buoni risultati di diversi film come *La* ➤

stranezza, *Le otto montagne*, *Il colibrì*, *Dante*, *L'ombra di Caravaggio*, *Il signore delle formiche*, *Tre di troppo*, *L'ultima notte di Amore*, *Il sol dell'avvenire* e *Rapito*, ve ne sono molti che faticano a imporsi in sala. Paradossalmente soffre maggiormente il prodotto medio rispetto a quello art house. E spesso la sala perde la competizione con il divano di casa.

Gran parte dei film italiani che escono in sala faticano a intercettare il pubblico. È un problema di sovrapproduzione produttiva, di comunicazione, o di qualità artistica?

È evidente che la quantità di titoli in sala è superiore alla domanda. Occorre diversificare il tipo di sfruttamento a seconda della tipologia di film. Il tema della qualità non si pone sui film meno riusciti, che sono sempre esistiti, ma su quei titoli che nonostante il valore artistico non raggiungono il risultato auspicato. La comunicazione diventa cruciale. Sostenere il film con un piano mirato e con i suoi talenti attivi nella promozione contribuisce a incrementarne l'incasso. Rimane dirimente la scelta della storia. Storie identitarie ma di ampio respiro, che si rivolgano a un pubblico esteso, che emozionino facendo riflettere, sono quelle raccontate dai film che hanno raggiunto buoni risultati commerciali.

Come si potrebbe innescare un processo virtuoso di ricambio generazionale, accompagnando nella crescita i giovani talenti in un percorso di largo respiro?

Scommettere sulle opere prime è fondamentale. Accogliere giovani autrici e autori, ma anche giovani realtà produttive, è strategico. Da questo bacino escono i nuovi talenti. Aiutarli a consolidarsi nella seconda o terza opera è generalmente la fase più delicata, ma rinsaldare la fiducia a chi si è distinto con un buon esordio è doveroso e va stimolata la cre-



Sopra, una scena di *U.S. Palmese* dei Manetti Bros.; a sinistra i registi David Livermore e Paolo Gep Cucco sul set di *The Opera* insieme a Vincent Cassel; in fondo *Gloria!* diretto dall'esordiente Margherita Vicario



scita artistica anche orientando le scelte editoriali su progetti più ambiziosi del primo.

Concorda con chi dice che il percorso festivaliero è sempre un passaggio fondamentale per alimentare l'attesa verso un nuovo titolo in sala?

Il festival illumina il film, il passaggio diventa cassa di risonanza mediatica. La partecipazione a un festival di rilievo è un merito, una medaglia. A maggior ragione, in un periodo di affollamento produttivo dove anche i festival, nonostante si arricchiscano di nuove sezioni, faticano ad assorbire la grande quantità di titoli candidati, il fatto di venire selezionato è un inenarrabile *plus*.

La stranezza ha dimostrato l'importanza di unire le forze sia a livello artistico, riunendo attori e comici famosi, sia a livello produttivo. Secondo lei ci sono le condizioni perché questo non resti un caso isolato?

La stranezza è un film da case study e dimostra che al servizio di una storia convivono felicemente talenti generalmente prestati a generi diversi. In molti

tenteranno la stessa formula ma va tenuto presente che realizzare una "stranezza" sta nell'arte di far coesistere gli elementi nella grazia dell'equilibrio. Dal punto di vista produttivo l'unione ha fatto la forza e la farebbe nuovamente in altri progetti dove ciascuna parte porta valore. L'auspicio è che questa commistione sia d'ispirazione ad altri progetti.

Quali sono le responsabilità produttive di una società pubblica come Rai Cinema?

Rai Cinema ha diverse anime: servizio pubblico vuol dire promuovere la cultura nella pluralità e trasparenza ma anche essere competitivi sul mercato. I nostri film devono comporre un piano articolato che unisca giovani talenti, autori consolidati e grandi maestri con film che girino il mondo attraverso festival importanti e vendite internazionali, che si impongano al botteghino e su tutta la filiera con ricavi soddisfacenti. La selezione delle proposte è complicata. Ne riceviamo centinaia l'anno e le nostre risorse ci permettono di finanziarne, a vario titolo, meno del 10%. Il nostro lavoro, purtroppo, consiste anche nel rifiutare progetti, alle volte buoni. **BC**



© Cristina Ghergo/courtesy of Rai Cinema (1); courtesy of Rai Cinema (5)



FARA IN SABINA (RIETI)



VITERBO (VITERBO)



ARPINO (FROSINONE)



GAETA (LATINA)

ROMA
LAZIO
FILM
COMMISSION

MADE FOR CINEMA WHERE CINEMA IS MADE

Roma Lazio Film Commission at
80TH VENICE INTERNATIONAL FILM FESTIVAL - Lido di Venezia, 30.8 - 9.9.2023
HOTEL EXCELSIOR - ITALIAN PAVILION AND VENICE PRODUCTION BRIDGE

WWW.ROMALAZIOFILMCOMMISSION.IT



REGIONE LAZIO

ROMA



Italian Film Commissions

ITALY for MOVIES

Capital Region of Rome
CRC
A European Network

cine regio

filming Europe

afci ASSOCIATION OF FILM COMMISSIONERS INTERNATIONAL

PIRATERIA: CALO TRA I GIOVANI

IN UNO SCENARIO DOVE IL CONSUMO ILLECITO TRA LA POPOLAZIONE ADULTA (PARI AL 42%) RIMANE STABILE, SCENDE INVECE DI 4 PUNTI PERCENTUALI QUELLO TRA LE NUOVE GENERAZIONI. E SE I FILM RIMANGONO IL CONTENUTO PIÙ PIRATATO, IL VERO BOOM È QUELLO DEI CONTENUTI SPORTIVI. ECCO I DATI DELLA RICERCA A CURA DI IPSOS, COMMISSIONATA DALLA FEDERAZIONE PER LA TUTELA DELLE INDUSTRIE DEI CONTENUTI AUDIOVISIVI E MULTIMEDIALI, SULLA PIRATERIA IN ITALIA NEL 2022

a cura di Fapav



S

ono i dati sulle nuove generazioni a rafforzare l'idea che in un futuro non troppo lontano si possano raccogliere i frutti delle campagne di sensibilizzazione per la lotta all'illegalità: nonostante i giovani siano tra i maggiori fruitori delle nuove tecnologie, fortunatamente l'innovazione non va di pari passo con l'accrescere delle attività illecite che possono danneggiare il mondo del cinema, della televisione e dello sport. Più critici sono, invece, i dati legati allo sport live, ambito in cui si registra un forte incremento del numero di atti di pirateria. E i film continuano a ottenere il triste primato come contenuto più piratato. Questo è lo scenario sintetico emerso dai dati della ricerca Fapav/Ipsos.

Sin dal 2009 Fapav ha commissionato ad Ipsos degli studi di approfondimento sul fenomeno della pirateria. Dal 2016 a oggi, la collaborazione tra Fapav e Ipsos ha dato vita ad un Osservatorio annua-

le finalizzato a valutare la dimensione del fenomeno illecito in Italia sia tra il pubblico adulto sia tra gli adolescenti, considerando la pirateria nelle sue diverse forme e contenuti, approfondendone motivazioni e consapevolezza dei danni.

NEL 2022, +9% DI ATTI ILLECITI

I dati dell'ultima indagine Fapav/Ipsos confermano un'incidenza complessiva della pirateria stabile tra la popolazione adulta, pari al 42%, ma contestualmente registrano una crescita nel numero di contenuti audiovisivi piratati: si stimano nel 2022 circa 345 milioni di atti illeciti, 30 milioni in più rispetto all'anno precedente (+9%).

I CONTENUTI PIÙ PIRATATI

Come anticipato, l'incremento rispetto al 2021 è spinto soprattutto dallo sport live, che fa registrare un aumento del +26% degli atti di pirateria nell'ulti- ➤

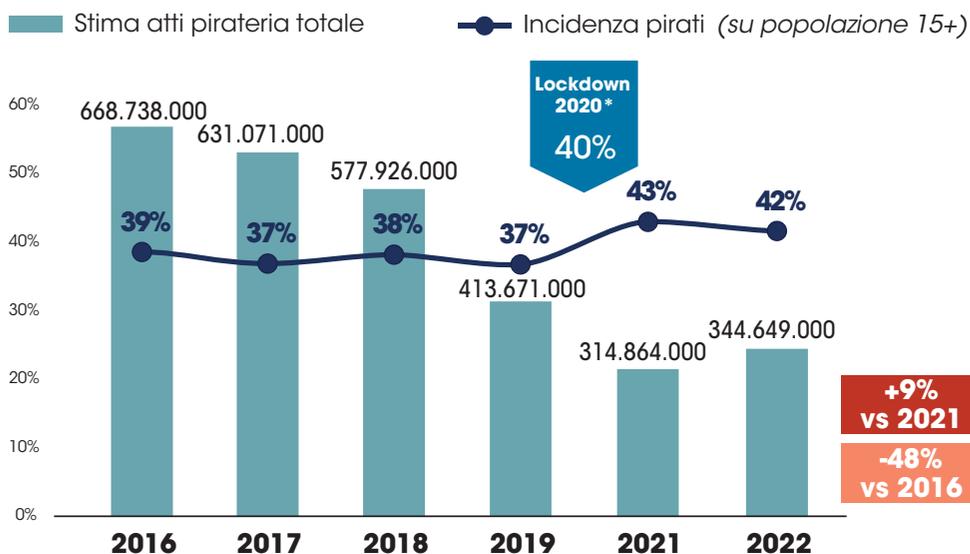
LA RICERCA

La ricerca "La Pirateria Audiovisiva In Italia 2016-2022" è stata realizzata da Ipsos per conto di FAPAV - Federazione per la Tutela dei Contenuti Audiovisivi e Multimediali utilizzando un campione di 1.004 interviste online a soggetti rappresentativi della popolazione italiana dai 15 anni in su. È stato redatto anche un focus specifico sui ragazzi tra i 10 e i 14 anni, intervistando 140 soggetti. Dal 2019, il report ha scorporato il dato della pirateria di sport live da quello dei programmi Tv.

Fig.1

LA PIRATERIA TRA GLI ADULTI IN ITALIA (2016-2022)

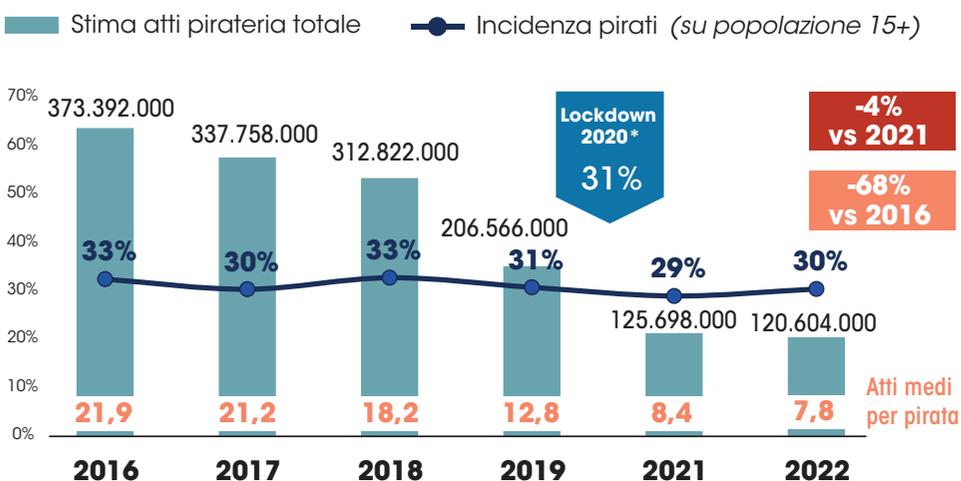
Totale film, serie / fiction, programmi televisivi e sport live



* NOTA: fonte ricerca FAPAV-Ipsos La pirateria audiovisiva ai tempi della pandemia

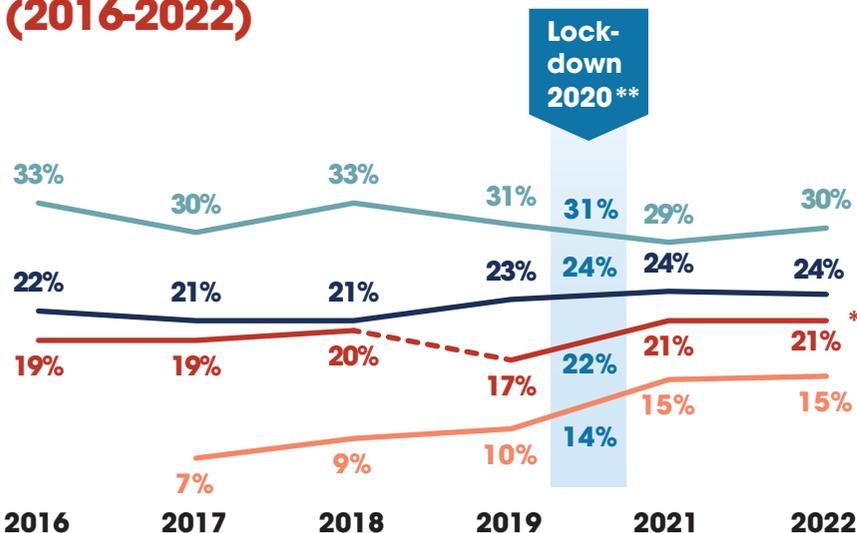
Fig.2

LA PIRATERIA DI FILM (2016-2022)



* NOTA: fonte ricerca FAPAV-Ipsos La pirateria audiovisiva ai tempi della pandemia

LA PIRATERIA PER CONTENUTO (2016-2022)



* NOTA: i dati relativi ai programmi tv 2016-2018 contengono anche lo sport live; a partire dalla rilevazione 2019 lo sport live è stato scorporato dai programmi tv.

** NOTA: fonte ricerca FAPAV Ipsos La pirateria audiovisiva ai tempi della pandemia (per lo sport live si mostra il dato post lockdown in quanto in precedenza i campionati sono stati sospesi)



I film sono piratati dal 71% dei pirati totali



Le serie/fiction sono piratate dal 57% dei pirati totali



I programmi tv sono piratati dal 52% dei pirati totali



Gli sport live sono piratati dal 36% dei pirati totali

mo anno ed è l'unico contenuto che evidenzia un trend complessivo di crescita rispetto alle ultime indagini. Seguono i programmi tv, con un +20% rispetto al 2021 e le serie/fiction, che nell'ultimo anno vedono incrementare gli atti di pirateria del +15%.

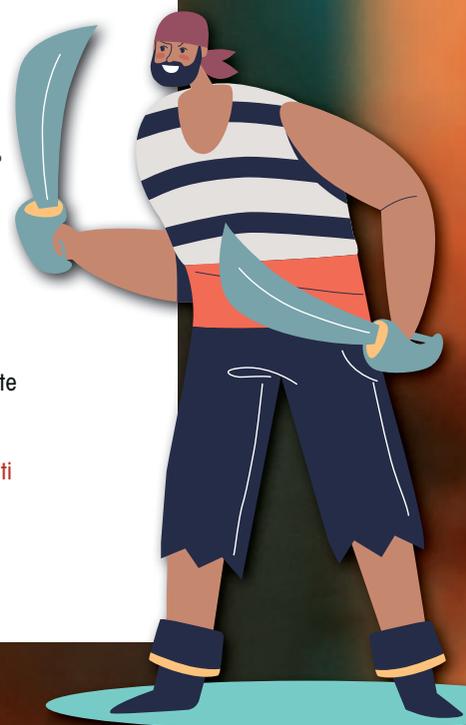
I film si confermano essere, ancora una volta, il contenuto più piratato: il 35% degli atti di pirateria audiovisiva (oltre 120 milioni) riguarda film, ma il trend, sia rispetto allo scorso anno sia in un'ottica di medio periodo, è in calo (-4% vs. 2021; -68% vs. 2016).

MODALITÀ DI FRUIZIONE

I dati Ipsos evidenziano che tra le modalità di fruizione dei contenuti illegali, la pirateria digitale si conferma essere la principale con il 39% di incidenza, dato stabile rispetto allo scorso anno. Segue a lunga distanza la pirateria indiretta (cioè il prestito di copie fisiche o digitali piratate o la visione da amici), che dopo la forte diminuzione avvenuta tra il 2018 e il 2021, si assesta attorno al 12%. Infine, la pirateria fisica, con il 9% di incidenza, resta la modalità meno utilizzata.

