

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

BOXOFFICE

www.e-uesse.it

ANNO XXV - N. 1/2 - GENNAIO-FEBBRAIO 2021

INCASSI

I dati Cinetel 2020

ORIENTE

La ripartenza
in Cina

HOLLYWOOD

Intervista a
Charles Rivkin,
MPA



PRODUZIONE, UN CANTIERE ALL'OPERA

IN ATTESA DELLA RIAPERTURA DELLE SALE, ALCUNI TRA I PRINCIPALI PRODUTTORI PRESENTANO I LORO FILM IN ARRIVO, I SET AVVIATI (O AI NASTRI DI PARTENZA), E RIFLETTONO SUL FUTURO DEL CINEMA

MOMPRACEM E RAI CINEMA
PRESENTANO



DIABOLIK

PROSSIMAMENTE AL CINEMA



Rai Cinema

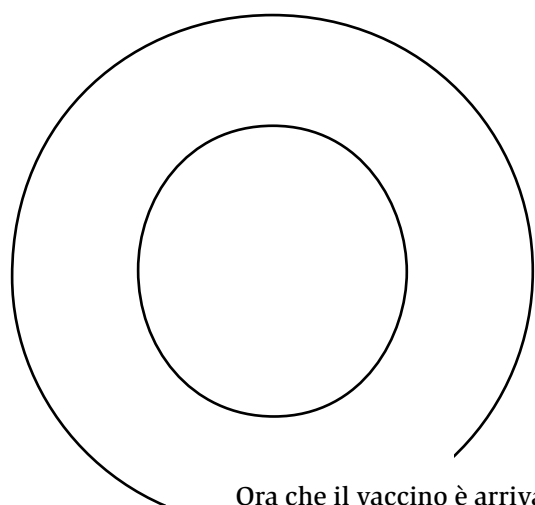


CRÉDIT AGRICOLE
VITA



#DIABOLIKFILM

I CINEMA VANNO RIAPERTI



Ora che il vaccino è arrivato, pur con tutti i limiti del caso, si apre un orizzonte di speranza. Ma si apre anche un periodo di interregno, perché ci vorranno mesi per vaccinare gran parte della popolazione italiana. Per questo – senza perdere di vista la curva dei contagi – resta essenziale una pianificazione graduale di ritorno alla normalità che tenga conto anche delle sale. Attività, quella dei cinema, troppo a lungo considerata pericolosa per la salute in quanto luogo chiuso e, come ultimamente riportato con maggior insistenza dalla stampa, a causa delle code all'ingresso. A questo punto sorge un interrogativo... Per le festività natalizie abbiamo permesso dieci giorni di shopping intensivo, tollerando code senza fine all'esterno dei negozi, folle lungo le vie

e assembramenti di ogni tipo all'interno di esercizi e centri commerciali. Perfino in chiesa, pur con contingentamento posti, igienizzazione e distanziamento, la fila per la comunione era permessa. Quindi, per quale ragione la coda ai cinema sarebbe più pericolosa? Per quale ragione sarebbe più pericoloso guardare un film in sala, con conseguente sanificazione degli ambienti, anziché chiudersi alla Rinascente per una o due ore senza alcun tipo di distanziamento? Se le misure di sicurezza sono rispettate, i cinema vanno riaperti. Ma in tutta Italia, non a macchia di leopardo, con alcune regioni sì e altre no. Anche perché, in quest'ultimo caso, difficilmente una distribuzione si assumerà il rischio di uscire con un nuovo film. Se ci sono le condizioni, riapriamo, ripartiamo, e magari in estate, con più vaccinati e la curva dei contagi ridotta al minimo, si potrà dar vita a una Festa del cinema o a una campagna promozionale su scala nazionale. Il pubblico faticherà a tornare in sala? Forse, ma dobbiamo iniziare a dar credito alle persone, al loro desiderio di tornare a una normalità, e credere nel nostro business. Altrimenti, è meglio ammettere la sconfitta e attendere l'ipotetico giorno in cui il virus sarà sconfitto definitivamente. Sempre che qualche cinema sia ancora in grado di riaprire...

di Paolo Sinopoli



COVER STORY
FILM PRONTI.
RIPRESE IN
CORSO. LE SFIDE
DEL MERCATO

In attesa della riapertura delle sale, alcuni produttori presentano i loro film in arrivo, i set avviati, e riflettono sul futuro del settore audiovisivo

© Samuele Gaudio



34

34

INCASSI

2020, UN BOX OFFICE
DA DIMENTICARE

Presentiamo l'analisi completa dei dati Cinetel in Italia

46

HOLLYWOOD

NON TEMO IL FUTURO

Charles Rivkin, chairman e Ceo della Motion Picture Association (MPA), si confronta con il difficile momento storico

54

ORIENTE

CINA, IL MIRACOLO
ANNUNCIATO

Uno sguardo alla politica messa in atto nel Paese del Dragone per arginare il Covid e per riavviare il settore cinematografico

62

INTERVISTE

IL CINEMA NON VERRÀ
MAI MENO

Il punto di vista di Fabio De Luigi sul futuro della sala, sull'uscita streaming del suo ultimo film e sulle grandi trasformazioni in corso nella produzione

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS
BOXOFFICE

Anno XXV N. 1/2
 GENNAIO-FEBBRAIO 2021

Direttore responsabile

Vito Sinopoli

Responsabile di redazione Paolo Sinopoli

Redazione Valentina Tortaschi

Hanno collaborato Ilaria Ravarino

Redazione grafica Alda Pedrazzini (caposervizio)

Illustrazione in Cover Samuele Gaudio

Coordinamento tecnico Paola Lorusso

Traffico Elisabetta Pifferi

elisabetta.pifferi@e-duesse.it - 02.27796223

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 addeetti al trattamento, rivolgersi al Responsabile del trattamento che è il Titolare di Duesse Communication Srl - Viale Giulio Richard, 1 - Torre A - 20143 Milano. I dati potranno essere trattati da addeetti incaricati preposti agli abbonamenti, al marketing, all'amministrazione e potranno essere comunicati a società esterne, per le spedizioni della rivista e per l'invio di materiale promozionale.

Pubblicazione quindicinale 16 numeri all'anno - Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n°46) art. 1, comma 1, DCB Milano Reg. Trib. Milano n. 238 del 7/5/94 - Iscrizione Registro Nazionale della Stampa n. 9380 del 11/4/2001 - ROC n. 6794

Fotolito Target Color srl, Milano.