GLI ADOLESCENTI

Da notare il trend inverso tra gli adolescenti: nel corso del 2022 quasi la metà dei 10-14enni (47%) ha commesso almeno un atto di pirateria audiovisiva, ma tale incidenza è in arretramento rispetto al 2021 (-4pp) e la stima degli atti di pirateria non raggiunge i 25 milioni (nel 2018 erano oltre 31 milioni).





L'ESORCISTA

I L C R E D E N T E

DAL 12 OTTOBRE #SOLOALCINEMA



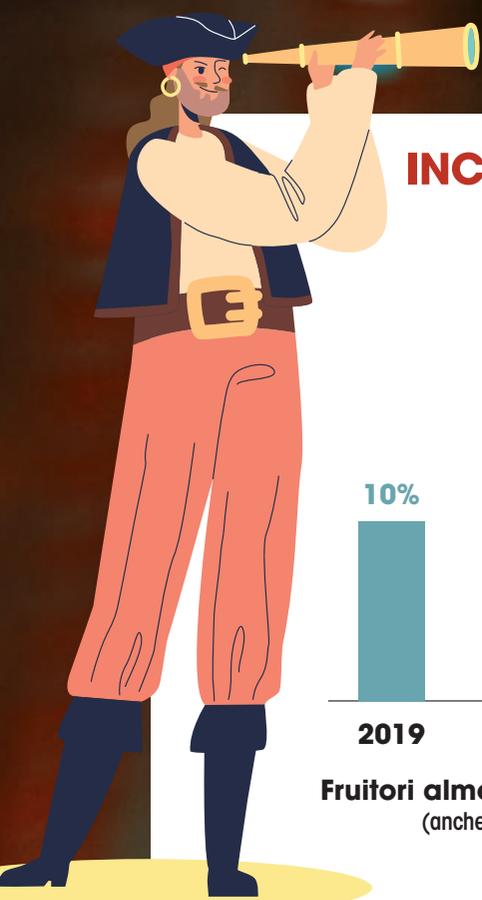
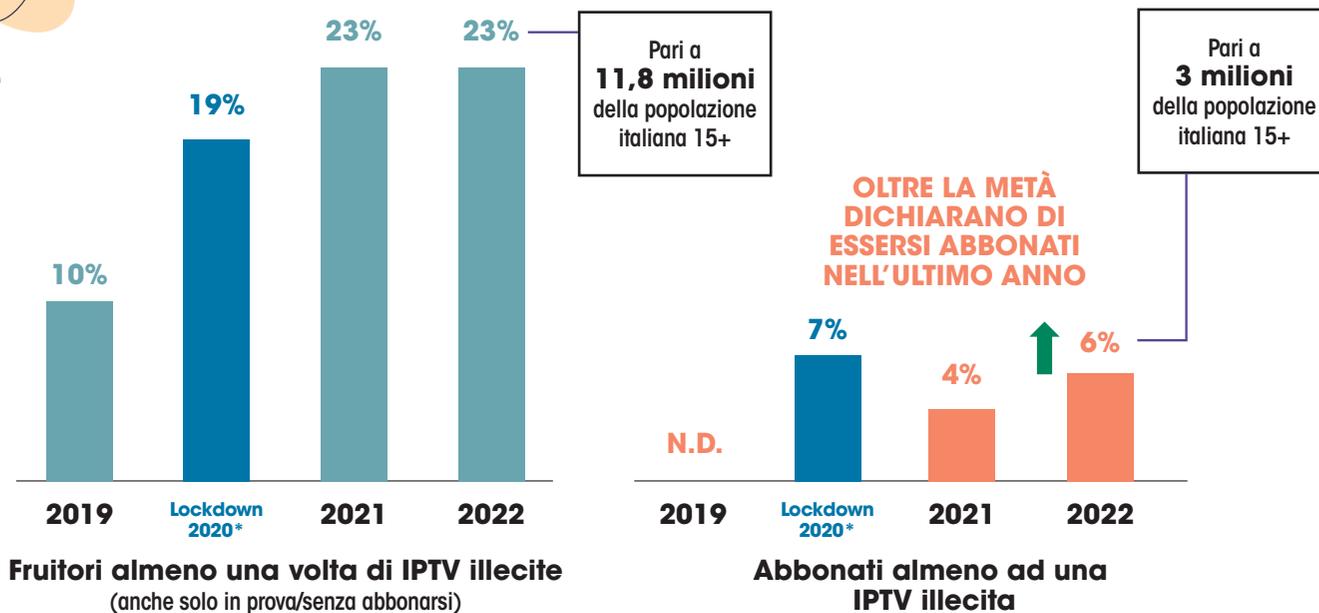


Fig.4

INCIDENZA TOTALE E ABBONAMENTI DELLE IPTV ILLECITE



* NOTA: fonte ricerca FAPAV-Ipsos La pirateria audiovisiva ai tempi della pandemia

DETERRENZA, SENSIBILIZZAZIONE E CONSAPEVOLEZZA

Per quanto riguarda la deterrenza, i dati dell'ultima ricerca confermano che l'oscuramento dei siti si rivela una misura efficace: il 40% dei pirati adulti ha incontrato almeno una volta un sito bloccato e tra loro la metà si è di conseguenza rivolta ad alternative legali (49%, +6pp vs. 2021).

La consapevolezza di commettere un reato tra gli utenti del web è diffu-

sa (l'81% tra i pirati adulti), una buona metà di questi però non ritiene probabile l'essere scoperti e puniti. Coerentemente con quanto rilevato in passato, i pirati di contenuti audiovisivi sono più concentrati tra gli under 35 (39% vs 27% del totale popolazione), tra coloro che hanno un livello di istruzione più elevato (21% di laureati vs 18% del totale popolazione) e tra gli occupati (61% vs 54% del totale popolazione). Si riscontra inoltre una leggera prevalenza degli uo-

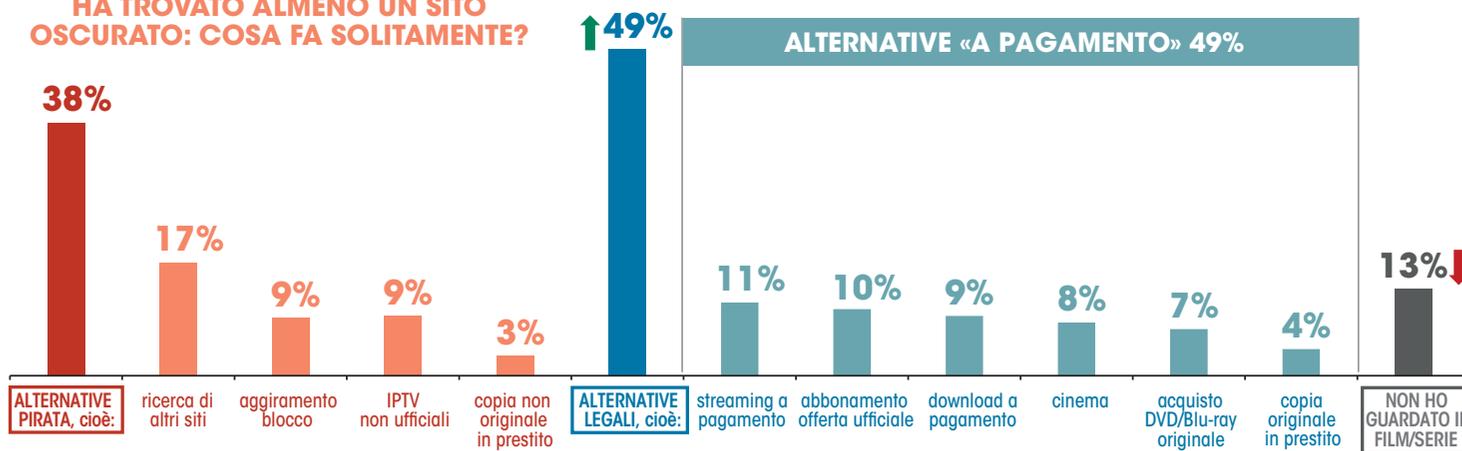
mini sulle donne (53% di uomini e 47% di donne).

Sensibilizzazione e consapevolezza sono, pertanto, le parole chiave necessarie per l'educazione del pubblico di qualsiasi età, rendendolo parte integrante della lotta alla pirateria, con lo scopo di tutelare i professionisti delle industrie audiovisive e preservare il futuro dell'intero settore. Alle attività di comunicazione si sommano poi gli altri pilastri della lotta alla pirateria: le azioni di ➤

Fig.5

EFFICACIA DELLA DETERRENZA

IL 40% DEI PIRATI ADULTI HA TROVATO ALMENO UN SITO OSCURATO: COSA FA SOLITAMENTE?



Base: pirati a cui è capitato di incontrare siti oscurati, 17%

↑ ↓ Differenze vs 2021

I WONDER
PICTURES

Unipol Biografilm
COLLECTION

SECONDO SEMESTRE
2023

www.iwonderpictures.com

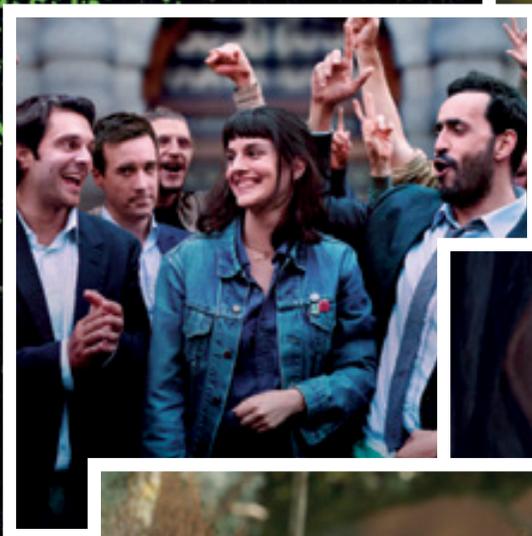
Instagram Facebook TikTok | Wonder Pictures

**UN ANNO
DIFFICILE**

di Olivier Nakache
e Eric Toledano

con Jonathan Cohen,
Noémie Merlant,
Pio Marmai

TFF
TORINO FILM FESTIVAL



**LA VERITÀ
SECONDO
MAUREEN K.**

di Jean-Paul Salomé
con Isabelle Huppert, Marina Foïs,
Yvan Attal



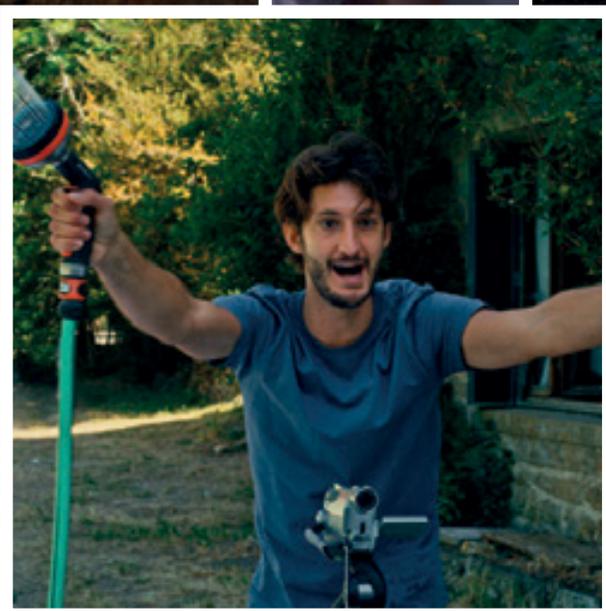
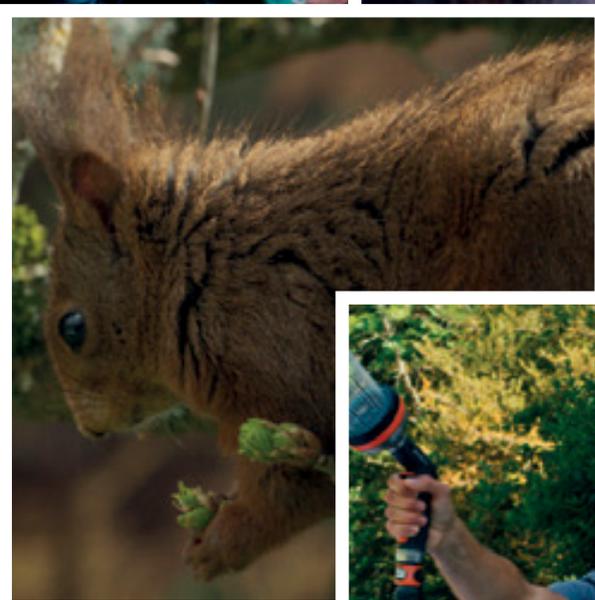
**L'INVENZIONE
DELLA
NEVE**

di Vittorio Moroni
con Elena Gigliotti,
Alessandro Averone,
Anna Bellato



**LA QUERCIA
E I SUOI ABITANTI**

di Laurent Charbonnier
e Michel Seydoux



**IL LIBRO
DELLE
SOLUZIONI**

di Michel Gondry
con Pierre Niney,
Vincent Elbaz,
Blanche Gardin

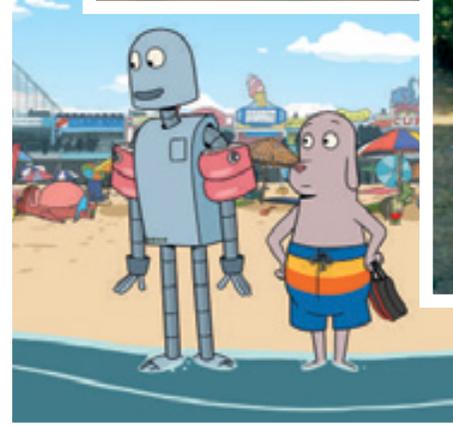


**ROBOT
DREAMS**

di Pablo Berger



FESTIVAL DI CANNES 2023
PROIEZIONE SPECIALE



**THE ANIMAL
KINGDOM**

di Thomas Cailley
con Romain Duris, Paul Kircher,
Adèle Exarchopoulos



FESTIVAL DI CANNES 2023
UN CERTAIN REGARD
SELEZIONE UFFICIALE
FILM DI APERTURA



**ANTICIPAZIONE
2024**

**LA ZONA
D'INTERESSE**

di Jonathan Glazer



FESTIVAL DI CANNES 2023
GRAN PREMIO SPECIALE DELLA GIURIA

DA 10 ANNI

DIVERSAMENTE INDIPENDENTI

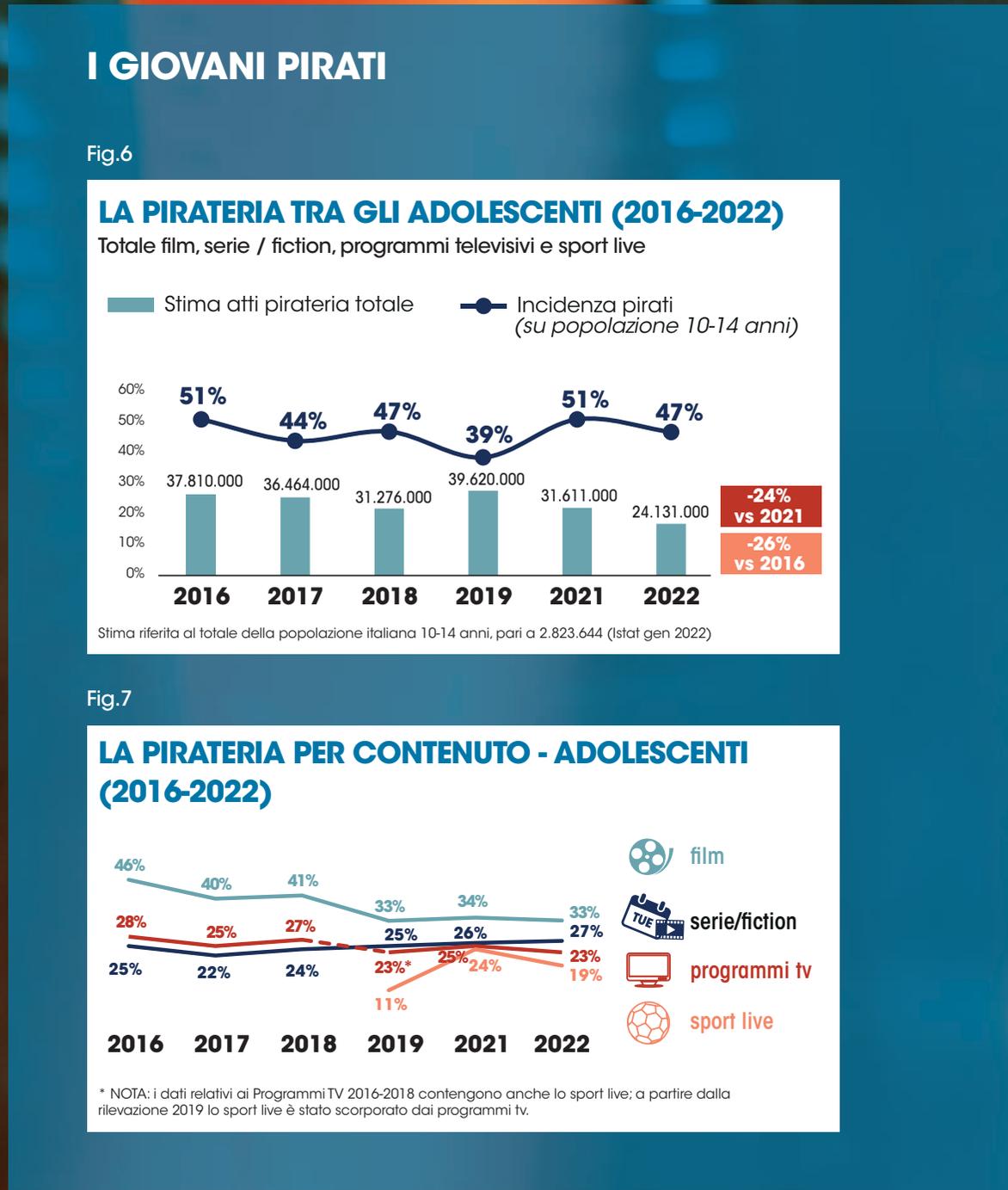


contrasto portate avanti dalle Istituzioni e dalle Forze dell'Ordine e lo sviluppo dell'offerta legale, sempre più variegata e vicina agli spettatori.

LA NUOVA LEGGE E LA FORZA DELLE CAMPAGNA

Come possiamo combattere il fenomeno della pirateria alla luce dello scenario delineato? Federico Bagnoli Rossi, Presidente Fapav - Federazione per la tutela delle Industrie dei Contenuti Audiovisivi e Multimediali, risponde così: «A luglio è stata approvata la nuova legge antipirateria, a firma degli Onorevoli Mollicone e Maccanti, che conferisce ulteriori poteri all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) per bloccare, con un intervento entro 30 minuti, le piattaforme che diffondono illecitamente contenuti trasmessi in diretta, prime visioni di opere cinematografiche e audiovisive, eventi sportivi o altri programmi di intrattenimento. Oltre alle necessarie azioni di enforcement continuiamo a promuovere attività di sensibilizzazione e educazione a sostegno della legalità».

Sono infatti due le campagne messe a punto recentemente dalla FAPAV nell'ambito delle strategie di comunicazione: "Il Cinema Siete Voi", dedicata al pubblico in sala e contro il fenomeno del camcording, ovvero l'illecita registrazio-



ne dei film al cinema, promossa in collaborazione con Anec, AnicaA e Mpa, e "We Are Stories 2", a supporto dell'industria audiovisiva, promossa insieme a Anec, Anica, Apa, Mpa e Univideo e presentata in anteprima proprio durante

la Mostra del Cinema di Venezia. Questa iniziativa è composta da una serie di spot con protagoniste alcune giovani professioniste che raccontano come il loro amore per l'audiovisivo le abbia spinte a realizzare i loro sogni.


MOSTRA INTERNAZIONALE
D'ARTE CINEMATOGRAFICA
LA BIENNALE DI VENEZIA 2023
Selezione Ufficiale

VISION DISTRIBUTION, INDIANA PRODUCTION, GABBUSTERS e RAI CINEMA
presentano

ALESSANDRO
GASSMANN

CLAUDIA
GERINI

EDOARDO
LEO

KSENIA
RAPPOPORT

RICHARD
SAMMEL

VALENTINA
CERVI

FABRIZIO
RONGIONE

FRANCESCA
INAUDI

ANGELIQA
DEVI

CON LA PARTECIPAZIONE DI
ANGELA
MOLINA

L'ORDINE DEL TEMPO

UN FILM DI
LILIANA CAVANI

DAL 31 AGOSTO AL CINEMA



MIC
6+



INDIANA

GAB

Rai Cinema

Director General
CINEMA
MUSEUM

shelter prod

BELGIAN
TAX
SHELTER

ING

prime video

sky

VISION
DISTRIBUTION

VISION DISTRIBUTION & THE APARTMENT
PRESENTANO


MOSTRA INTERNAZIONALE
D'ARTE CINEMATOGRAFICA
LA BIENNALE DI VENEZIA 2023
Selezione Ufficiale

PIETRO
CASTELLITTO

BENEDETTA
PORCAROLI

GIORGIO
QUARZO GUARASCIO

CHIARA
NOSCHESE

CON
SERGIO
CASTELLITTO



E N E A

UN FILM DI
PIETRO CASTELLITTO

CON PIETRO CASTELLITTO, GIORGIO QUARZO GUARASCIO, BENEDETTA PORCAROLI, CHIARA NOSCHESE, GIORGIO VENTURINI, ADRIANO DI NINO, VALTER BRANCAMORE, SERGIO CASTELLITTO, CON SERGIO CASTELLITTO,
CASTING FRANCESCO FERRARO, MUSICHE ANDREA VESICCI, SCENARI PIETRO CASTELLITTO, ALESSANDRO PALMERINI, MONTAGGI DI GIANFRANCO BIANCHI, GIANFRANCO BIANCHI, GIANFRANCO BIANCHI, GIANFRANCO BIANCHI,
ORGANIZZAZIONE GIANFRANCO BIANCHI, COPIE COPIA, PRODOTTORE GIANFRANCO BIANCHI,
IN COLLABORAZIONE CON GIOVANE FILM, IN COLLABORAZIONE CON SKY, IN COLLABORAZIONE CON PRIME VIDEO, PRODOTTO DA THEATRO MIO, LICA, ORGANIZZAZIONE, SCENARI E REGIA DI PIETRO CASTELLITTO



PROSSIMAMENTE AL CINEMA



CATTELEYA PRESENTA

PIERLUIGI GIGANTE
TERESA SAPONANGELO
BARBORA BOBULOVA
ALESSANDRO PIAVANI
E CON **ANTONIA TRUPPO**

E CON LA PARTECIPAZIONE SPECIALE DI **IAIA FORTE**

NATA PER TE

REGIA DI **FABIO MOLLO**

CATTELEYA presenta una produzione CATTELEYA e BARTLEBY FILM in collaborazione con VISION DISTRIBUTION
MINISTERO DELLA CULTURA in collaborazione con SKY con il contributo di REGIONE CAMPANIA e FUND COMMISSION REGIONE CAMPANIA
NATA PER TE regia di FABIO MOLLO con PIERLUIGI GIGANTE TERESA SAPONANGELO BARBORA BOBULOVA ALESSANDRO PIAVANI
GIUSEPPE PIRRO SILVIO MARICHELLI e con ANTONIA TRUPPO e con la partecipazione speciale di IAIA FORTE
sceneggiatura e regia FABIO MOLLO con LUCA MERCADANTE e LUCA FORNARESE coproiezione con GIORGIO ENRIQUEZ EDITORE
diretto da FABIO ANDREOTTI e GIULIA CALENDA sceneggiatura di FABIO ANDREOTTI GIULIA CALENDA FABIO MOLLO con GIULIA PILLI FRANCESCA COTICCI
sceneggiatura ANNA GARGIULO con MARCA PIZZARINI con la partecipazione di PIERGIUSEPPE FANZULLI per la produzione SIMONA DE LAURENTIS
montaggio CLAUDIO CEFARINISCO direzione artistica FILIPPO MONTENAPOLI musiche di GIORGIO CAMPA direzione artistica FRANCESCA COTICCI immagine grafica ALESSIA SINISGALLI
distribuzione e promozione CACIMMO BARBERI produzione esecutiva SANDRA BONACCISI produzione artistica ARANWA DE CHIARA LUCILLA CRESALDO
produzione MASSIMO DI BACCO LINDA NAPOLITANO produzione di RICCARDO TOZZI GIOVANNI STROBEL MARCO CIMONE FRANCESCA L'INGARDO regia di FABIO MOLLO

DAL 28 SETTEMBRE AL CINEMA



ASCOLTARE CON GLI OCCHI

IL CINEMA DEL REALE TORNA A MILANO **DAL 14 AL 17 SETTEMBRE** CON LA 9ª EDIZIONE DEL FESTIVAL INTERNAZIONALE DEL DOCUMENTARIO **VISIONI DAL MONDO**. IN PROGRAMMA 38 ANTEPRIME, EVENTI, ROUNDTABLE E LA SEZIONE INDUSTRY VISIONI INCONTRA. OSPITE D'ONORE, ROBERTO ANDÒ

"Ascoltare con gli occhi". È questo il tema della 9ª edizione del Festival Internazionale del Documentario **Visioni dal Mondo** che, ormai da quasi un decennio, porta a Milano il meglio della produzione non-fiction nazionale e internazionale. «Questo concetto di *sentire con la vista* non è un ossimoro gratuito. In un mondo audiovisivo in cui anche l'animazione per bambini segue ritmi frenetici, alla continua ricerca di "adrenalina per gli occhi", noi pensiamo si debba tornare all'ascolto delle storie per saperle comprendere e poterle condividere» ha sottolineato il direttore artistico del Festival Maurizio Nichetti. Gli fa eco Francesco Bizzari, ideatore e Presidente di **Visioni dal Mondo**: «È un invito a sintonizzare la mente, gli occhi e il cuore per vivere intensamente e comprendere nel profondo i film documentari che raccontano la vita con un linguaggio audiovisivo completamente libero».

ANTEPRIME E OSPITI

Di film documentari, **Visioni dal Mondo** 2023 ne propone 38, per una quattro-giorni di immersione nel cinema del reale dal 14 al 17 settembre, che, proiezione per proiezione, porterà in viaggio gli spettatori tra i grandi temi di attualità, in primis la guerra con l'anteprima di *The Rise of Wagner*. Ma ci sarà spazio anche per le grandi biografie del mondo dello sport e della musica con *Meneghin. Storia del più grande cestista di tutti i tempi* e *The Stones & Brian Jones*, film di apertura firmato dall'acclamato regista inglese Nick Broomfield.

E ancora, la rivoluzione genomica, il futuro nello Spazio, l'arte e la cultura underground, l'immigrazione e i rifugiati, i diritti delle minoranze.

Da ricordare che le proiezioni saranno accompagnate dalla presenza in sala dei registi che risponderanno alle curiosità del pubblico. Ospite d'onore sarà invece il regista e scrittore Roberto Andò che, reduce dal successo di *La stranezza* (5,6 milioni di euro di incassi e film italiano di maggior successo del 2022), terrà un incontro sul suo rapporto con il cinema del reale.

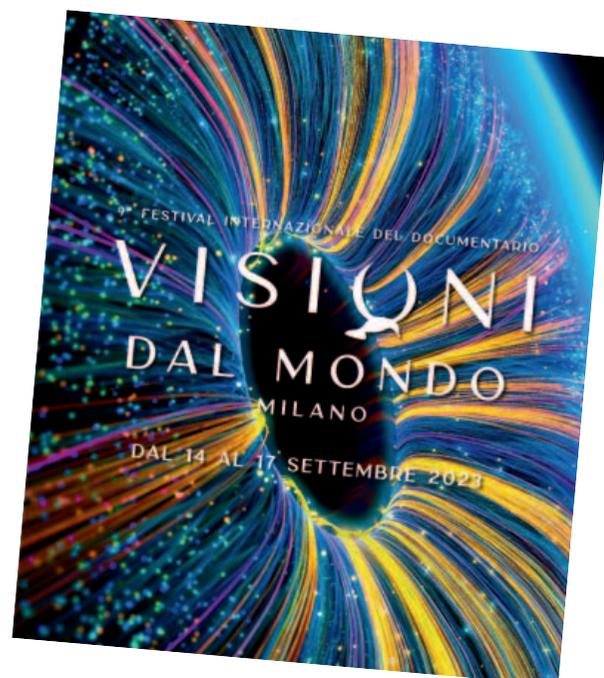
LE SEZIONI DEL FESTIVAL

Per il 2023, le sezioni del Festival sono: *Concorso Italiano*, con 20 documentari nazionali; *Concorso internazionale*, con 9 documentari di produzioni indipendenti straniere; *Panorama Fuori Concorso Eventi Speciali* con la proiezione di alcuni dei più prestigiosi documentari realizzati in questa stagione o in anteprima assoluta. Inoltre, la seconda edizione di *Visioni VR* dedicata alla realtà virtuale, al Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia, e che vede in Concorso anche *Italian Baba* diretto da Elio Germano insieme a Omar Rashid.

IL MONDO INDUSTRY A VISIONI INCONTRA

Oltre ai film documentari già ultimati, **Visioni dal Mondo** è ormai diventato una vetrina importante anche per i progetti in lavorazione o

in fase di sviluppo finale. Grazie infatti alla sezione Industry di Visioni Incontra (in programma il 14 e 15 settembre, sempre curata da Cinzia Masòtina, responsabile dell'advisory e coordinamento), gli addetti ai lavori potranno scoprire nuovi progetti in work in progress o in final development. Saranno dunque presentati 20 progetti di documentario che parteciperanno al Concorso principale, oltre a quello, Fuori Concorso, di *My Mafia Family* di Giorgio Carella (vincitore del Premio Visioni Incontra al Bio to B 2023, gli Industry Days del Biografilm Festival). In programma anche un panel sulle attività di Lombardia Film Commission e un workshop sull'utilizzo e implicazioni dell'Intelligenza Artificiale nell'industria creativa e dell'audiovisivo. E tornano infine anche le due sessioni di Speed Date Corner, in cui le imprese, produttori e autori non selezionati in Concorso potranno incontrare Film Commissions, Film Funds, produttori, distributori e commissioning editors nazionali e internazionali.



©Courtesy of Visioni dal Mondo (2), Gettyimages (1)

FESTIVAL INTERNAZIONALE DEL DOCUMENTARIO VISIONI DAL MONDO

MILANO, DAL 14 AL 17 SETTEMBRE 2023

PRESSO IL TEATRO LITTA, LA CINETECA
MILANO ARLECCHINO, IL MUSEO
NAZIONALE SCIENZA E TECNOLOGIA
LEONARDO DA VINCI

Le proiezioni sono fruibili anche online da tutta Italia su www.visionidalmondo.it attraverso le sale web della piattaforma streaming MYmovies

Patrocinato da RAI, dall'Associazione dell'autorialità cinetelvisiva 100autori, CNA Cinema e Audiovisivo, con il supporto dell'Assessorato alla Cultura del Comune di Milano.

Main sponsor: GKSD Investment Holding Group. Sponsor:

BNL BNP Paribas e Pirelli. Media partner: Rai Cultura, Rai Documentari. Radio Media Partner: Radio 24.

Sotto, il film di apertura *The Stones & Brian Jones* di Nick Broomfield sulla vita del musicista Brian Jones e, a destra, *Meneghin. Storia del più grande cestista di tutti i tempi* sulla carriera di Dino Meneghin. Nel bollo, l'ospite d'onore del Festival Roberto Andò



CINEEUROPE: DAL CONTENUTO ALL'ESPERIENZA

ANCHE QUEST'ANNO GLI ESERCENTI DELL'AREA EMEA (EUROPA, MEDIO ORIENTE E AFRICA) SI SONO INCONTRATI CON I PRODUTTORI, I DISTRIBUTORI E LE MAJORS AMERICANE, IN UN EVENTO ALL'INSEGNA DELL'OTTIMISMO, CHE HA RIVENDICATO LA MODERNIZZAZIONE DELLE SALE, IL PRIMATO DELL'ESPERIENZA E LA SOSTENIBILITÀ COME STRUMENTO PER CONTINUARE A CONQUISTARE IL PUBBLICO. ZENDAYA, OLIVIA COLMAN E TIMOTHÉE CHALAMET HANNO DATO IL TOCCO A FINALE A UN EVENTO PIÙ AFFOLLATO CHE MAI, IN CUI L'INDUSTRIA HOLLYWOODIANA HA MOSTRATO I PROPRI MUSCOLI

di Juan Sardà Frouchtmann

Se e l'anno scorso CineEurope inaugurò il ritorno alla normalità dopo la pandemia, con la partecipazione di quasi 2.000 delegati, l'edizione 2023 è stata quella dei record e dell'ottimismo assoluto, nonostante l'industria debba ancora affrontare grandi sfide. Oltre 4.000 operatori, soprattutto esercenti e distributori, hanno partecipato al macro-congresso organizzato da The Film Expo Group a Barcellona tra il 19 e il 22 giugno. Un evento che si svolge su 9.500 metri quadrati e funge anche da convention annuale di Unic, l'associazione che riunisce gli esercenti di 39 Paesi europei. Al Trade Show erano presenti più di 70 stand di aziende, dai

produttori di poltrone cinematografiche a quelli di popcorn e di sistemi audio. Inoltre, è stato annunciato che CineEurope continuerà a svolgersi a Barcellona almeno fino al 2028.