Stampa Galli Thierry Stampa srl Milano

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

Arretrati 7,55 euro + spese postali

Abbonamento 25 euro via ordinaria

Copyright Tutti i diritti sono riservati.

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

DUESSE COMMUNICATION S.r.l.

Viale Giulio Richard, 1 - Torre A - 20143 Milano

Tel. 02.277961 - Fax 02.27796300

Questo numero di *Box Office* è stato chiuso in redazione l'11/01/2021

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA DI SETTORE

SCOPRI COME ABBONARSI A BOX OFFICE



Scopri tutte le offerte di abbonamento su:

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

servizi@abbonamenti@e-duesse.it
 Tel. 02/277961



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



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

ANDATE NEGLI STORE DEI VOSTRI DEVICE E SCARICATE L'APP GRATUITA: SARETE, COSÌ, SEMPRE PUNTUALMENTE INFORMATI, DOVE E QUANDO VORRETE. CI SONO DIVERSI MODI DI LEGGERE BOX OFFICE. SCEGLIETE IL VOSTRO



GOON FILMS LUCKY RED E RAI CINEMA PRESENTANO

DAL REGISTA DI **LO CHIAMAVANO JEEG ROBOT**
皆はこう呼んだ「鋼鉄ジーク」



UN FILM DI **GABRIELE MAINETTI**
FREAKS OUT
PROSSIMAMENTE AL CINEMA

GOON FILMS LUCKY RED DISTRIBUZIONI Rai Cinema GPF voo Be tv CALABRIA FILM MISSION CASAKAFKA Belfius 01

SEGUICI SU 01 DISTRIBUTION

BJF PH-ANTONELLO MONTESI

VISION [ON SET]



CHI HA INCASTRATO BABBO NATALE?

UN FILM DI
ALESSANDRO SIANI



DALL' INTERNO

(TITOLO PROVVISORIO)

UN FILM DI
LEONARDO DI COSTANZO



BRADO

UN FILM DI
KIM ROSSI STUART



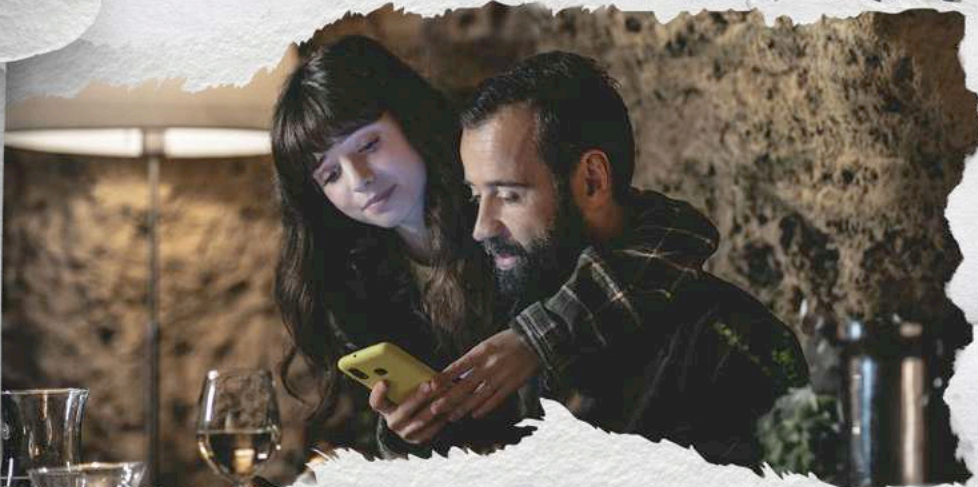
IL SILENZIO GRANDE

UN FILM DI
ALESSANDRO GASSMANN



I CASSAMORTARI

UN FILM DI
CLAUDIO AMENDOLA



GENITORI VS INFLUENCER

UN FILM DI
MICHELA ANDREOZZI



MORRISON

UN FILM DI
FEDERICO ZAMPAGLIONE



STATE A CASA

UN FILM DI
ROAN JOHNSON



LO STRANO CASO DELLA PIATTAFORMA DELLA CULTURA

Ammettiamolo: l'annuncio di una piattaforma della cultura, battezzata ITsART (www.itsart.tv), non è arrivato nel momento migliore. A dire il vero, se questo progetto non era ben visto dal mercato già dai primi accenni del ministro Dario Franceschini, a maggior ragione è stato stigmatizzato all'annuncio di fine novembre, nel pieno di una crisi senza precedenti per il mondo del cinema. Industria e stampa sono insorte – non senza ragioni – con molteplici obiezioni: era necessaria l'ennesima piattaforma streaming? Perché coinvolgere Chili e non contare su altre società pubbliche? I 10 milioni di euro del Mibact non potevano essere usati diversamente?

Obiezioni legittime sorte nell'apprendere che il consiglio di amministrazione di Cassa depositi e prestiti (Cdp) ha dato il via libera alla costituzione di una nuova società controllata al 51% da Cdp, che verserà 9 milioni di euro cash, e al 49% dalla piattaforma streaming Tvod Chili, che metterà a disposizione un controvalore di 9 milioni di euro in larga parte in infrastruttura tecnologica e know-how, e in piccola parte in cash. A questi vanno poi aggiunti altri 10 milioni di euro del Mibact. Milioni che, a detta di molti, potevano essere usati diversamente, specialmente ora che bisogna

far fronte alla chiusura forzata delle sale e al rilancio del grande schermo. L'obiettivo della piattaforma sembrerebbe (il condizionale è doveroso in questa fase preparatoria) quello di distribuire in streaming – gratuitamente e a pagamento – tutta la cultura e l'arte italiana nel mondo: dai festival di cinema ai musei, dalle mostre d'arte agli spettacoli teatrali, dal turismo al balletto e alla musica leggera. Il sistema di ticketing, a cura di Chili, sarebbe in funzione per chi vuole assistere a opere, concerti e spettacoli in presenza fisica o in streaming (in Italia o dall'estero), e per chi vuole acquistare merchandising, promozioni e voucher come forma di sostegno al comparto fortemente schiacciato dal Covid e dalle chiusure.