Non sono stati solo i dati di affluenza e l'atmosfera di CineEurope a dare adito all'ottimismo. Il presidente Unic, Phil Clapp, ha presentato, come ogni anno, il Rapporto Annuale con cifre incoraggianti, che invitano a dimenticare anche l'idea di una semplice "ripresa" per superare i numeri precedenti alla pandemia. "Dopo due anni di sconvolgimenti", ha dichiarato Clapp, "il 2022 segna un importante cambio di marcia nel settore fieristico europeo,



inviando un chiaro segnale del desiderio del pubblico di tornare al grande schermo”.

UN'ESPERIENZA A CINQUE STELLE

CineEurope si è aperto in grande stile con un appassionante dibattito dal titolo “Attirare il pubblico e il futuro dell’industria dell’esercizio”, al quale hanno partecipato numerosi esponenti di spicco del settore, tra cui Andrew Cripps, presidente della distribuzione internazionale di Warner, Eddy Duquenne, CEO di Kinopolis, Tim Richards, CEO di Vue International e Susan Wendt, direttore esecutivo di TrustNordisk. Una conclusione chiara, ascoltando i relatori, è che l’unico modo per competere con la visione in sala è garantire un’esperienza a cinque stelle al cliente, dall’acquisto del biglietto, al servizio bar, alle condizioni tecniche della proiezione, al comfort delle poltrone.

Duquenne, CEO di Kinopolis, ha dichiarato: “Non è tanto il contenuto, quanto l’esperienza. I clienti si aspettano di più dal cinema e sono disposti a pagare di più se miglioriamo l’esperienza”. Il dirigente invitò a puntare su una programmazione “attiva e creativa” che tenga conto del pubblico e “non si

limiti a proiettare ciò che portano i grandi studios”. Richards di Vue vede il bicchiere mezzo pieno: “Abbiamo l’opportunità storica di reinventarci completamente. Dobbiamo fare qualcosa di speciale che abbia un impatto duraturo sul settore”. Tutti si sono espressi a favore di un miglioramento dei rapporti con le major americane: “Finora produttore, distributore ed esercente hanno lavorato separatamente”, ha detto Wendt di Nordisk, “e d’ora in poi dobbiamo ini-

ziare a lavorare insieme”.

Cripps di Warner è stato schietto: “Ogni visita al cinema è importante e rilevante. Dobbiamo occuparci di tutto, dal suono al servizio clienti. Possiamo fare meglio e non è più accettabile che i clienti escano dalla sala insoddisfatti”. Il dirigente ha suggerito un ritorno al 3D per differenziare ulteriormente l’esperienza al cinema da quella a casa, ed è stato molto positivo sull’aumento del “premium”. Cripps, ottimista, ha comunque osservato che “i film che funzionano stanno dando buoni risultati, se non migliori, rispetto a prima della pandemia, ma quelli che non funzionano stanno andando peggio di prima”.

Richards, invece, ha valorizzato le nuove poltrone reclinabili come un “game changer”, aggiungendo che i cinema dovranno investire molto nei prossimi anni per rimanere competitivi. L’idea – non respinta da Cripps – che le majors dovrebbero rilasciare “marchi di qualità” a determinati cinema, è stata lasciata in sospenso.

Lucy Jones, direttrice esecutiva di Comscore, poco prima, dopo aver presentato nel dettaglio i dati del box office europeo degli ultimi mesi, ha sottolineato una serie di tendenze chiave nello scenario post-pandemia, come il boom del cinema premium, il successo senza fine di franchise che addirittura migliorano i loro risultati a ogni nuovo sequel come *John Wick* o *Creed*, il chiaro ritorno delle famiglie in sala per vedere i principali titoli di animazione o diretti al pubblico infantile, e la solidità dei film per adulti rispetto all’enorme concorrenza delle piattaforme.

SOSTENIBILITÀ

Se c’è stato un tema cruciale che ha attraversato CineEurope, è stata la necessità di rendere le sale cinematografiche sempre più sostenibili. La scomparsa dei “vecchi” bicchieri di plastica con cannucce sembra essere la conseguenza più imminente che gli spettatori vedranno, ma sarà solo l’inizio di una vera e propria “rivoluzione verde” che sarà plasmata anche dalle leggi ➤

La versione spagnola (e italiana) della rivista *Box Office* era distribuita direttamente all’evento di CineEurope



nazionali e dalle direttive dell'UE. In occasione di un seminario organizzato da Coca-Cola sulla sostenibilità, Nick Gault, European Away from Home Customers Director, ha presentato le nuove tazze riutilizzabili che presto sostituiranno i vecchi modelli più inquinanti. La questione del loro prezzo, della facilità del lavaggio o della porzione di bevanda che verrà somministrata, ha animato i dibattiti.

La sostenibilità non si esaurisce con i bicchieri riciclabili. La progettazione stessa dei cinema potrebbe subire una rivoluzione con l'emergenza di nuove costruzioni modulari. Nel corso di una conferenza, Stefanie Discher, CEO di InventaCinema, ha auspicato un nuovo modello "a basse emissioni di carbonio" in cui la riduzione dei costi delle sale modulari darà vita a cinema più dinamici e moderni, che potrebbero trarre vantaggio dall'uso di proiettori laser ad alta efficienza energetica. La proiezione laser sembra imporsi come standard. Non a caso, l'azienda belga Cinionic, leader nel settore dei proiettori laser, era un fornitore ufficiale dell'evento.

GESTIONE DEI DATI: CONOSCERE MEGLIO IL CLIENTE

"Stiamo affogando nei dati - aiutateci a essercienti!" ha detto Andrew Cripps nel corso del panel *Attrarre il pubblico e il futuro dell'industria cinematografica*. Niels Swinkels, EVP della distribuzione internazionale di Universal, ha detto chiaramente: "Più dati abbiamo, meglio facciamo. Abbiamo un'esperienza comprovata". Tutti hanno convenuto che una stretta collaborazione tra studios ed esercenti per lo scambio di dati è di reciproco vantaggio. Ma a prescindere da



quanto accadrà, la volontà di migliorare è chiara: "Siamo tutti sulla stessa barca", ha detto Duquenne di Kinopolis. Dati migliori significa anche, senza dubbio, una migliore promozione dei film, perché permettono di trovare il canale più appropriato per raggiungere il cliente. In questo senso, come ha sottolineato Lucy Jones, CEO di ComScore, il panorama attuale è caratterizzato dalla preminenza dei social media come forma di promozione dei film. Tuttavia, non è affatto la stessa cosa "vendere" un film a un membro della matura Generazione X che a un membro della

Generazione Z o a un "millennial". Secondo i dati presentati da Jones, mentre i giovani tra i 18 e i 24 anni si informano principalmente su Tik Tok (70%) e Instagram (67%), i più grandi preferiscono Facebook (84% dei millennial e 93% della Generazione X). Il formato vincente dell'ultimo anno è senza dubbio quello dei brevi video o "reel" promozionali, che sono aumentati del 188% su Instagram e del 275% sul social network cinese.

DALLA MACCHINA DI BARBIE A MISSION: IMPOSSIBLE

Anche quest'anno CineEurope è stato l'occasione per le major americane e per alcune case di produzione indipendenti di presentare i film che usciranno nei prossimi mesi. Lo sbarco di Hol-

è stato spettacolare e i grandi studios hanno fatto a gara per vedere chi riusciva a iniziare il proprio "show" nel modo più originale. Il più divertente è stato quello della Warner, che ha esordito con una clip con i suoi dirigenti Andrew Cripps e Danielle Bekas percorrendo Los Angeles con l'auto di *Barbie*, con tanto di apparizione della protagonista del film, Margot Robbie. La più spettacolare, la Paramount, che ha trasformato il suo presidente, Mark Viane, in una sorta di Ethan Hawke (il protagonista di *Mission: Impossible*), molto più goffo e anche più divertente. Nonostante l'assenza di Tom Cruise come l'anno scorso, di cui Viane ha giustificato l'assenza, è stato sicuramente un inizio spettacolare. La presenza di grandi star ravviva sempre il tutto. La più glamour, ancora una volta la Warner, che ha

portato sul palco Zendaya per presentare *Challengers*, il nuovo film di Luca Guadagnino, una torrida storia d'amore a tre ambientata nel mondo del tennis, e la seconda parte di *Dune*. L'attrice era accompagnata da Timothée Chalamet, che ha anche approfittato della visita per stuzzicare gli esercenti con *Wonka*, che sarà nelle sale a Natale, in cui interpreta il famoso personaggio di *Charlie e la fabbrica di cioccolato*. Per quanto riguarda il glamour, anche la Disney ha fatto la sua parte portando sulla scena Kenneth Branagh, che torna a vestire i panni di Poirot in *Mistero a Venezia*, un thriller con delitto di cui è anche regista. Il pre-

mio Oscar Olivia Colman è stata una delizia da guardare mentre presentava *Wicked Little Letters* per StudioCanal, una commedia ambientata nell'Inghilterra degli anni Venti, di cui è anche produttrice. Le grandi star non hanno brillato solo sul palco. Quasi tutte le presentazioni sono state accompagnate da messaggi speciali per l'occasione da parte delle loro star, e via video, da Steven Spielberg a Wes Anderson e Christopher Nolan. Nessuno ha dimenticato di ricordare quanto sia importante per loro l'uscita nelle sale.

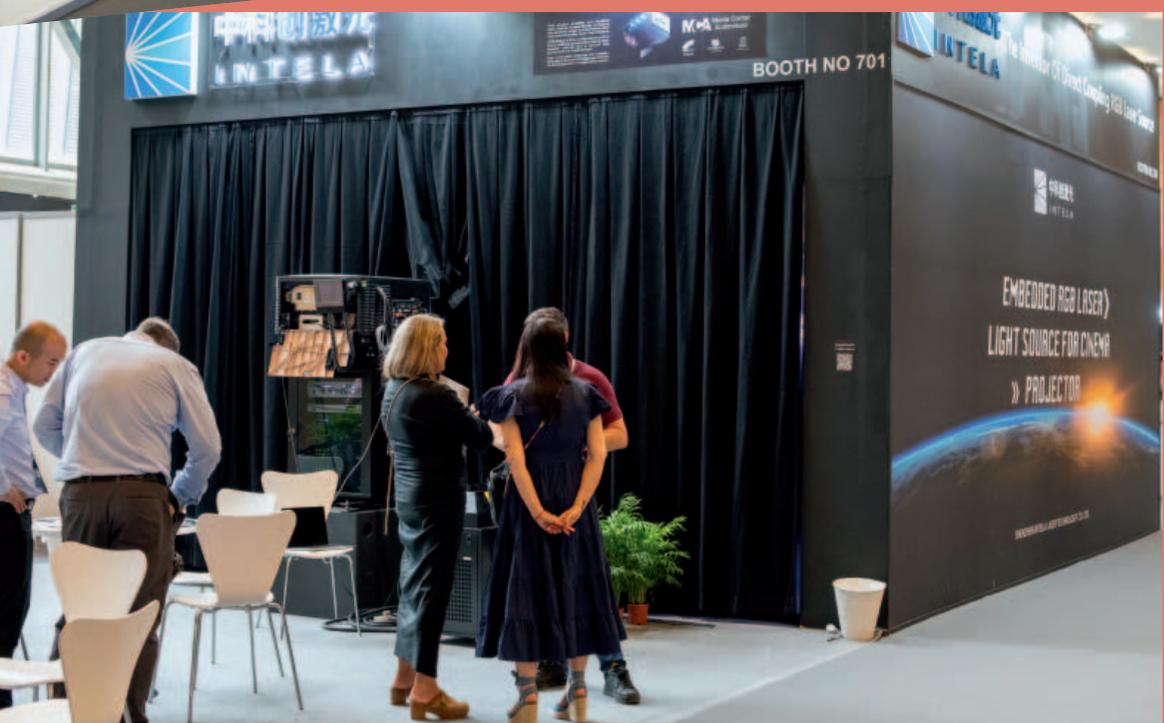
PREMI E RICONOSCIMENTI

L'ultimo giorno di CineEurope ha visto i corridoi più vuoti, ma è stato senza dubbio il più emozionante con la consegna dei premi ai "campioni" dell'industria dell'anno passato. Il più importante è stato Toni Kiis, vicepresidente senior della distribuzione internazionale di Warner Bros. Emozionato, il dirigente >

Sono stati oltre 4.000 gli accreditati ai CineEurope che hanno popolato l'evento partecipando a panel industry, convention di case di distribuzione, anteprime di film e molto altro.

si è vantato di amare così tanto il suo lavoro da non aver “mai lavorato un giorno in vita sua”, e dei 35 miliardi di dollari che i film Warner hanno incassato nei suoi 14 anni di lavoro. Estone di nascita, ha avuto parole speciali per l’Ucraina.

L’altra grande star è stato il tedesco Hans-Joachim Flebbe, fondatore e amministratore delegato di Astor Film Lounge e Zoo Palast, che ha ricevuto il premio UNIC Achievement Award. A Flebbe va il merito di aver inventato niente meno che il “cinema premium”, dopo il suo successo come CEO di CinemaxX. Utilizzando una metafora culinaria, ha difeso i cinema in



questo modo: “Quando voglio mangiare qualcosa di semplice, mangio a casa. Quando voglio concedermi un lusso, vado al ristorante. Lo stesso vale per il cinema, perché non sarà mai la stessa cosa guardare un film su un grande schermo circondato da altre persone o su un computer portatile”.

Altri premiati sono stati Nordisk Film Cinemas, “esercenti dell’anno”, ritirato da Asger Flygare Bech-Tomson; il premio Comscore “Achievement in European Box Office” per Universal Pictures International, ritirato da Paul Higginson; il premio Coca-Cola Cine-Europe per la sostenibilità è andato a Kinopolis Management Multiplex, ritirato dal Dr. Gregory Theile e Andreas Hufer. Lo spagnolo Javier Hoyos di Odeon Cinemas Group si è portato a casa una delle medaglie d’oro dell’evento.



© Duesse Communication (12)



MERCATO
INTERNAZIONALE
AUDIOVISIVO

ROMA
OCTOBER 9 ▶ 13

MIA 2023

Register now!

miamarket.it

Fulvio e Federica Lucisano

sono lieti di annunciare

il nuovo film di

Alessandro Siani

succede
anche
nelle
migliori
famiglie

1 gennaio 2024
al cinema

LUCISANO.iif

Rai Cinema



segui sui social





BEST MOVIE COMICS AND GAMES

UN'EDIZIONE #BOOM!

DAL 10 ALL'11 GIUGNO SI È SVOLTA A MILANO L'AMBIZIOSA MANIFESTAZIONE REALIZZATA DA DUESSE COMMUNICATION E DEDICATA A CINEMA, SERIALITÀ, FUMETTI, GAMES E MUSICA CHE HA PORTATO AL SUPERSTUDIO OLTRE 7.000 VISITATORI E APPASSIONATI ATTRATTI DA PROIEZIONI SPECIALI E OSPITI DEL CALIBRO DELLA MONTAGNA DE *IL TRONO DI SPADE*, ZEROCALCARE, CRISTINA D'AVENA, IL CAST DI *MARE FUORI*, ROBERTO RECCHIONI, LEO ORTOLANI E MOLTI ALTRI

di Simona Carradori



Milano. Superstudio Più. 10 e 11 giugno. Tra un ricco parterre di ospiti italiani e internazionali, stand di fumetti, cosplayer, aree dedicate al gaming e ai giochi da tavolo, escape room e un'affluenza che ha superato le 7.000 presenze, si è chiuso con successo il Best Movie Comics and Games 2023, evento realizzato da Duesse Communication (casa editrice di *Box Office*) e dedicato alla cultura pop che è ormai diventato un appuntamento fisso nel cuore del capoluogo lombardo. Una manifestazione di due giorni che ha coinvolto appassionati di tutte le età sotto un comune denominatore: l'amore condiviso per i mondi del cinema, della serialità, del fumetto, del gaming e della musica. Come anticipava l'hashtag utilizzato sui social e messo in evidenza nel poster ufficiale, disegnato dalla bravissima fumettista Nova, è proprio il caso di dirlo: BOOM. E dopo l'esperienza positiva di quest'anno, come ribadito dall'amministratore unico di Duesse Communication, Vito Sinopoli,

Best Movie Comics and Games tornerà a Milano anche nel 2024.

LA MONTAGNA VA AL BEST MOVIE COMICS AND GAMES

Se il Best Movie Comics and Games non va alla Montagna, la Montagna va al Best Movie Comics and Games. E così è stato, perché l'attore e strongman Hafþór Júlíus Björnsson, alias La Montagna de *Il trono di spade*, ha letteralmente infiammato i cuori dei fan raccontando la sua esperienza e i retroscena dal set della celebre serie fantasy dove ha prestato il volto a Ser Gregor Clegane, uno dei personaggi più violenti e temuti di tutti. «*Hanno cercato di farmi sembrare un mostro, ma il mio compito qui è farvi vedere che non sono assolutamente così: sono un bravo ragazzo!*». E lo è davvero: nonostante la sua stazza possa incutere timore, Hafþór è stato di una gentilezza unica nell'incontrare i suoi ammiratori durante le sessioni di autografi, di foto e il Meet & Greet con il pubblico. ➤



Tantissime le persone che hanno partecipato ai panel e agli eventi del Best Movie Comics and Games. A destra l'attore de *Il trono di spade* Hafþór Júlíus Björnsson (La montagna) durante una sessione di Meet & Greet con i suoi fan, mentre a sinistra simula la scena in cui uccide Oberyn Martell (Pedro Pascal) con il responsabile editoriale Giorgio Viaro, moderatore del talk con la star

UN MARE DI AMORE

Grandissima affluenza anche al panel di una delle serie fenomeno dell'anno, *Mare fuori*, svoltosi alla presenza del regista Ivan Silvestrini e degli attori Serena Codato, Vincenzo Ferrera, Francesco Panarella ed Enrico Tijani, che hanno trovato il tempo di partecipare al Best Movie Comics and Games nonostante fossero già in corso le riprese della quarta stagione. Tantissime le domande del pubblico per gli interpreti di Gemma, Beppe, Cucciolo e Dobermann che hanno parlato di alcuni dei temi cardine di *Mare fuori* – e dei loro personaggi – commentando alcune delle scene più memorabili e toccanti proiet-

tate sul grande schermo del Main Stage, prima di ricevere il Best Movie Award alla Miglior serie durante il panel condotta da Giorgio Viaro e Himorta.

QUESTO MONDO DI ZEROCALCARE

Un ospite attesissimo del Best Movie Comics and Games è stato Zerocalcare, il fumettista romano che proprio il giorno precedente è approdato su Netflix con la sua seconda serie animata *Questo mondo non mi renderà cattivo*, di cui ha parlato al pubblico. Un incontro che ha riempito la sala con i tanti fan che poco prima avevano "accerchiato" Michele durante il firmacopie alla Comics Arena. «*Questa serie può sembrare un instant movie degli ultimi*





mesi. In realtà Cesare è la crasi di molte persone e mischia storie diverse. Tutte le situazioni descritte sono sia successe che vissute in prima persona, la serie è un po' un Frankenstein di tante cose». Al termine della chiacchierata, l'autore ha anche parlato del suo approccio alla creazione, che a giudicare dalle sue parole ci riserverà tanto altro per il futuro: «In questi mesi ho capito che sono un tossico del lavoro. Se rallento vado in crisi di astinenza. A un certo punto collasserò. Oppure faccio un figlio o pijo un cane, più probabile il cane».

MARGHERITA E LORENZO: FRAGILI E GENIALI

Tra i protagonisti del Main Stage anche la giovane interprete Margherita Mazzucco, che prima di ricevere il Best Movie Award alla Migliore attrice ha raccontato gli inizi della sua carriera e le esperienze sui set della serie *L'amica geniale* e del film *Chiara*. «Non sapevo nulla dei libri quando feci il provino – ha spiegato a proposito dei bestseller di Elena Ferrante –, mia mamma li aveva letti e mi disse solo: è la storia di due amiche, una bionda e una mora, tu fai la bionda. Nella terza stagione avevo un po' paura di fare la mamma, un personaggio di 30 anni: io ne

avevo diciotto e non avevo ovviamente mai avuto figli o mariti. È stata una sfida».

Il premio come Miglior attore è andato invece a Lorenzo Zurzolo, anche lui interprete giovanissimo ma dalla carriera decennale. La star di serie come *Baby* e *Prisma*, oltre che del film candidato all'Oscar *EO* di Jerzy Skolimowski, è stata protagonista del panel condotto da Marta Perego, condividendo col pubblico la sua esperienza nel mondo della recitazione e le sue passioni. «Ho ereditato da mio padre una grandissima collezione di fumetti, tipo *300*, da piccolo leggevo solo *Marvel*. Per cui essere al Best Movie Comics and Games è bellissimo».

INFLUENCER, TIKTOKER E YOUTUBER: AVANTI TUTTA

Una calorosa accoglienza dal pubblico di Best Movie Comics and Games anche per la giovanissima doppiatrice e tiktoker Chiara Fabiano, voce italiana di personaggi come Undici di *Stranger Things* e Mercoledì Addams nella serie ideata da Tim Burton. Prima protagonista della Comics Arena per un firmacopie e Meet & Greet con i fan, poi volto centrale di un panel nel Main Stage, Chiara ha raccontato i segreti del suo lavoro, che svolge da quando era piccolissima. «Ti dà la possibilità di interpretare personaggi diversi da ciò che sei e amo moltissimo doppiare sceneggiati e film in costume dell'Ottocento, è emozionante vivere come vivevano loro. Quando ho doppiato il primo film, *Paranormal Activity 3*, avevo 6 anni. Da piccola ho sempre doppiato la bambina posseduta, ma vi assicuro che è divertente». Tornando ai suoi personaggi più amati, Fabiano sente di condividere qualcosa con entrambe: «Mercoledì non è una che mostra le sue debolezze e questa cosa mi piace, la invidia. Undici è stata salvata dall'amicizia e ha un

Il pubblico del Best Movie Comics and Games ha potuto partecipare a esperienze interattive live come la spaventosa escape room *Phobika*

costante bisogno di stare coi suoi amici. Per me scegliere tra loro due sarebbe come scegliere tra mamma e papà». Anche Chiara, al termine del panel, ha ricevuto un premio: il Best Movie Award al Miglior doppiaggio.

Protagonisti del Main Stage sono stati poi i gamer Teknoyd e HontasG, che con la conduzione della cosplayer e presentatrice Himorta, hanno parlato del loro lavoro da streamer professionisti, dando anche consigli a chi vorrebbe intraprendere lo stesso percorso. «Non giudicate i figli se giocano coi videogiochi – ha detto Tek, premiato con il Best Movie Award al Miglior Gamer. Cercate di entrare nel loro mondo. [...] Io lavoravo in Ferrari, ma il mio sogno era fare lo Youtuber. Ho iniziato a sperimentare, a fare video fino a notte fonda. Col tempo sono andati sempre meglio e ho capito che poteva diventare il mio lavoro». La collega HontasG ha raccontato com'è >



Sopra, il regista della serie *Mare fuori* Ivan Silvestrini; in fondo a sinistra, gli attori di *Mare Fuori* Enrico Tijani e Serena Codato; a sinistra il regista Ivan Silvestrini con il premio Best Movie Award alla miglior serie insieme agli attori Francesco Panarella (con cappello), Vincenzo Ferrera (al suo fianco), Serena Codato ed Enrico Tijani



essere una girl gamer in un mondo ad appannaggio maschile, dove non è raro essere criticate in quanto donne: «Tanta gente dice che per noi è più facile. Per alcune magari sì, ma per chi non punta su determinati aspetti è difficile. Ci sono tanti stereotipi, come la storia della donna che deve tornare in cucina... all'inizio ci stavo male, poi ho iniziato a farmi scivolare tutto addosso». Cosa deve fare quindi una ragazza aspirante gamer? «Provare e andare avanti senza paranoie».

Altro ospite di Best Movie Comics and Games è stato Gianluca Gazzoli, la voce che ha portato al successo il popolarissimo podcast *Passa dal BSMT*. Il suo show ha ospitato volti di primo piano della cultura e dello spettacolo, addirittura internazionali, come Matt Damon e Ben Affleck. «Mi fa ridere quando dicono: "Chissà quant'è costato quell'ospite". In realtà non paghiamo nessuno, perché chi viene al BSMT lo fa per raccontarsi in un contesto diverso dal solito». Gazzoli, che ha ricevuto il Best Movie Award al Miglior podcast, è celebre anche per i suoi vlog, un format molto diffuso su YouTube: «Dicono da anni che YouTube è la nuova televisione, ma ora credo sia diventata l'effettiva realtà».

LIBRI E FUMETTI, CHE PASSIONE

Il Main Stage ha ospitato anche un panel dedicato a due fenomeni della carta stampata. Il primo incentrato sull'atteso film *Hunger Games: La ballata dell'usignolo e del serpente*, che ha visto salire sul palco, per parlare del franchise cinematografico e letterario, la booktoker Martina Levato (in arte Levv97) e il fumettista ed ex curatore di *Dylan Dog*, Roberto Recchioni. Quest'ultimo, insieme a Michele Ma-



siero, è stato protagonista anche del secondo incontro, questa volta dedicato al crossover Dylan Dog/Batman, che mette insieme il vigilante di Gotham di casa DC e l'indagatore dell'incubo dell'universo bonelliano. Per l'occasione, a Best Movie Comics and Games è stata presentata in anteprima mondiale anche la cover del secondo volume, *All'inferno e ritorno*.

Un altro fumettista che alla fiera ha avuto un panel dedicato è Leo Ortolani, l'autore di *Rat-Man*, che insieme all'attore Nicola Nocella ha condiviso con il pubblico la sua idea di cinema, che tanto ha influenzato alcuni dei suoi lavori più famosi. Un arrivo in sala a dir poco movimentato: ballando sulle note dei The Blues Brothers, l'interprete ha introdotto un Ortolani rigorosamente in Ray-Ban e t-shirt bianca. Il panel non poteva che essere un successo. «La cosa che mi porta a fare fumetti è la noia», ha dichiarato Ortolani. «Quando faccio qualcosa che funziona potrei continuare con parodie etc... ma dopo il sesto numero mi annoio già».

Presentati da Filippo Mazzarella, tantissimi talenti sono passati anche alla Comics Arena, come Andrea Carlo Cappi e Andrea Pasini, che hanno celebrato Eva Kant e Diabolik in occasione della mostra per i 60 anni dei personaggi; Claudio Sciarone, che ha parlato del



In alto e a destra, alcuni cosplayer durante l'evento; sopra, il fumettista Leo Ortolani e l'attore Nicola Nocella mentre salgono sul palco sulle note dei The Blues Brothers; a sinistra, Leo Ortolani durante la firmacopie; sotto, due foto dell'area dedicata ai giochi da tavolo e alle esposizioni LEGO



In questa pagina, da sinistra: la cosplayer e presentatrice Himorta; i gamers Honta; Gianluca Gazzoli, voce di Radio DeeJay; Martina Levato, protagonista di un panel su *Hunger Games*; Nova dietro il poster dell'edizione di quest'anno che lei stessa ha realizzato





Il direttore editoriale di Sergio Bonelli Editore Michele Masiero (a sinistra) e Roberto Recchioni (al centro) mentre illustrano la cover dell'albo crossover con protagonisti Dylan Dog e Batman. A destra, Cristina D'Avena



suo fumetto *Technodogy*; l'illustratrice Mara Cerri, che ha raccontato il lavoro fatto per adattare *L'amica geniale* in una storia a fumetti; Paolo Bacilieri, protagonista del panel "L'arte di Piero Manzoni e altre storie milanesi (e non)"; infine Claudio Chiaverotti, alla manifestazione per i 25 anni del suo *Brendon*. Oltre ai fumettisti, la Comics Arena ha ospitato anche due scrittori, Simone Tempia, autore della serie di libri *Vita con Lloyd*, ed Elena Di Cioccio, che ha da poco esordito con il romanzo *Cattivo sangue*.



EMOZIONI & DIVERTIMENTO

Sono stati due giorni di emozioni, cultura nerd, grandi talenti e affetto da parte del pubblico. Ma non dimentichiamo la parte ludica che Best Movie Comics and Games ha riservato agli oltre 7.000 che hanno trascorso il loro weekend al Superstudio Più. Tanti stand in cui comprare fumetti, t-shirt a tema, action figure e videogiochi; un'area LEGO dedicata agli amanti dei mattoncini colorati; una escape room a tema *Mercoledì*, la serie Netflix; la terrificante horror experience *Phobika*, studiata e creata da Phobos Group; un'intera sala allestita con cinquanta storici cabinati, postazioni di retrogaming e due mostre a tema *Diabolik* e *Mazinga*. Senza dimenticare le proiezioni di *The Flash*, *Super Mario Bros.* e la serie coreana *Bargain*.

PAROLA DI CRISTINA

A chiudere la manifestazione a suon di sigle animate è stata l'ospite d'onore Cristina D'Avena, voce dell'infanzia di ogni generazione italiana, dagli anni '80 a oggi. «Sono stata la prima cosplayer», dice, arrivando poi a parlare di quello che l'ha fatta amare dal pubblico: la musica. «*I Puffi*, *Batman* e *Licia* rimarranno sempre gli stessi e saranno per sempre nel nostro cuore. È qualcosa di immutato. Questo mi fa capire che le sigle dei cartoni animati non sono "musica di serie B", ma qualcosa di davvero speciale. Sono onorata di poter accompagnare anche i bimbi della nuova generazione». Al termine dell'incontro, Cristina si è esibita live regalando ad un pubblico adorante alcuni dei suoi più grandi successi: dalla sigla di *Sailor Moon* a quella di *Occhi di Gatto*, passando per *One Piece* e *Holly & Benji*. Tornando all'hashtag della manifestazione, ma anche alla centralità che Best Movie Comics and Games ha voluto dare al mondo del fumetto, che ne fa da sempre ampio uso, è stato un finale che si può descrivere al meglio solo con un'onomatopea: BOOM! E ora ci vediamo nel 2024. **BC**

©Tommaso Pinetti/Matteo Milillo/Duesse Communication (30)



In questa pagina, da sinistra: Margherita Mazzucco, star di *L'amica geniale* e *Chiara*; Lorenzo Zurzolo, protagonista delle serie *Baby* e *Prisma*; la doppiattrice Chiara Fabiano (tra Giorgio Vioro e Marta Perego).

CINEMA ITALIANO: È VERA REVOLUTION?

I RISULTATI, LE POTENZIALITÀ MA ANCHE GLI ASPETTI SU CUI LAVORARE DELLA PRODUZIONE NAZIONALE SONO STATI L'OGGETTO DEL PANEL ORGANIZZATO DA *BOX OFFICE* DURANTE LE GIORNATE DI CINÉ. UN PANEL DI CONFRONTO COSTRUTTIVO AL QUALE HANNO PARTECIPATO LUCIA BORGONZONI, PAOLO DEL BROCCO, LUIGI LONIGRO, MARIO LORINI, FEDERICA LUCISANO, MASSIMILIANO ORFEI E VITTORIA PUCCINI

a cura della redazione

Cinema Italiano: è vera rivoluzione? È questo il titolo – volutamente provocatorio – del convegno organizzato dalla rivista *Box Office* che ha aperto l'edizione 2023 delle Giornate di Ciné, la manifestazione dedicata al settore cinematografico in corso a Riccione dal 4 al 7 luglio. La produzione filmica nazionale, i suoi risultati al box office, il rapporto con un pubblico in parte ritrovato e in parte da riconquistare dopo la pandemia, ma soprattutto le sue potenzialità di ulteriore sviluppo, ad esempio nei mercati stranieri, sono stati al centro del panel promosso dalla rivista edita da Duesse Communication e in collaborazione con Anica e Anec.

A rimbalzarsi analisi e riflessioni sono stati Lucia Borgonzoni (senatrice e sottosegretario di stato al MiC), Paolo Del Brocco (amministratore delegato di Rai Cinema), Luigi Lonigro (direttore di 01 Distribution e presidente unione editori e distributori Anica), Mario Lorini (presidente

Anec), Federica Lucisano (amministratore delegato di LMG/IIF e vicepresidente unione produttori Anica), Massimiliano Orfei (amministratore delegato di Vision Distribution) e Vittoria Puccini (attrice e presidente UNITA).