Ma, nonostante le buone intenzioni di chi ha ideato questa piattaforma, sono sotto gli occhi di tutti le numerose zone d'ombra. Ci si chiede, ad esempio, come mai sia stata coinvolta una società privata come Chili e non una pubblica come Rai, che può già

contare sull'infrastruttura tecnologica e sul know-how di RaiPlay, o come Cinecittà, forte di uno sconfinato archivio audiovisivo interamente digitalizzato e con cui Cdp sta avviando un piano di espansione. Senza parlare del David di Donatello, che poteva essere un ulteriore partner su cui fare affidamento. Inoltre, negli ultimi bilanci disponibili, Chili risulta in difficoltà finanziarie (seppur in lenta risalita) e, agli occhi di molti, questa intesa è sembrata una strana coincidenza per risolverne le sorti. Non ha aiutato a far luce sulle zone d'ombra neanche il comunicato di Chili, corsa subito ai ripari sentendosi nell'occhio del ciclone, dal titolo "Piattaforma della cultura: Chili spa chiarisce il suo ruolo". Una nota che, oltre a non aggiungere nulla di nuovo, rilascia informazioni approssimative sulla società senza entrare nel merito di numeri, ricavi, livello di indebitamento (peraltro riportato dalla stampa, compreso *Box Office*) e tempistiche. Un comunicato, quindi, che ha gettato ulteriore ombra su un progetto dai contorni poco lineari. Ci auguriamo che nel prossimo futuro si ripensino certe logiche, si valuti il coinvolgimento di Rai e Cinecittà, valorizzando le società pubbliche ed evitando sprechi inutili che non giovano a un settore già piegato da un 2020 da dimenticare... (ps)

SUPEREROI

regia di **PAOLO GENOVESE**
con **Alessandro Borghi, Jasmine Trinca,**
Vinicio Marchioni, Greta Scarano

IL GIUDIZIO

regia di **GIANLUCA MATTEI** e **MARIO SANZULLO**
con **Fortunato Cerlino, Caterina Murino,**
Fabrizio Nevola, Tobia De Angelis, Sandra Ceccarelli

UNA FEMMINA

regia di **FRANCESCO COSTABILE**
con **Fabrizio Ferracane,**
Annamaria De Luca

CON TUTTO IL CUORE

un film di **VINCENZO SALEMME**

LA TANA DELLA TIGRE

regia di **BRANDO QUILICI**
con **Sunny Pawar**

CHIAMATE UN DOTTORE

regia di **GUIDO CHIESA**
con **Diego Abatantuomo, Frank Matano**

IL PRIMO GIORNO DELLA MIA VITA

regia di **PAOLO GENOVESE**
con **Toni Servillo, Valerio Mastandrea, Margherita Buy, Sara Serraiocco, Giorgio Tirabassi**

**SIAMO PRONTI
A RIACCENDERE INSIEME
IL GRANDE SCHERMO**



medusa.it

FILM RIPRESE LE SFIDE

PRONTI. IN CORSO. DEL MERCATO

IL SETTORE DELLA PRODUZIONE È QUELLO DOVE, PIÙ DI OGNI ALTRO, SI (RI)COSTRUISCE IL CINEMA DI DOMANI. DA MAGGIO SI È TORNATI A GIRARE IN SICUREZZA, MOLTI FILM SONO STATI ULTIMATI E L'OFFERTA 2021 È RICCA E VARIEGATA. IN ATTESA DELLA RIAPERTURA DELLE SALE, ALCUNI RAPPRESENTANTI DELLE PIÙ IMPORTANTI SOCIETÀ PRESENTANO I LORO CATALOGHI TRA PRODUZIONI E COPRODUZIONI TERMINATE, SET AVVIATI E PROGETTI FUTURI. E RIFLETTONO SULLE PROVE E LE OPPORTUNITÀ CHE IL SETTORE CINEMATOGRAFICO DOVRÀ AFFRONTARE NEI PROSSIMI MESI

a cura della **redazione**

TANTISSIMI FILM PER SOSTENERE L'INDUSTRIA

PAOLO DEL BROCCO

AMMINISTRATORE DELEGATO DI RAI CINEMA

1. Quali sono le vostre produzioni già ultimate?

Pronta per uscire nelle sale ormai da diversi mesi è la commedia action di Massimiliano Bruno *Ritorno al crimine*, alla quale si affiancano due titoli di punta del nostro listino che sarebbero dovuti approdare nei cinema durante il periodo natalizio, ma poi bloccati dalla seconda chiusura dell'esercizio: *Freaks Out* di Gabriele Mainetti e *Diabolik* dei Manetti Bros. Oltre a questi tre film che saranno distribuiti non appena si riaccenderanno le luci in sala, in "pancia" abbiamo poi *Tre piani* di Nanni Moretti – la cui release è ancora da definire –, *Il materiale emotivo* di Sergio Castellitto, tratto da una sceneggiatura di Ettore Scola con Bérénice Bejo e Matilda De Angelis, *La terra dei figli* di Claudio Cupellini e il musical *The Land of Dreams* di Nicola Abbattangelo, un'opera prima sorprendente. Tra le numerosissime produzioni targate Rai Cinema che hanno concluso le riprese dopo il lockdown rientrano invece: *Comedians* di Gabriele Salvatores, *Qui rido io* di Mario Martone, *L'ombra di Caravaggio* di Michele Placido con Riccardo Scamarcio; *I fratelli De Filippo* di Sergio Rubini; *Resilient* di Roberto Faenza, un film dal respiro internazionale; *Il bambino nascosto* di Roberto Andò; *Dall'interno* di Leonardo Di Costanzo con Toni Servillo e Silvio Orlando; *Il venditore di donne* di Fabio Resinaro dal romanzo di Giorgio Faletti; *Marilyn ha gli occhi neri* di Simone Godano con Miriam Leone e Stefano Accorsi; *Settembre* di Giulia Steigerwalt, opera prima con Fabrizio Bentivoglio, Barbara Ronchi e Thony; *Mon-docane*, opera prima di Alessandro Celli

con Alessandro Borghi e Barbara Ronchi; *Per tutta la vita* di Paolo Costella, commedia dal cast importante con Ambra Angiolini, Luca e Paolo, Carolina Crescentini e Claudia Gerini; *Bla bla baby*, il nuovo film di Fausto Brizzi con concept che intreccia *Senti chi parla* e *Baby Boss*; l'ironico *Scuola di mafia* di Alessandro Pondi.