I NUMERI PRIMA DI TUTTO

Il convegno è stato aperto da Massimo Proietti che, in qualità di membro del CDA di Cinetel, ha illustrato i risultati dell'analisi di profilazione del pubblico realizzata da CinExpert sui primi sei mesi del 2023. Analisi che ha evidenziato come questo primo semestre sia stato positivo per il settore theatrical nazionale, segnando un grande recupero della nostre sale con un totale di 31 milioni di presenze, ovvero un +56% sul 2022, e solo un -34% sul pre-Covid (media annate 2017-18-19). Un bel recupero al quale ha contribuito soprattutto il pubblico femminile che finalmente è tornato a frequentare con regolarità le



Lucia Borgonzoni, senatrice e sottosegretario di Stato al MiC

sale. La fascia di spettatori che, invece, è ancora in sofferenza è quella degli over 50 che, sulla base degli studi di CinExpert è proprio il pubblico di riferimento principale dei film italiani.

CINEMA REVOLUTION: UNA MANIFESTAZIONE "D'URTO"

Come noto, per sostenere i film italiani che storicamente d'estate hanno un calo a livello di numero di uscite e di risultati al box office, quest'anno il MiC ha lanciato l'iniziativa Cinema Revolution con il biglietto scontato a 3,5 euro per i titoli nazionali ed europei. «Abbiamo fortemente voluto questa iniziativa per aiutare le sale che come sappiamo sono state l'anello della filiera, quello che ha più sofferto» ha dichiarato la senatrice e sottosegretario di Stato al MiC **Lucia Borgonzoni**. «Proporre i biglietti a 3,5 euro è un modo per dare uno scossone al nostro mercato: sappiamo benissimo che lo sconto non basta per riempire i

cinema, ma questo è uno strumento utile per alzare le presenze. Il prossimo anno lo rifaremo, sperando che ci siano ancora più titoli italiani in uscita. Annunciando la manifestazione con questo anticipo siamo convinti che nel 2024 i produttori e i distributori saranno in grado di aumentare l'offerta di produzione nazionale in programmazione da giugno a settembre».

UN'INDUSTRIA CHE NON VALORIZZA LA SALA NON VA LONTANA

Per la sostenibilità della produzione cinematografica nazionale una cosa è fondamentale: la centralità della sala. Lo ha ribadito ancora una volta **Paolo Del Brocco**: «un'industria che non valorizza lo sfruttamento theatrical non va lontana. Il Ministero deve fare tutti gli interventi possibili per sostenere e migliorare le sale. Non solo, bisognerebbe trovare delle forme di stimolo per riaprire ulteriori cinema: a Roma ci sono quartieri di 300mila abitanti dove non si trovano sale. Il MiC ha dimostrato che il cinema è stato una priorità per il Governo. Governo che ha fatto tantissimo, con misure che non si sono viste in nessun altro Paese. Gli incentivi sul tax credit sono stati vitali, anche e soprattutto quello sulla distribuzione che è stato decisivo affinché i film uscissero».

Del Brocco ha anche rimarcato una certa ritrosia da parte dei produttori italiani ad uscire d'estate: «dobbiamo cambiare prospettiva e programmare film che >



Paolo Del Brocco, amministratore delegato di Rai Cinema



Federica Lucisano, amministratore delegato di LMG/IIF e vicepresidente unione produttori Anica

abbiano un peso sul box office anche nei mesi caldi. È decisivo. Ecco perché è importante l'esperimento di quest'anno di Cinema Revolution».

Altro tema delicato è quello di una produzione eccessiva: «Negli anni della pandemia abbiamo prodotto tantissimi film, ma lo abbiamo fatto anche come "mandato da parte del Governo" per sostenere il settore. Ora bisogna trovare un nuovo equilibrio e prediligere la qualità rispetto alla quantità, oltre a puntare a un prodotto dal respiro più internazionale».

UN PRODOTTO PIÙ INTERNAZIONALE

Sulla necessità di realizzare film che abbiano le potenzialità di raggiungere i mercati esteri si è soffermato con decisione anche **Massimiliano Orfei**: «il cinema italiano è in buona salute, solo la Francia ha una quota di mercato nazionale superiore alla nostra. Questo ce lo dobbiamo ripetere. C'è però un anello mancante nella catena di uno sviluppo sostenibile per il nostro cinema: sviluppare ricavi sul mercato internazionale. Lì c'è un gap molto importante. Per conquistare i mercati esteri, i film italiani devono avere una production value molto superiore



Mario Lorini, presidente Anec

rispetto al cosiddetto "prodotto medio" che si realizza spesso da noi».

Altra criticità evidenziata da Orfei è uno scollamento tra il pubblico di cinema in sala e pubblico delle piattaforme: «queste due tipologie di spettatori si stanno distanziando. Dobbiamo ricollegarle, anche perché noi produciamo film che hanno bisogno di entrambi gli sfruttamenti».

NUOVE GENERAZIONI

Per **Federica Lucisano**, un terreno di azione strategico per rendere più attrattivo il cinema italiano è quello del ricambio generazionale. «La pandemia ha acuito quei segnali di stanchezza da parte del pubblico verso il cosiddetto prodotto medio nostrano. Una stanchezza derivante dalla mancanza di ricambio, verso film con sempre le stesse facce e poche sperimentazioni. Il nostro cinema ha visto poco ricambio generazionale, e questo anche perché quei timidi tentativi attuati in merito non avevano funzionato. Ma non possiamo fermarci se le cose non funzionano subito: in questo senso riporto spesso l'esempio di Gabriele Muccino, i cui primi film non avevano avuto risultati eccezionali al box office, salvo poi stupire tutti con *L'ultimo bacio*».

Dunque, bisogna investire sulle nuove



Luigi Lonigro, direttore di O1 Distribution e presidente unione editori e distributori Anica

generazioni di attori, di registi, ma anche di spettatori: «Ritengo fondamentali le iniziative del MIUR per portare il cinema nelle scuole e costruire così gli spettatori di domani».

QUANDO I FILM SONO PENSATI PER IL PUBBLICO, IL PUBBLICO ARRIVA

Per **Luigi Lonigro**, c'è innanzitutto un mito da sfatare: «non è vero che il cinema italiano è debole: siamo il secondo Paese in Europa per quota di mercato nazionale dopo la Francia, e la nostra percentuale è nettamente meglio di quella di Germania e Spagna. Il nostro mercato sta riprendendo a funzionare. Era ingenuo pensare che il biglietto a 3,5 euro potesse in automatico riempire le sale. Quello che conta è sempre il prodotto, non il prezzo. Detto questo, dobbiamo lavorare per far sì che il prodotto italiano torni centrale, con titoli di qualità e titoli popolari che possano incontrare gli spettatori. Bisogna lavorare sulla qualità del prodotto, anche internazionale, e sulla sua selezione. Non tutti i titoli hanno le caratteristiche per andare in sala. Quando i film sono pensati per il pubblico, il pubblico lo trovano. Cinema Revolution è un tassello fondamentale per costruire il nostro futuro: è un progetto che, anno dopo anno, contribuirà a ridare peso al cinema italiano».

IL RUOLO STRATEGICO DELL'ESERCIZIO

Il presidente Anec **Mario Lorini** ha sottolineato il ruolo strategico dell'esercizio in questi ultimi anni a cavallo della pandemia. Anni in cui l'esercizio ha fatto squadra anche con gli altri attori del mercato «sviluppando iniziative di grande utilità come la ricerca di CinExpert (un lavoro incredibile che ci indica la strada giusta da seguire), l'implementazione di Cinetel, o gli Anec Lab. Un'esperienza fantastica, quest'ultima, dove esercenti e distributori hanno smesso di aver paura di confrontarsi, ma anzi hanno visto le grandi po-



Massimiliano Orfei, amministratore delegato di Vision Distribution

tenzialità dell'incontrarsi e dialogare. Sia nell'esercizio sia nella distribuzione, chi ha esperienze fantastiche le deve mettere in campo. Bisogna aiutarsi, soprattutto ora che la sala è tornata centrale».

LO STAR SYSTEM CHE FA BENE ALL'INDUSTRIA

Infine, **Vittoria Puccini** (attrice e presidente UNITA) ha parlato del ruolo strategico che anche i talent hanno nella promozione del cinema italiano: «Gli incontri degli attori e registi con il pubblico in sala sono importantissimi. Con il Covid questa pratica si era un po' persa, ed invece ora la risposta degli spettatori è caldissima. Dobbiamo lavorare per costruire uno star system che in Italia manca e che invece può fare solo bene all'industria. Altro punto centrale è la qualità dei nostri film. Oggi il pubblico è molto esigente. Servono titoli di qualità, ma anche una qualità professionale sempre più alta di noi attori. Qualità professionale che è possibile implementare solo grazie a dei contratti nazionali che ci consentano di coprire i periodi di inattività strutturali del nostro lavoro per trasformarli in momenti in cui studiare e investire su noi stessi». **BO**

© Fabio Demitri/courtesy of Cineventi (?)



Vittoria Puccini, attrice e presidente UNITA

CINEN.12

4 - 7 luglio 2023

Riccione

cinegiornate.it

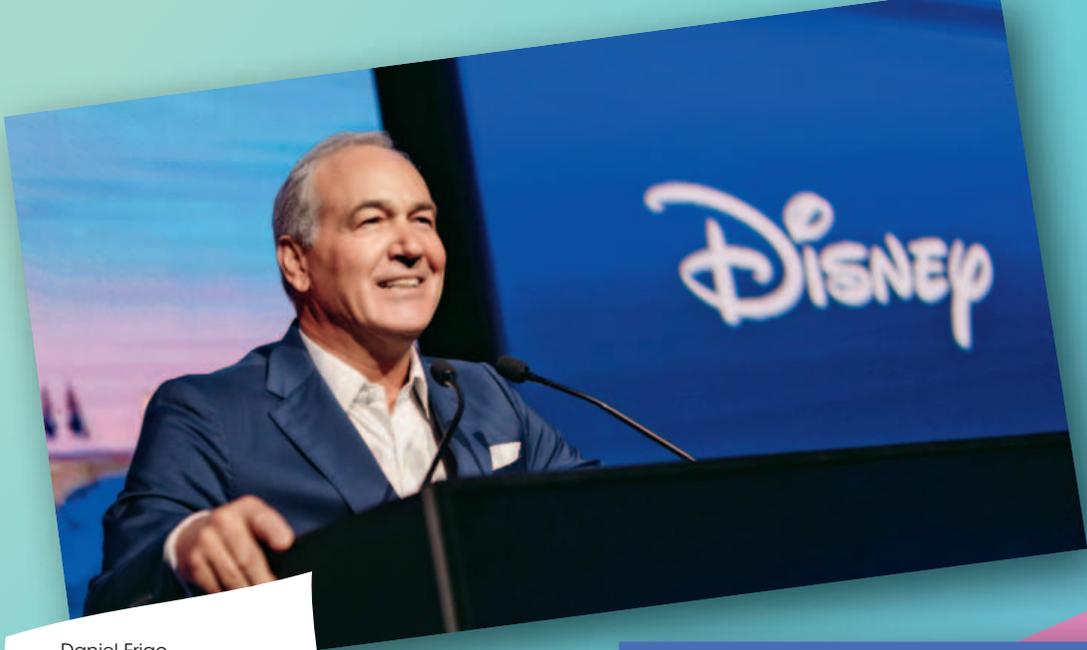
CARTOLINE DA CINÉ

I PROTAGONISTI DELLA XII EDIZIONE DELLE GIORNATE PROFESSIONALI DI RICCIONE, ORGANIZZATE DA CINEVENTI, CHE HANNO REGISTRATO 1.400 ACCREDITATI

a cura della redazione

Da sinistra, Paolo Del Brocco (amministratore delegato di Rai Cinema) e Luigi Lonigro (direttore di 01 Distribution)





Daniel Frigo, amministratore delegato di The Walt Disney Company Italia



Roberto Proia, direttore area cinema e produzione di Eagle Pictures



Xavier Albert, direttore generale e amministratore delegato di Universal Pictures International Italy



Andrea Occhipinti, presidente di Lucky Red



Massimiliano Orfei, amministratore delegato di Vision Distribution



Alessandro Araimo (General Manager Italy & Iberia) al centro con il team di Warner Bros. Discovery



Giampaolo Letta, vicepresidente e amministratore delegato di Medusa Film



Andrea Romeo, Ceo & General Manager di I Wonder Pictures



Tutti i protagonisti del convegno organizzato da *Box Office*, che ha inaugurato Ciné 2023. Da sinistra, il moderatore Paolo Sinopoli (responsabile della rivista *Box Office*), Federica Lucisano (amministratore delegato di LMG/IIF e vicepresidente unione produttori Anica), Paolo Del Brocco (amministratore delegato di Rai Cinema), Lucia Borgonzoni (senatrice e sottosegretario di stato al MiC), Mario Lorini (presidente Anec), Vittoria Puccini (attrice e presidente UNITA), Luigi Lonigro (direttore di 01 Distribution e presidente unione editori e distributori Anica) e Massimiliano Orfei (amministratore delegato di Vision Distribution)



Guglielmo Marchetti, Chairman di Notorious Pictures



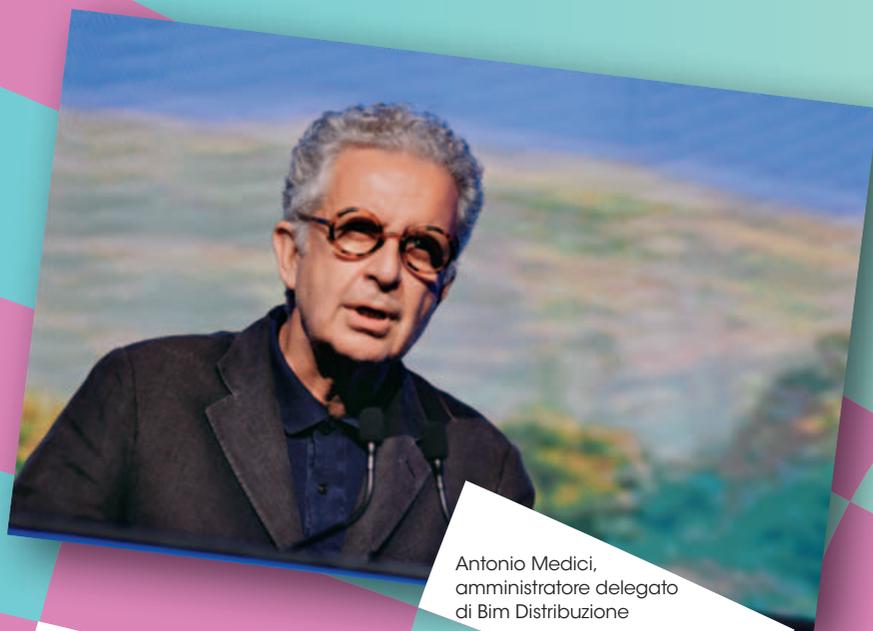
Remigio Truocchio di Cineventi, organizzatore e presentatore delle giornate professionali di Riccione



Da sinistra, Mattia Della Puppa (Managing Director) e Aldo Lemme (Head of Theatrical Distribution) di Adler Entertainment



Al centro Alessandro Araimo (General Manager Italy & Iberia di Warner Bros. Discovery) premiato da Vito Sinopoli e Tiziana Rocca con il *Filming Italy Best Movie Award Industry* "per il forte impegno di Warner Bros. Discovery nella produzione di film italiani, su cui investe da anni con costanza puntando su nuovi talenti e offrendo alla sala un mix di generi a cavallo tra opere autoriali e commedie"



Antonio Medici,
amministratore delegato
di Bim Distribuzione

Laura Mirabella (Marketing
Director di Vision Distribution)
mentre presenta l'opera
d'esordio alla regia di
Paola Cortellesi (anche
protagonista del film)
C'è ancora domani,
particolarmente applaudita
dal pubblico



Pierfrancesco
Favino durante la
presentazione del suo
film da protagonista
Comandante di
Edoardo De Angelis



Il saluto dei presidenti delle associazioni
di categoria. Da sinistra, Luigi Lonigro
(presidente unione editori e distributori
Anica), Mario Lorini (presidente Anec),
Francesco Rutelli (presidente Anica),
Benedetto Habib (presidente unione
produttori Anica) e don Gianluca Bernardini
(presidente Acec)



Lucy De Crescenzo,
Ceo di Europictures



Claudio Bisio sul palco
mentre racconta il suo
esordio alla regia *L'ultima
volta che siamo stati
bambini*