2. Con quali film siete sul set in questo momento? Quali progetti avete in cantiere e quando inizierete le riprese?

Tra i progetti in fase di lavorazione, a dicembre sono partiti i set di *La befana vien di notte - Le origini* di Paola Randi (prequel del film di Michele Soavi del 2018) e *Delta* di Michele Vannucci con Alessandro Borghi, mentre abbiamo in cantiere i nuovi film di importanti registi quali Pupi Avati (*Dante*), Gianni Amelio (*Il signore delle formiche*), Leonardo Pieraccioni, Stefano Sollima (*Colt*), Marco Bellocchio, Sydney Sibilia, Alice Rohrwacher e Pietro Marcello. Insomma, i progetti in lavorazione sono davvero numerosi. Rai cinema produce tanto cinema diverso, per pubblici diversi, sostenendo la realizzazione, in media, di 50-70 titoli all'anno. La filosofia alle spalle del nostro impegno produttivo, soprattutto in questo periodo emergenziale, è stata quella di sostenere l'industria e dare impulso al settore, co-finanziando il maggior numero di produzioni, dai film di autori affermati alle opere prime, dalle co-produzioni internazionali ai progetti indipendenti. In questi mesi di lockdown, Rai Cinema si è data come priorità la mission industria-

L'ombra di Caravaggio di Michele Placido, con Riccardo Scamarcio



le di supportare tutto quello che poteva ripartire; in primis perché, banalmente, produrre un film significa dare lavoro alle persone. E poi, ora più che mai, il cinema italiano – che è quello finanziato da Rai Cinema – diventa strategico per la ripartenza: considerando lo slittamento in avanti delle release di diversi blockbuster made in Usa, i nostri film avranno il compito di attrarre il pubblico e farlo tornare in sala.



A destra, *Marilyn ha gli occhi neri* con Miriam Leone e Stefano Accorsi. In basso, *Per tutta la vita* con Ambra Angiolini, Fabio Volo, Carolina Crescentini, Claudia Gerini, e Luca e Paolo



3. Quali sono le sfide da affrontare nei prossimi mesi per il mercato audiovisivo?

La sfida principale sarà far tornare il pubblico sala. E questo soprattutto alla luce del fatto che in Italia registriamo un livello produttivo molto elevato: realizzando un numero cospicuo di film (processo che è un

bene in sé, perché la produzione nazionale compone il racconto del nostro Paese), si deve tornare a dare uno sfruttamento economico a questi titoli, e la sala è il primo passaggio economico di un film, a cui poi seguono tutti gli altri sfruttamenti. Detto questo, il mondo è cambiato ed è necessaria da parte di tutti una maggiore flessibilità

sulla questione della riduzione delle window; riduzione che, per altro, è già in atto. Il fatto che ci sia più flessibilità sulle finestre può essere anche un bene per un certo tipo di film, visto che il rischio di un sovraffollamento, non solo di titoli italiani, alla riapertura è reale. Anche se le piattaforme stanno ricoprendo un ruolo sempre di maggior rilievo nel mercato audiovisivo, sono convinto che lo sfruttamento in sala sarà sempre un passaggio fondamentale nella catena di valorizzazione economica di un film.

4. Il budget delle produzioni avanzato nel 2020 sarà totalmente reinvestito per le produzioni del 2021?

A causa del Covid non siamo riusciti a realizzare tra i 10-20 progetti di quelli preventivati per il 2020, ma queste produzioni sono state posticipate al 2021. Anche su richiesta dell'Anica, con grande senso di responsabilità, Rai ha deciso di reinvestire completamente il budget non speso nel 2020 per altre produzioni nel 2021. È un impegno importante che abbiamo deciso di prendere con tutta l'industria e con le associazioni di categoria.

GRANDI RITORNI E SPERIMENTAZIONI

MASSIMILIANO ORFEI

COO DI VISION DISTRIBUTION

1. Quali sono le vostre produzioni già ultimate?

Tra i film completati nella fase pre-Covid, cito *E noi come stronzi rimanemmo a guardare*, il nuovo film diretto e interpretato da Pif, con Fabio De Luigi e Ilenia Pastorelli tra gli altri, le cui riprese si erano concluse appena prima della pandemia, e che sarebbe dovuto approdare sul grande schermo nel corso del 2020. Si tratta di un pezzo importante del nostro listino: è sicuramente uno dei primi titoli sulla rampa di lancio, appena le sale riprenderanno la propria attività. Altro film le cui riprese sono state concluse prima del lockdown di marzo è *Corro da te*, di Riccardo Milani, con Pierfrancesco Favino e Miriam Leone: una bellissima commedia, remake del film francese *Tutti in piedi* (che tra l'altro abbiamo distribuito noi).

A questi due titoli "pre-Covid", si aggiungono quelli realizzati nel corso del 2020, che hanno sofferto le vicende lockdown, tra interruzioni e ripartenze dei set, ma che, per fortuna, sono stati tutti terminati secondo programma o con brevi ritardi. Cito in ordine sparso: *Lei mi parla ancora* di Pupi Avati, con Renato Pozzetto, Fabrizio Gifuni, Stefania Sandrelli e Isabella Ragonese; *Ritorno a Coccia di Morto* (il sequel di *Come un gatto in tangenziale*, uno dei film più importanti non solo per noi ma per il mercato in generale), con Paola Cortellesi e Antonio Albanese; il nuovo film diretto e interpretato da Edoardo Leo, *Lasciarsi un giorno a Roma*, una commedia romantica davvero molto riuscita; *Rifkin's Festival*, la nuova commedia di Woody Allen, con Wal-

lace Shawn, Gina Gershon e Louis Garrel, che doveva uscire lo scorso 5 novembre ma è rimasta in attesa della sala; ancora il thriller di Peter Chelsom *Security*, con Marco D'Amore, Maya Sansa, Fabrizio Bentivoglio, Valeria Bilello, Silvio Muccino e Tommaso Ragno; *Mostro della Cripta* di Daniele Misischia, con Lillo, Tobia De Angelis e Amanda Campana, prodotto dai Manetti Bros.; infine, la commedia napoletana *Benvenuti in casa Esposito* di Gianluca Ansanelli con Giovanni Esposito e Antonia Truppo, le cui riprese sono finite a dicembre. Inoltre, dopo il passaggio natalizio su Sky, non escludiamo di portare nelle sale anche *Tutti per 1 - 1 per tutti*, così come puntiamo a dare una seconda distribuzione nei cinema a *Cosa sarà*, di Francesco Bruni, uscito su grande schermo per soli 2 giorni a ridosso del secondo lockdown di fine ottobre.

2. Con quali film siete sul set in questo momento? Quali progetti avete in cantiere e quando inizierete le riprese?

In questo momento sono in corso le riprese di *Chi ha incastrato Babbo Natale?* di Alessandro Siani, che sarà il nostro film di Natale 2021; il set dovrebbe chiudersi nella primavera inoltrata. In lavora-



zione abbiamo poi *Belli Ciao*: nuovo film con la coppia comica Pio e Amedeo, molto largo e popolare, che programiamo di portare nelle sale per Capodanno 2021. A questi si aggiungono le produzioni appena concluse di diversi titoli: *Brado*, nuova prova da regista di Kim Rossi Stuart (che pensiamo di distribuire nell'autunno 2021), *Genitori contro influencer*, terza regia di Michela Andreozzi, *Morrison Café* diretto da Federico Zampaglione, il nuovo film di Leonardo Di Costanzo con Silvio Orlando e Toni Servillo, *Stare a casa* di Roan Johnson, *Il silenzio grande* di Alessandro Gassmann con Massimiliano



In alto, Alessandro Siani sul set del suo nuovo film da regista e da protagonista *Chi ha incastrato Babbo Natale?*
In basso a sinistra, Pif e Fabio De Luigi durante le riprese di *E noi come stronzi rimanemmo a guardare* di Pif.
Sotto, il regista Riccardo Milani in mezzo a Paola Cortellesi e Antonio Albanese sul set di *Ritorno a Coccia* di *Morto*, sequel di *Come un gatto in tangenziale*



Gallo e Margherita Buy, e *Cassamortari* di Claudio Amendola, con un cast ricchissimo che vede tra gli altri Massimo Ghini, Gianmarco Tognazzi, Lucia Ocone, Sonia Bergamasco e Piero Pelù (anche questi nel 2021). In questo momento stanno per partire molti progetti importanti che annunceremo nei prossimi mesi.

3. Quali sono le sfide da affrontare nei prossimi mesi per il mercato audiovisivo?

Penso che la sfida sia prima di tutto culturale. Quando il mercato ripartirà, si dovranno ridefinire, in termini di approccio generale, le regole del gioco.

La pipeline produttiva che in questo

momento abbiamo di fronte è immensa e la domanda di prodotto cinematografico non è mai stata così forte. In una fase iniziale, considerato anche l'accumulo dei titoli rinviati, sarà una sfida per tutti trovare i posizionamenti giusti per i propri film e, per forza di cose, ci dovrà essere una forte cooperazione tra distributori per evitare fenomeni di cannibalizzazione delle uscite. La sfida, come dicevo, è però fondamentale culturale: dobbiamo arrivare a costruire un contesto di filiera distributiva che sia in grado di portare in equilibrio, e far convivere, l'offerta in sala con quella sulle piattaforme. La centralità della sala è fuori discussione, ma occorrerà superare steccati ormai obsoleti ed essere molto flessibili. Senza la sala, noi non esisteremmo ma, d'altro canto, la convivenza cinema-streaming è ormai un dato storico che non può più essere eluso. Quando si tornerà alla normalità, rischiamo di non avere spazi distributivi adeguati per tutti i film prodotti e ogni distributore non potrà più fare a meno di mettere in cantiere linee produttive e distributive destinate anche alle piattaforme.

Questo scenario impone a tutti di fare ragionamenti flessibili, nell'interesse dell'industria nel suo complesso, sulle windows: è un tema aperto, rispetto al quale ora ci sono le condizioni per trovare un nuovo assetto di sistema.

Ovviamente, la situazione che si sta delineando negli Stati Uniti ci sta già dando e ci darà delle indicazioni: con le scelte di policy distributive delle major, anche noi che distribuiamo prodotto nazionale in Italia, dovremo fare necessariamente i conti. L'obiettivo resta quello di creare valore per tutti.

BEN OLTRE LA COMMEDIA

GIAMPAOLO LETTA

VICEPRESIDENTE E AMMINISTRATORE DELEGATO DI MEDUSA FILM

1. Quali sono le vostre produzioni già ultimate?

Il primo film pronto ad approdare nelle sale non appena quest'ultime riapriranno sarà *Supereroi* di Paolo Genovese, una storia romantica dal forte gusto drammatico che esplora la vita di coppia, con protagonisti due attori di estrema bravura: Alessandro Borghi e Jasmine Trinca. Ancora una volta Genovese riesce a reinventarsi e a costruire un concept originale e diverso dai precedenti. Altro titolo ultimato è *Il giudizio*, un road movie che, percorrendo le strade d'Italia, esplora il rapporto tortuoso tra un padre e un figlio. È l'opera prima di Gianluca Mattei e Mario Sarzullo ed è davvero un esordio molto interessante, un film di genere forte ed intenso, che testimonia la nuova direzione di Medusa di investire sui giovani talenti e sui linguaggi contemporanei. Nel cast troviamo Fortunato Cerlino, Caterina Morino e Fabrizio Nevola. Essendo un titolo più d'autore, idealmente punteremmo a un'anticipazione in un festival internazionale prima dell'uscita in sala, compatibilmente con la situazione.

2. Con quali film siete sul set in questo momento? Quali progetti avete in cantiere e quando inizierete le riprese?

A novembre sono iniziate le riprese di *Tiger's Nest* (titolo provvisorio) di Brando Quilici che, dopo *Il mio amico Nanuk*, torna a raccontare l'amicizia tra un bambino e un cucciolo – qui una tigre – per un family emozionante. Ambientato in Nepal, ma girato in parte anche in Italia, sulle montagne dell'Alto Adige, è un'ambiziosa co-produzione Italia-Spagna-Canada-Repubblica che punta al mercato internazionale. Tra gli altri progetti in partenza, a febbraio si batterà il primo ciak di *Una*