Ludovico De Cesare,
Theatrical Sales
Manager & Acquisition
di Plaion Pictures



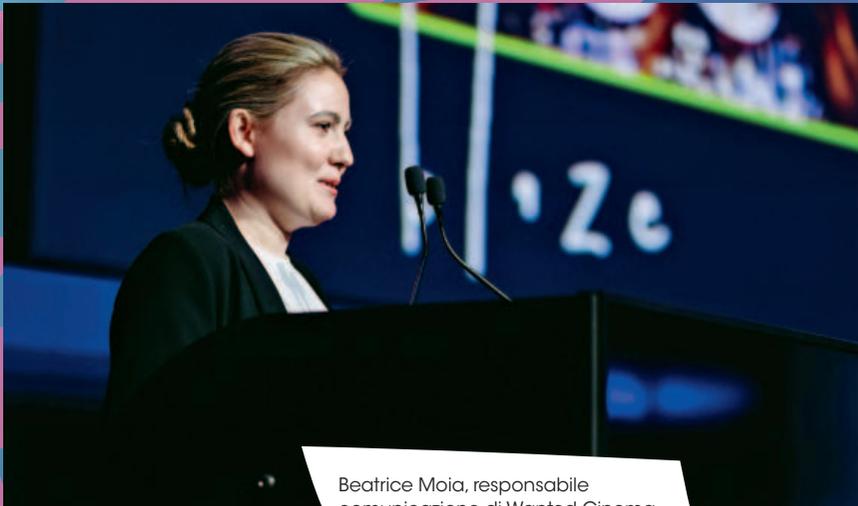
Vincenzo Sacco (direttore
divisione distribuzione di
Altre Storie) ha presentato il
listino di Minerva Pictures e
di Altre Storie



Claudio Rapino,
Head of Content -
Acquisitions & Sales
di Movies Inspired



Francesco Marchetti,
Chief Marketing
Advisor Italia
di Vertice 360



Beatrice Moia, responsabile
comunicazione di Wanted Cinema

© Fabio Demitri/courtesy of Cineventi (26)

tiff

TORONTO
INTERNATIONAL
FILM FESTIVAL 2023

GREAT STORIES START HERE

TORONTO IS
WAITING FOR YOU
SEPT 7-17

REGISTER NOW
[TIFF.NET/INDUSTRY](https://tiff.net/industry)



LEAD SPONSOR



MAJOR SPONSORS



BVLGARI

MAJOR SUPPORTERS





LA FORZA DEI "LOCAL" IN EUROPA

PARTENDO DAI DATI DEL REPORT UNIC, UN FOCUS SULL'IMPATTO DELLE PRODUZIONI NAZIONALI NEI DIVERSI MERCATI DEL VECCHIO CONTINENTE DOVE QUESTI FILM, A VOLTE, SONO PERFINO RIUSCITI A BATTERE AVATAR 2 O TOP GUN: MAVERICK

di Raffaella Giancristofaro



Come noto, la ripresa delle sale in Europa nel 2022 è stata trainata dai blockbuster: in primis, *Avatar: La via dell'acqua*, *Top Gun: Maverick*, *Minions 2*, *Doctor Strange nel Multiverso della Follia*. In questo recupero, pur nelle significative differenze tra Paesi europei, sarebbe però un errore trascurare l'impatto delle produzioni locali, che a volte hanno addirittura scalzato dai primi posti prodotti hollywoodiani di più sicura presa sul pubblico.

A dare un quadro preciso dell'impatto dei film di produzione nazionale usciti l'anno scorso in Europa sono i dati raccolti e messi a confronto dal rapporto 2023 di Unic - International Union of Cinemas. Rapporto che prende in considerazione 43mila schermi distribuiti su 39 territori: i 27 Stati aderenti all'Unione più 12 extra EU (dal Regno Unito alla Georgia, da Israele alla Svizzera). Ciascuno con la propria specificità, linguistica e cultura. Cioè quella *diversity* spesso citata quando si parla di Europa. Che non va intesa come *differenza* da un modello standard, ma come *varietà* dell'offerta, un fattore di arricchimento anche per il mercato cinematografico.

LE QUOTE DI MERCATO NAZIONALI

Nel 2022, a livello di quote di mercato di film locali, il risultato migliore dell'Unione Europea è della Francia, dove le produzioni nazionali hanno raggiunto il 41,1% (rispetto al 40,6% dell'anno precedente) con 61 milioni di presenze. Una percentuale sempre imponente anche se, per la prima volta dal 1989, tra i primi 10 titoli dell'anno non figurano produzioni francesi. Eppure, film come *November - I cinque giorni dopo il Bataclan*, thriller poliziesco dal cast di pregio, o *Simone: A Woman of the Century*, la biografia di una figura politica come Simone Veil, hanno totalizzato rispettivamente 2,3 e 2,2 milioni di ingressi. Ciò indica che se la parte alta della classifica è presidiata dal prodotto hollywoodiano, altrove a rappresentare la consistente quota nazionale è per lo più un solido mix di titoli d'essai e di fascia media, come anche la commedia *L'innocent* di Louis Garrel e gli esistenziali *La vita è una danza*, protagonista la prima ballerina dell'Opéra di Parigi, o *Revoir Paris*, rielaborazione degli attentati del 2015.





Il film finlandese *Mielensäpahoittaja* *Eskorttia etsimässä*, di Mika Kaurismäki (fratello del più noto Aki Kaurismäki) in patria ha ottenuto più spettatori di *The Batman* e *Avatar 2*. Sotto, *Belfast* di Kenneth Branagh



Dietro la Francia, gli altri Paesi EU dalla maggiore quota di mercato sono Repubblica Ceca (33,5%), Germania (27%) e Danimarca (26%).

In Repubblica Ceca, nella top 5 annuale, tra i *Minions* e *Thor: Love and Thunder*, si è conquistato il quarto posto (4,6 milioni di euro) la commedia locale *Vysehrad: Fylm*, un racconto demenziale su un indisciplinato talento del calcio, qui in difficoltà con una paternità a sorpresa (sequel della serie Tv nazionale del 2016, *Vysehrad*). Ma nella top 10 campeggiano anche la favola in costume *Tajemství staré bambitky 2* e il film ceco più costoso di sempre, *Medieval*, sulle gesta di un guerriero del 1400.

In Germania, dove al box office nel 2022 si è segnato il +93,5% sul 2021, si è registrata una buona performance dei titoli locali che hanno generato il già citato 27% di market share: oltre al film per ragazzi *La scuola degli animali magici 2* (2,3 milioni di presenze) si segnalano *Wunderschön*, confronto a cinque tra donne di età diverse (1,6 milioni di spettatori), la commedia *Guglhupfgeschwader*, buddy movie derivato da una serie di avventure libresche (1,3 milioni di presenze; il precedente, *Kaiserschmarrndrama*, era tra i titoli nazionali del 2021) e *Rheingold*, biografia del rapper tedesco di origine turca Xatar (973mila spettatori).

In Danimarca i film locali continuano a rappresentare una quota importante delle vendite di biglietti. Nel 2022, i titoli danesi hanno generato il 26% del box office, con oltre 3 milioni di spettatori. Quattro film locali, tutti distribuiti da Nordisk Film, si sono assicurati un posto nella top 10. Dietro a *Minions* e *Spiderman: No Way Home*, il titolo più visto, al quinto posto è stato *Bamse*, ritratto di Flemming "Bamse" Jørgensen, cantante pop molto noto in patria e scomparso nel 2011.

Per quanto riguarda l'Italia, ricordiamo che da noi nel 2022 le produzioni locali hanno totalizzato il 19% del box office complessivo, con *La stranezza* (5,4 milioni di euro), *Il grande giorno* (4,3 milioni) e *Me contro te - Persi nel tempo* (3,5 milioni) a guidare la classifica nei maggiori incassi per i film italiani. ➤



Dall'alto in senso orario: la commedia francese *Riunione di famiglia* (*Non sposate le mie figlie 3*), l'animazione spagnola *Taddeo l'esploratore e la tavola di smeraldo*; sempre dalla Spagna la commedia *Padre no hay más que uno 3*; e il family tedesco *La scuola degli animali magici 2*

LA TOP 5 DEL 2022

Diamo ora uno sguardo ai cinque film di produzione nazionale più visti in assoluto in Europa nel 2022. In ordine di arrivo, il franco-belga *Riunione di famiglia* (*Non sposate le mie figlie 3*, titolo originale: *Qu'est-ce qu'on a tous fait a Bon Dieu?*), con 3,8 milioni di spettatori. Una commedia familiare, con canovaccio e cast ben oltre il collaudato. È tallonato da *Belfast* (UK), 3,7 milioni di presenze, secondo film europeo più di successo (escluse le coproduzioni con gli Stati Uniti). In terza posizione l'animazione *Taddeo l'esploratore e la tavola di smeraldo* (Spagna, 3,2 milioni), mentre chiudono il tedesco *La scuola degli animali magici 2* (2,6 milioni) e ancora un titolo spagnolo quale *Padre no hay más que uno 3* (2,4 milioni).

Da notare che, in quattro casi su cinque, si tratta di opere dirette a un pubblico di bambini e ragazzi, o di ambientazione familiare (anche se *Belfast* è comunque una storia di famiglia osservata "ad altezza bambino") e che su cinque produzioni due sono iberiche. Ma soprattutto, sono narrazioni legate a franchise: una conferma dell'attaccamento del pubblico a prototipi già noti e "approvati", che giustifichino l'investimento di tempo e denaro per lo svago per piccoli e famiglie. D'altra parte, fat-





tore che innesca automatismi difficili da abbandonare, a scapito di prodotti più piccoli e innovativi.

DAVIDE CONTRO GOLIA

Osservando le top 5 generali (film nazionali + film internazionali) dei 39 territori, salta all'occhio che i film di produzione locale hanno raggiunto posizioni più alte in classifica nei Paesi dell'Europa del Nord – Finlandia, Danimarca e Norvegia – e dell'Europa Centro Orientale: Romania, Polonia, Slovenia, Slovacchia, Lituania, Estonia e Repubblica Ceca. Spicca il “caso” della Finlandia (25,2% di quota) con *Mielensäpahoittaja Eskorttia etsimästä*, al terzo posto, facendo meglio di *The Batman* e *Avatar 2*. Diretto da Mika Kaurismäki, fratello del più noto Aki, segue le avventure di un anziano scorbuto (“The Grump”) già portate sul grande schermo in due film del 2014 e 2018.

Nel rievocare la resistenza dei marinai norvegesi contro i nazisti durante la Seconda guerra, *Krigsseileren*, candidato agli Oscar come miglior film straniero come *War Sailor*, è arrivato quarto in Norvegia, battendo *Avatar 2* (5° posto).

In Romania *Teambuilding*, satira dell'aziendalismo e di uno dei suoi riti – il meeting motivazionale – ha raggiunto il primo posto della top 5, lasciandosi dietro *Avatar*, *Top Gun*, *Minions* e *Doctor Strange*.

Altre eccezioni vistose si registrano in Albania, Belgio, Estonia (3 titoli locali in top 5, dopo *Avatar* e *Minions*), Lituania, Polonia, Serbia, Slovacchia e

Slovenia. Tra i Paesi non EU, a spiccare è la Turchia, che supera il primato francese con un ragguardevole 46% di prodotto locale, a conferma della tendenza degli ultimi dieci anni sul suo gradimento. *Bergen*, biopic della popolare cantante del titolo, sfregiata dal marito e quindi divenuta simbolo della lotta alla violenza sulle donne, domina la top 5 turca, dove il secondo posto è di *Kesime: İti Ki Varsın Eren*, ricostruzione della vicenda di un adolescente e di un ufficiale caduti nel 2017 nei combattimenti tra l'esercito e il PKK e riconosciuti martiri di guerra (dal terzo posto in giù, *Doctor Strange*, *Avatar* e *Thor*).

Infine, da non dimenticare che alcune produzioni locali europee hanno avuto successo anche oltre confine, come *Triangle of Sadness* (Svezia, Germania, Francia e UK): la corrosiva satira anticapitalista, Palma d'oro a Cannes nel 2022, ha partecipato a oltre una dozzina di festival prima di ottenere tre candidature agli Oscar 2023. Più di 2 milioni di biglietti venduti in Europa e in UK nel 2022, di cui oltre la metà fuori dalla Svezia.

In conclusione, se si confrontano tutte le top 5 dei 39 territori esaminati dal rapporto UNIC, non tanto alla ricerca di

una formula “perfetta” quanto di alcuni indizi, si può ipotizzare che le leve che continuano ad attrarre i pubblici di Paesi diversi verso prodotti nazionali sono – oltre ai sopracitati film per bambini e famiglie – la possibilità di identificazione o la vicinanza a storie, cause, elementi sentiti come vicine (che siano qualità autoctone, accenti comici, esponenti della cultura pop, o traumi del vissuto personale, come gli atti terroristici in Francia).

Tra i motivi dell'avanzata dei *local* nel 2022 va tenuta poi in conto una certa contrazione di prodotto hollywoodiano sperimentata nel periodo pandemico, ma d'altra parte anche una vocazione verso il cinema di qualità che certo contraddistingue i film europei e che paga sulla lunga distanza, se accompagnata da una buona comunicazione e da presenze ai festival (vedi *Triangle of Sadness*).

Preso atto del ruolo ancora strategico della sala per tutti gli altri operatori dell'audiovisivo, il rapporto UNIC prefigura infine, attraverso Gower Street Analytics, che il box office globale 2023 sarà di 32 miliardi di dollari. Quando ne potremo interpretare i dati, alla luce anche di quelli già esposti, sarà ancora più chiaro il peso del prodotto territoriale in rapporto ai pigliatutto statunitensi. In attesa di altre sorprese.

BC

© iStock (1), Solar Films/Aspekt Telefilm-Produktion GmbH/Cuckoo Clock Entertainment (1), Universal Pictures (1), 01 Distribution (1), Kordeis & Kordeis Film GmbH/Leonine Studios/Wago Film (1), Atlasmediar, Bowfinger International Pictures (1), Eagle Pictures (1)



Da sinistra, Daniela Melchior, Emile Hirsch, Sandy Powell, Charlie Murphy, Tiziana Rocca (general manager di Filming Italy Sardegna Festival), Christopher Walken, Alessandro Nivola e Dennis Quaid

PREMI OSCAR E STAR AL FILMING ITALY SARDEGNA FESTIVAL

CHRISTOPHER WALKEN, LAURA DERN, DENNIS QUaid, EMILE HIRSCH E DOMINIC WEST SONO SOLO ALCUNE DELLE CELEBRITÀ CHE HANNO POPOLATO LA 6ª EDIZIONE DELLA MANIFESTAZIONE DIRETTA E PRODOTTA DA TIZIANA ROCCA. ECCO IL RESOCONTO DELL'EVENTO

a cura della redazione



una lunga lista di star quella che popola ogni anno Filming Italy Sardegna Festival, diretto e prodotto da Tiziana Rocca. E la 6ª edizione, che si è tenuta a Forte Village (Cagliari) dal 22 al 25 giugno 2023, non è stata da meno. A partire da due premi Oscar: l'attore Christopher Walken e l'attrice Laura Dern. Ma tra le celebrità internazionali premiate e protagoniste dell'evento di quest'anno trovia-



L'attrice premio Oscar Laura Dern



Il regista Matteo Garrone



L'attrice Claudia Gerini



L'attore Dennis Quaid con il Filming Italy Lifetime Achievement Award

mo anche Dennis Quaid, Emile Hirsch e Dominic West, a cui si aggiungono Sandy Powell, Daniela Melchior, Emmanuelle Béart, Clotilde Courau, Samuel Arnold, Bruno Guery, Charlie Murphy, Jean-Paul Salomé e Nasim Eshqi (in collegamento streaming anche Richard Gere e Rosario Dawson). Mentre tra i talenti italiani hanno partecipato la madrina Francesca Chillemi, Matteo Garrone, Claudia Gerini, Paola Cortellesi, Riccardo Milani, Ilenia Spada, Fausto Brizzi, Ilenia Pastorelli, Marco Bocci, Pietro Sermonti, Gabriele Lavia, Ricky Memphis, Alessandro Nivola, Volfango De Biasi, Ornella Muti, Gabriele Lavia, Lodo Guenzi, Valerio Aprea, Martina Stella e Paola Turani. In questi giorni sono stati presentati oltre 50 titoli, >

L'attore Dominic West



L'attrice francese Emmanuelle Béart



Da sinistra: Tiziana Rocca, Christopher Walken, Dennis Quaid, Lucia Borgonzoni (senatrice e sottosegretario di Stato del MiC), Emile Hirsch e Alessandro Nivola



Il regista e sceneggiatore Fausto Brizzi



Il panel industry dal titolo "La sala cinematografica allunga la stagione e si prepara alla Revolution. Come si sta organizzando il mercato dell'audiovisivo verso le nuove sfide anche internazionali?". Sul palco, da sinistra, Chiara Sbarigia (presidente Cinecittà), la senatrice Lucia Borgonzoni (sottosegretario di Stato MiC), il moderatore Simone Gialdini (direttore generale Anec), Tiziana Rocca, Federica Lucisano (AD presso Lucisano Media Group), Paolo Del Brocco (AD Rai Cinema) e Roberto Stabile (Advisor for Intl. Rel. & In Charge for Special Projects DGCA MiC)

tra film, anteprime, serie Tv, documentari, docu-film e cortometraggi, a cui hanno potuto assistere tutti gli ospiti presenti al festival e gli studenti delle scuole che hanno composto l'Academy Cinema, tra proiezioni online, le sale di Forte Village e il Notorious Cinema di Cagliari.