femmina, film d'esordio di Francesco Costabile (un giovane regista talentuoso che arriva dal Centro Sperimentale), tratto dal libro *Fimmine ribelli* di Lirio Abbate che racconta della lotta di un gruppo di donne coraggiose contro la n'drangheta. A fine gennaio tornerà sul set anche Vincenzo Salemme per realizzare la versione cinematografica della sua commedia teatrale *Con tutto il cuore*. Salemme sarà regista e interprete; al suo fianco, Serena Autieri, Cristina Donadio, Maurizio Casagrande. Sempre a fine gennaio, anche Paolo Genovese sarà nuovamente dietro la macchina da presa per "tradurre" per il cinema il suo libro *Il primo giorno della mia vita*. È una storia sulla forza di ricominciare quando tutto intorno sembra crollare. Nel cast, alcuni degli attori italiani più acclamati: Toni Servillo, Valerio Mastandrea, Margherita Buy, Giorgio Tirabassi. A febbraio, dovrebbero iniziare le riprese anche di *Buonanotte dottore*, commedia con Diego Abatantuono e Frank Matano per la regia di Guido Chiesa. Oltre ai titoli citati, abbiamo in lavorazione altri progetti sui quali al momento non posso dare ulteriori dettagli. Posso, però, dire che, nonostante il periodo di forte incertezza, siamo riusciti a mettere in cantiere circa una quindicina di progetti in avanzato stato di sviluppo: un bouquet di film ad ampio raggio, che spazia dagli autori affermati alle nuove scoperte, dai titoli di genere alla commedia che continua a essere il nostro genere di riferimento. Nei mesi di blocco ci siamo fortemente concentrati sullo scouting di nuovi soggetti e nuovi talenti. Tutte le nostre produzioni sono pensate per un'uscita theatrical; ovvio che le contingenze del momento possono portare a un cambiamento di strategia come successo con *10 giorni con Babbo Natale*: in questo caso pensare di rinviarne l'uscita



sarebbe stato un grosso problema dal momento che era un titolo fortemente correlato alle feste natalizie.

3. Quali sono le sfide da affrontare nei prossimi mesi per il mercato audiovisivo?

La sfida più urgente è quella di un cambiamento di mentalità. Dobbiamo tutti avere un approccio diverso, più flessibile. Ormai lavoriamo in uno scenario di costante incertezza che ci costringe, ogni mese, a ridefinire i nostri programmi. Pianificare è diventato di una difficoltà enorme. La pandemia ha poi accelerato dei processi connessi alle piattaforme, rendendo non più rinviabili questioni scottanti come quelle delle window. Le decisioni negli Stati Uniti stanno avvallando un modello di business



dal quale difficilmente si tornerà indietro, e noi dovremo essere meno rigidi, pur ribadendo la centralità della sala. Dal lato della produzione, dopo lo stop nelle settimane di lockdown, siamo riusciti a ripartire coi set e a “convivere col virus”; un fatto estremamente positivo perché la realizzazione di contenuti non si è bloccata. Le sale, d’altro canto, stanno affrontando uno stop più prolungato, e questo è fonte di preoccupazione. Penso comunque che, appena sarà possibile, il pubblico avrà una gran voglia di tornare a vivere l’esperienza cinematografica. Altra questione da affrontare sarà il sovraffollamento di film alla riapertura e, in questo senso, lo streaming potrà fornire una valida alternativa, anche per intercettare quella fascia di pubblico più restio a tornare in sala e consentire ai film, anche i più difficili da un punto di vista “commerciale”, di essere visti da un vasto pubblico. Durante la pandemia, poi, abbiamo assistito a esperimenti interessanti, come quelli delle sale virtuali di MioCinema e #iorestoin sala, che possono fornire anche una chiave valida per il futuro, perché, salvaguardando comunque la sala, danno visibilità a film meno forti attraverso lo stre-

aming e riescono a raggiungere un nuovo pubblico che probabilmente non sarebbe riuscito a vedere quei film. Detto questo, in un contesto dove la fruizione casalinga si è rafforzata, gli esercenti dovranno essere ancora più attrattivi non solo come offerta di prodotto, ma anche di servizi della sala. Solo i soggetti che saranno in grado di investire sulle strutture riusciranno a competere in un mercato più difficile. Fondamentale sarà creare le condizioni perché questo avvenga attraverso una stretta collaborazione tra imprenditori, sistema bancario e interventi statali mirati.

4. Il budget delle produzioni avanzato nel 2020 sarà totalmente reinvestito per le produzioni del 2021?

Solo in parte. La pandemia ha portato ad una forte contrazione degli investimenti pubblicitari: per far fronte a questa situazione, il gruppo Mediaset, che vive esclusivamente di risorse pubblicitarie, si è visto costretto a imporre misure restrittive su tutti i settori dell’azienda, tra i quali anche le nostre produzioni per il 2021 e alcuni progetti sono stati cancellati o posticipati.



Sopra, *Il giudizio*: road movie diretto dagli esordienti Gianluca Mattei e Mario Sarzullo. A destra, Alessandro Borghi e Jasmine Trinca sono i protagonisti di *Supereroi* di Paolo Genovese



ESPLORARE NUOVE STRADE

THOMAS CIAMPA

SVP THEATRICAL DISTRIBUTION
ITALY & SPAIN AND LOCAL
PRODUCTIONS ITALY
DI WARNERMEDIA ITALIA

1. Quali sono le vostre produzioni già ultimate?

Nonostante le tante difficoltà di questo 2020, siamo riusciti a portare a termine molti progetti importanti, stabilendo addirittura un record interno di cinque produzioni attive contemporaneamente. Lui e Sofi, l'amatissima coppia di youtuber, torneranno ad entusiasmare i loro piccoli fan in collaborazione con Warner e Colorado. Dopo l'incredibile successo del loro film d'esordio che ha sfiorato i 10 milioni di euro di incassi, saranno protagonisti di una nuova, sorprendente avventura in *Me contro Te - Il mistero della scuola incantata*. Un evento molto atteso che, siamo certi, sarà un'occasione imperdibile per le famiglie per riavvicinarsi alla sala e alla magia del grande schermo. Sono terminate anche le riprese di *Sulle nuvole*, coprodotto insieme a Cinemaundici, che vedrà l'esordio dietro la macchina da presa di Tommaso Paradiso. Il talentuoso cantautore, tra le star più seguite ed apprezzate del panorama musicale italiano, dirige Marco Cocci e Barbara Ronchi in un'intensa storia d'amore e musica. Un progetto in cui crediamo molto e che non vediamo l'ora di portare nelle sale. Altro film ultimato è *Non mi uccidere* di Andrea De Sica, realizzato in collaborazione con Vivo Film, un teen-drama con venature gotiche e horror. Una lotta per un amore a cui i protagonisti, interpretati dai giovani e convincenti Alice Pagani e Rocco Fasano, non accettano di rinunciare nonostante

le avversità del destino, raccontata con un tocco soprannaturale che non mancherà di emozionare i fan del genere. Ultimo progetto, ma non di certo per importanza, è *La scuola cattolica*, in partecipazione con Picomedia e tratto dal romanzo di Edoardo Albinati, per la regia di Stefano Mordini. Il film ci porterà nei meandri della Roma borghese, in una delle migliori scuole romane, nei tumultuosi anni '70 e in quel contesto si formeranno gli autori di uno dei fatti di cronaca più sconvolgenti della storia italiana. Ad arricchire la narrazione un cast d'eccezione che annovera attori del calibro di Riccardo Scamarcio, Jasmine Trinca, Micaela Ramazzotti e Benedetta Porcaroli, accompagnati da alcuni giovani talenti che siamo certi si confermeranno dopo questo film future star del panorama attoriale ita-

liano. Vorrei spendere qualche parola anche su *In vacanza su Marte* di Neri Parenti, il nostro film di Natale, coprodotto con Indiana, che vede nuovamente riunita la coppia simbolo dei cinepanettoni Christian De Sica e Massimo Boldi. Abbiamo sperato fino all'ultimo di portare il film in sala ma, purtroppo, le restrizioni legate al Covid-19 non lo hanno permesso. Per questo motivo abbiamo deciso di dare la possibilità ai tanti italiani che amano e aspettano con impazienza l'appuntamento natalizio con la commedia italiana di poterlo vedere con le proprie famiglie da casa. Ciò non toglie che la centralità della sala nell'economia dei nostri progetti resti fondamentale ma, come tutti, dobbiamo fare i conti con una situazione senza precedenti e con le conseguenze da essa derivanti.

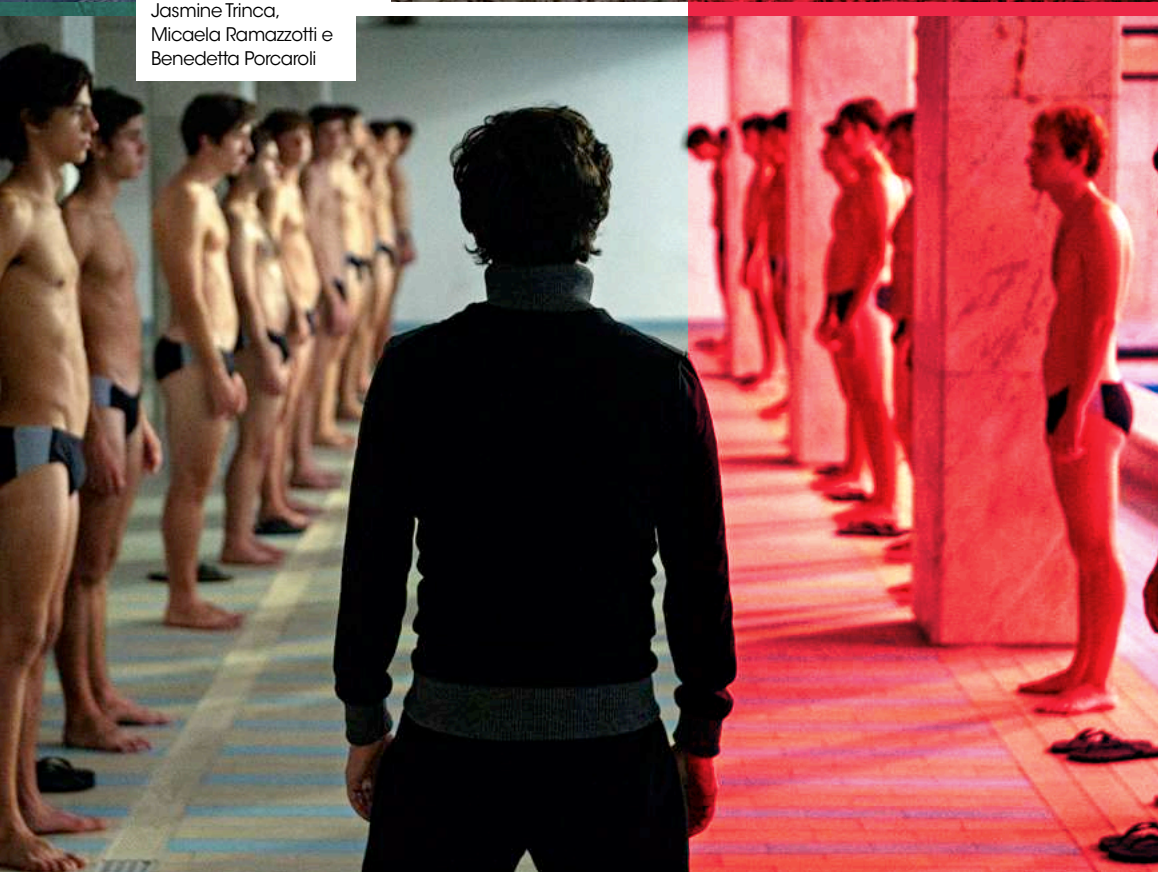




Il teen-drama con venature gotiche e horror *Non mi uccidere* di Andrea De Sica (a destra nella foto), interpretato da Alice Pagani e Rocco Fasano



Sopra, Lui e Sofi tornano protagonisti del sequel *Me contro Te - Il mistero della scuola incantata*. Sotto, un'immagine de *La scuola cattolica* di Stefano Mordini, che vede nel cast Riccardo Scamarcio, Jasmine Trinca, Micaela Ramazzotti e Benedetta Porcaroli



2. Con quali film siete sul set in questo momento? Quali progetti avete in cantiere e quando inizierete le riprese?

Al momento non abbiamo set aperti. Dovremmo riprendere a girare in primavera, sperando che a marzo la situazione sia, se non del tutto superata, comunque avviata verso un'attesa normalizzazione. Abbiamo tante novità di cui siamo ansiosi di condividere i dettagli e per il momento possiamo anticipare due progetti a cui teniamo molto. Il primo è *L'immensità* di Emanuele Crialese, che segna il suo ritorno alla macchina da presa. Nel cast la straordinaria Penélope Cruz, protagonista di un intenso dramma familiare prodotto con Wildside. Il secondo è il remake della commedia francese di successo *Tanguy*. Un film realizzato con Colorado e Picomedia, divertente e spensierato, su un uomo che, nonostante sia oramai adulto, vive ancora con i suoi genitori.