«Sono particolarmente felice e soddisfatta dei risultati raggiunti da questa sesta edizione del Filming Italy Sardegna Festival», ha dichiarato Tiziana

Rocca, General Director della manifestazione. «Il notevole sforzo produttivo di quest'ultimo periodo ha dato vita a un'edizione speciale che continua a stupirci anno dopo anno con traguardi inaspettati. Una delle principali missioni di questo Festival è quella di far riavvicinare il pubblico al cinema, di far tornare le persone in sala anche d'estate, specialmente in questo periodo che presenta ancora moltissime criticità, ed essendo una delle pochissime direttrici artistiche donna di un festival a livello europeo, percepisco questo

L'attrice Ornella Muti con il premio speciale alla carriera





L'attrice Paola Cortellesi, Tiziana Rocca e il regista Riccardo Milani



L'attore Alessandro Nivola con il Filming Italy Creativity Award

impegno in maniera molto personale». E continua: «Abbiamo avuto moltissimi incontri e proiezioni in presenza, ma anche panel e masterclass che è stato possibile seguire dal vivo così come online, dando spazio al cinema, alla televisione, alla musica e all'intero mondo dell'intrattenimento. Un festival che punta all'inclusione e all'empowerment femminile, ma quest'anno abbiamo parlato anche di pace, ambiente, inclusione e nuovi linguaggi. Ancora una volta abbiamo creato un momento di connessione unico tra il mondo dell'intrattenimento del nostro Paese e quello estero, promuovendo l'internazionalizzazione del prodotto culturale ma anche dei nostri territori».

Durante la manifestazione, spazio anche al mondo industry con un convegno dal titolo dal titolo "La sala cinematografica allunga la stagione e si prepara alla Revolution. Come si sta organizzando il mercato dell'audiovisivo verso le nuove sfide anche internazionali?", organizzato in collaborazione con Apa. Moderato da Simone Gialdini (direttore generale Anec), il convegno ha visto tra i relatori la senatrice Lucia Borgonzoni (sottosegretario di Stato MiC), Nicola Borrelli (DG Cinema), Paolo Del Brocco (AD Rai Cinema), Roberto Stabile (Advisor for Intl. Rel. & In Charge for Special Projects DGCA MiC), Chiara Sbarigia (presidente Cinecittà), Mario Lorini (presidente Anec), Luigi Lonigro (presidente unione editori e distributori Anica), Federica Lucisano (AD presso Lucisano Me-



L'attrice Ilenia Pastorelli



L'attore Emile Hirsch con il Filming Italy Creativity Award

dia Group), Marta Donzelli (presidente CSC), Andrea Scrosati (Group Chief Operating Officer, Fremantle), Alessandro Araimo (General Manager Italy & Iberia di Warner Bros. Discovery) e Maria Pia Ammirati (direttrice di Rai Fiction).

Anche quest'anno il Filming Italy Sardegna Festival si è svolto in collaborazione con APA - Associazione Produttori Audiovisivi presieduta da Giancarlo Leone, con il Patrocinio della Regione Autonoma della Sardegna, del Comune di Cagliari, del Consorzio Costa Smeralda e con la collaborazione di Forte Village.

BO



L'attore Ricky Memphis

© courtesy of Filming Italy Sardegna Festival (16), Shutterstock (1)

IN ARRIVO DALLA CROISSETTE

I FILM ACQUISITI AL MARCHÉ DU FILM O PASSATI DAL FESTIVAL DI CANNES CHE ANDRANNO AD ARRICCHIRE I LISTINI DELLE CASE DI DISTRIBUZIONE ITALIANE

a cura della redazione



Sopra, da sinistra a destra: *Terrestrial Verses* dei due registi iraniani Ali Asgari e Alireza Khatami, *Rien à perdre* con Virginie Efira, *Monster* del maestro giapponese Kore'eda Hirokazu, *The Zone Of Interest*, prodotto da A24



nche quest'anno è lungo e variegato l'elenco dei film che le case di distribuzione italiane hanno acquisito al Marché du Film o che, passati tra le varie sezioni del Festival di Cannes, arriveranno nei nostri cinema.

Da Un certain regard, **Academy Two** porterà nelle sale italiane *Terrestrial Verses*, di Ali Asgari e Alireza Khatami: un'operazione di resistenza civile in cui i due registi riescono a comunicare il senso di frustrazione e la necessità di ribellione del popolo iraniano.

Due le acquisizioni per **Adler Entertainment**: la commedia *Goodrich* di Hallie Meyers-Shyer (figlia d'arte della regista Nancy Meyers) con Michael Keaton, Mila Kunis e Andie MacDowell, e il lungometraggio animato tratto dall'omonima serie Tv *Puffin Rock and the New Friends*.

Dopo il film *Close* di Lukas Dhont che nel 2022 aveva ottenuto il Gran Prix speciale della Giuria, continua la collaborazione tra **Bim Distribuzione e Lucky Red** che insieme quest'anno hanno acquisito *Monster* del maestro giapponese Hirokazu Kore-eda e *Fallen Leaves* del finlandese Aki Kaurismäki.

Avendo citato **Lucky Red**, da Cannes la società guidata da Andrea Occhipinti arricchisce il proprio listino con *La Passion De Dodin Bouffant*, su un gourmet incarnato da Benoît Magimel e affiancato dalla cucciniera Juliette Binoch, con il nuovo film di Todd Haynes *May December* con Julianne Moore e Natalie Portman, e con l'ultima fatica di Ken Loach *The Old Oak*.

Sei le acquisizioni di **Eagle Pictures**. Ovvero: il nuovo film da regista di Mel Gibson con Mark Wahlberg *Flight Risk*; il thriller storico *Assassination* di David Mamet attorno all'omicidio del presi-

dente John Fitzgerald Kennedy, con un cast all-star composto da Al Pacino, Viggo Mortensen, John Travolta, Shia LaBeouf; l'action *Cooler* di Drew Pearce con Dave Bautista; *Baby Girl* di Halina Reijn, con Nicole Kidman e Antonio Banderas su una famiglia perfetta sconvolta da una passione inaspettata; l'horror *The Monkey* con al centro una scimmia giocattolo impossessata dal diavolo, tratto da un racconto di Stephen King; e dalle pagine di King è ispirato anche *The Life Of Chuck* di Mike Flanagan, con Tom Hiddleston e Mark Hamill.

Ricchissimo il bottino di **I Wonder Pictures**. Dalla Selezione Ufficiale, la casa di distribuzione bolognese ha acquisito l'ambitissimo *The Zone of Interest* di Jonathan Glazer prodotto da A24, *Le Retour* di Catherine Corsini, *L'Abbé Pierre - Une vie de combats* di Frédéric Tellier (Fuori Concorso) e, nella sezione Special Screenings, *Robot Dreams*, prima incursione nel cinema d'animazione del pluripremiato regista Pablo Berger. Poi, i nuovi film di Martin Provost con *Bonnard, Pierre et Marthe* e di Michel Gondry *The Book of Solutions*, e, dalla Semaine de la Critique, *Vincent Must Die* di Stephan Castang e *Ama Gloria* di Marie Amachoukeli. E ancora *Four Daughters* di Kaouther Ben Hania, il film d'apertura dell'Un Certain Regard *The Animal Kingdom* di Thomas Cailley, il lungometraggio d'esordio del rapper Baloji *Augure*, e *The Sweet East* di Sean Price Williams.

Tra le acquisizioni di **Minerva Pictures** (fatte con Blue Swan), si segnalano *Not Without Hope*, sulla straordinaria storia vera di sopravvivenza di 4 ragazzi bloccati in mare aperto già raccontata nel best-seller di Nick Schuyler, con Zachary Levi, Josh Duhamel, Jobeth Williams e Quentin Plair nel cast, e l'action *Ala-* ➤

LE ACQUISIZIONI DA CANNES

ACADEMY TWO

- *Terrestrial Verses* di Ali Asgari, Alireza Khatami

ADLER ENTERTAINMENT

- *Goodrich* di Hallie Meyers-Shyer
- *Puffin Rock and the New Friends* di Jeremy Purcell

BIM DISTRIBUZIONE e LUCKY RED

- *Monster* di Hirokazu Kore-eda
- *Fallen Leaves* di Aki Kaurismäki

EAGLE PICTURES

- *Flight Risk* di Mel Gibson
- *Assassination* di David Mamet
- *Cooler* di Drew Pearce
- *Baby Girl* di Halina Reijn
- *The Monkey* di Osgood Perkins
- *The Life Of Chuck* di Mike Flanagan

LUCKY RED

- *La Passion de Dodin Bouffant* di Tràn Anh Hùng
- *May December* di Todd Haynes
- *The Old Oak* di Ken Loach

I WONDER PICTURES

- *Le Retour* di Catherine Corsini
- *L'Abbé Pierre - Une vie de combats* di Frédéric Tellier
- *Robot Dreams* di Paolo Berger
- *Bonnard, Pierre et Marthe* di Martin Provost
- *The Book of Solutions* di Michel Gondry

- *Vincent Must Die* di Stephan Castang
- *The Zone of Interest* di Jonathan Glazer
- *Four Daughters* di Kaouther Ben Hania
- *The Animal Kingdom* di Thomas Cailley
- *Augure* di Balaji
- *The Sweet East* di Sean Price Williams
- *Ama Gloria* di Marie Amachoukeli

MINERVA PICTURES

- *Not Without Hope* di Joe Carnahan
- *Alarum* di Michael Polish

PLAION PICTURES

- *Damaged* di Terry McDonough
- *Back to Reality* di Anders Thomas Jensen
- *My Sweet Monster* di Viktor Glukhushin e Maksim Volkov
- *Carousel* di Simon Sandquist
- *Panico* di Simone Scafidi
- *City Hunter The Movie: Angel Dust* di Kenji Kodama

WANTED CINEMA

- *Wolf Walk* di Jean-Michel Bertrand
- *Lynx* di Laurent Geslin
- *Rien a perdre* di Delphine Deloget
- *Il teorema di Margherita* di Anna Novion
- *Toni* di Nathan Ambrosioni
- *Strangers by Night* di Alex Lutz
- *The Nature of Love* di Monia Chokri
- *Only the River Flows* di Shujun Wei
- *Let me go* di Maxime Rappaz
- *The Genius of Gianni Versace* di Salvatore Zannino e Scott Cardinal
- *La sindrome degli amori passati* di Anna Sirot e Raphael Balboni

rum con Sylvester Stallone e Scott Eastwood.

Sei i titoli comprati da **Plaion Pictures**: il thriller *Damaged* di Terry McDonough (regista di *Breaking Bad* e *Better Call Saul*) con Samuel L. Jackson e Vincent Cassel; la black comedy *Back to Reality* firmata dal premio Oscar® Anders Thomas Jensen (*Le mele di Adamo*) con Mads Mikkelsen; il film d'animazione per famiglie *My Sweet Monster* di Viktor Glukhushin, Maksim Volkov, dai produttori de *Lo schiaccianoci e il flauto magico*; l'horror "a tema Halloween" *Carousel* di Simon Sandquist, con Omar Rudberg, Amanda Lindh, Emil Algeus; e sempre nel terreno dell'horror si muove il documentario *Panico* di Simone Scafidi sul maestro del brivido Dario Argento attraverso le testimonianze, tra gli altri, di Guillermo del Toro e Nicolas Winding Refn. Poi ancora l'anime *City Hunter The Movie: Angel Dust*, tratto dal manga di Tsukasa Hojo.

Tante, infine, le acquisizioni di **Wanted Cinema**: tanti film che la società vuole condividere col suo pubblico nel 2024 per festeggiare i suoi primi dieci anni di vita. Tra questi: *Wolf Walk* in cui il regista Jean-Michel Bertrand ha seguito le tracce dei lupi nomadi dopo *La vallée des Loups* del 2017 (più di 200.000 spettatori in Francia); *Lynx*, presentato nella selezione ufficiale di Locarno, di e con Laurent Geslin, fotografo naturalista di fama internazionale; *Rien à perdre*, di Delphine Deloget, con una bravissima Virginie Efira, che ha commosso il pubblico e la stampa della Croisette. E ancora, *Il teorema di Margherita* di Anna Novion, *Toni* di Nathan Ambrosioni con l'attrice di *Call my agent* Camille Cottin; *Strangers by Night* di Alex Lutz dove un litigio sulla metro di Parigi è solo l'inizio di una notte imprevedibile e folle; *The Nature of Love* di Monia Chokri, intensa riflessione sulla complessità delle relazioni amorose; *Only the River Flows* diretto dal giovanissimo Shujun Wei, ambientato nella Cina degli anni '90 ma con atmosfere alla *Twin Peaks*; *Let Me Go* di Maxime Rappaz con Jeanne Balibar; il documentario *The Genius of Gianni Versace*, di Salvatore Zannino e Scott Cardinal. Infine, accolto da risate e applausi alla Semaine de la Critique, *La sindrome degli amori passati* di Anna Sirot e Raphael Balboni (già registi di *La Folle Vita*, distribuito lo scorso giugno da Wanted).

A sinistra l'animation *My Sweet Monster* (dai produttori de *Lo schiaccianoci e il flauto magico*) e, sotto, *May December* con Julianne Moore e Natalie Portman



© Gregoire Lentini/Marché du Film (1), Courtesy of Lucky Red (1), Sarvin Zabeifon/Academy Two (1), Courtesy of Wanted Cinema (1), Courtesy of Minerva Pictures (1), Courtesy of Film/Lucky Red (1), Courtesy of Plaion Pictures (1), Courtesy of Lucky Red (1)

copertura
attenzione
relazione

scopri l'offerta su raipubblicita.it

Rai Pubblicità

L'attore Sean Connery alla guida di un motoscafo in occasione del Festival di Venezia (1967)



© Getty Images



thewashingmachine.it

UNO SPETTACOLO DI TARGET.

*Dicembre 2019 GfK - Analisi acquirenti DCA

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.

AD OGNI SOLUZIONE, IL SUO PROBLEMA

Pierre
Ninoy

PARTIZAN FILMS
presenta

Blanche
Gardim

Il libro delle soluzioni

- The Book of Solutions -

dal regista di
"Se mi lasci ti cancello"

Michel
Gondry

QUINZAINE
DES CINÉASTES
SOCIÉTÉ DES FÉLIBRETTES
CANNES 2023

FRANÇOISE LEBRUN FRANKIE WALLACH CAMILLE RUTHERFORD VINCENT ELBAZ

PARTIZAN FILMS PRESENTA LE LIVRE DES SOLUTIONS. MOURAD BOUDAOUO SACHA BOURDO. MUSIQUE ORIGINALI ETIENNE CHARRY. DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA LAURENT BRUNET (AFC)
SONDRI: GUILLAUME LE BRAZ JEAN NOËL YVEN DOMINIQUE GABORIEAU. MONTAGGIO ELISE FIEVEI. SCENOGRAFIA PIERRE PELL. COSTUMI FLORENCE FONTAINE
CASTING SARAH TEPER. SEGRETERIA DI EDIZIONE CAROLE FEVRE. DIRETTORE DI PRODUZIONE ERIC CHABOT. DIRETTRICE DI POSTPRODUZIONE MARGERIE ARGENTIN. PRODOTTO DA GEORGES BERDMANN
UN FILM SCRITTO E DIRETTO DA MICHEL GONDRY. CON LA PARTECIPAZIONE DI CANAL+ e CINE+ IN ASSOCIAZIONE CON THE JOKERS FILMS e KINOLOGY
IN ASSOCIAZIONE CON INDÉFILMS 11, CINÉMAGE 17, COFINOVA 10 e CINEAIXE 4. CON IL SOSTEGNO DE LA RÉGION OCCITANIE. IN COLLABORAZIONE CON CNC

partizan CANAL+ CINE+ 100% INDÉFILMS CinémaGé CINEAIXE 4



CRÉATION SILENZIO PHOTO: YVES LEBLANC

I WONDER
PICTURES

Unipol Biografilm
COLLECTION

DA NOVEMBRE AL CINEMA

Co-funded by the
Creative Europe MEDIA Programme
of the European Union

6
mymovies.it