3. Quali sono le sfide da affrontare nei prossimi mesi per il mercato audiovisivo?

La sfida principale sarà quella di acquisire consapevolezza dei gusti e delle tendenze dello spettatore post Covid-19, riuscendo a scegliere i progetti migliori da destinare alla sala con una netta identità cinematografica. Infatti, rimane per noi fondamentale l'esperienza in sala, non solo come trampolino di lancio ma come pieno sfruttamento delle potenzialità di un film. Al di là dei progetti con un appeal riconoscibile e consolidato che hanno meritato il favore del pubblico, i risultati al botteghino ci suggeriscono che negli ultimi anni il pubblico è stato sollecitato da idee particolarmente originali e accattivanti che il mercato ha saputo proporgli. La sfida sarà quella di cogliere queste nuove peculiarità dello spettatore e di incentivare la produzione e la comunicazione in tal senso. L'esperienza in sala, senza dubbio, andrà tutelata e inquadrata in un nuovo orizzonte che comprende anche le piattaforme entrate a far parte di un modo allargato ed integrato di fruire il contenuto. Tenendo a mente le esigenze del nuovo spettatore, la fruizione in Pvod, Svod, Est, ecc..., insieme alla sala devono essere visti come modalità complementari di disporre dell'opera che concorrono al pieno sfruttamento del film. Bisognerà trovare, in altre parole, i punti di incontro tra i diversi modelli di business e le diverse istanze di tutti gli operatori.

EVENTI RICONOSCIBILI

MATTIA GUERRA

MANAGING DIRECTOR THEATRICAL
AND PRODUCTION DI LUCKY RED



1. Quali sono le vostre produzioni già ultimate?

Ne abbiamo ultimate tre. Una è il film *Io sono Babbo Natale* di Edoardo Galeone, che sarebbe dovuto uscire durante le festività natalizie. La storia del film ruota attorno a un ladro ed ex detenuto di nome Ettore (interpretato da Marco Giallini), privo di legami familiari e dedito a un'esistenza disperata e miserabile: finito in prigione per una rapina, non ha mai conosciuto la figlia nata dalla relazione con la ex compagna. Durante uno dei suoi furti, però, arriva nella casa di un signore di nome Nicola Natalizi (Gigi Proietti), che si rivelerà essere proprio Babbo Natale, pronto a cedergli il testimone del suo "lavoro" così straordinario. Il film è anche un grande omaggio a Gigi Proietti, che qui recita nel suo ultimo film per il grande schermo. Abbiamo poi terminato *Freaks Out*, il nuovo film di Gabriele Mainetti, molto atteso dopo il successo di *Lo chiamavano Jeeg Robot* nel 2016, realizzato in collaborazione con Rai Cinema (come *Io sono Babbo Natale*) e distribuito da 01. Doveva uscire tra Natale e Capodanno, mentre ora è in attesa di un posizionamento in sala. Per questo titolo escludiamo la distribuzione su piattaforma, perché si tratta di un film spettacolare, nato, pensato e girato per la sala. Sceneggiato da Mainetti insieme a Nicola Guaglianone, il film vede nel cast Aurora Giovino, Claudio Santamaria, Pietro Castellitto, Giancarlo Martini, Giorgio Tirabassi.

2. Con quali film siete sul set in questo momento? Quali progetti avete in cantiere e quando inizierete le riprese?

Avremmo dovuto iniziare le riprese del nuovo film di Alessio Cremonini, *I profeti*, il regista di *Sulla mia pelle*, ma abbiamo

deciso di posticiparlo tra la fine di febbraio e marzo, per riverificare insieme al cast le location. Abbiamo, infine, altri due film in preparazione che saranno sul set a febbraio. Tutti questi titoli sono pensati per un'uscita in sala.

3. Quali sono le sfide da affrontare nei prossimi mesi per il mercato audiovisivo?

Dipende dai punti di vista. Certamente in questo momento c'è una grande necessità di prodotto per le piattaforme e per le sale. Siamo tutti chiamati a produrre film che possano riportare, appena sarà possibile, il pubblico al cinema. Dobbiamo trasformare questo periodo in un'opportunità per reinventarci, esplorando innanzitutto i generi più attrattivi per gli spettatori. In

questi mesi le persone si stanno abituando, oltre che a guardare prodotti seriali, a vedere film sulle piattaforme. Parlo anche di quei titoli pensati per la sala, che utilizzano un linguaggio cinematografico non ideale per il piccolo schermo. La sfida più grande, ora, è creare produzioni riconoscibili come "eventi cinematografici". A questo dobbiamo affiancare un discorso importante sulla ricostruzione dello star system: se continuiamo a usare gli stessi attori e registi di sempre, avremo perso un anno nella ricerca di nuovi talenti. E quando ripartiremo, finiremo per puntare ancora sui soliti noti per paura di rischiare, anziché fare lo sforzo di trovare voci originali per storie nuove. Serve il coraggio di offrire al pubblico storie diverse e generi meno convenzionali; un'operazione che Lucky Red ha portato avan-



Sopra, *Freaks Out* di Gabriele Mainetti, realizzato in collaborazione con Rai Cinema e distribuito da 01. A sinistra, l'ultimo film interpretato da Gigi Proietti, *Io sono Babbo Natale* di Edoardo Gubino, che vede nel cast Marco Giallini

ti negli ultimi tre anni. Penso a film come *La befana vien di notte* di Michele Soavi, *18 regali* di Francesco Amato, un mix tra sentimento e magia, *Io sono Babbo Natale*, che esplora il fantasy in chiave comica, la commedia surreale di Lillo e Greg *D.N.A.* - *Decisamente Non Adatti*, il musical *Un'avventura* di Marco Danieli con le musiche di Lucio Battisti, o il thriller *Ride* di Jacopo Rondinelli, ma anche *Freaks Out*. Quando

finalmente i cinema riapriranno, serviranno film che siano eventizzabili. A quel punto, la separazione tra film da piattaforma e film da sala sarà netta e contribuirà a trainare con maggior forza la ripartenza.

Abbiamo anche un tema di internazionalizzazione: iniziare a pensare a film che possano aspirare ad avere dei budget più importanti che ci permettano di attrarre talent stranieri, non solo a livello di cast,

ma anche a livello di sceneggiatori, registi e componente tecnica. Se vogliamo far crescere un sistema, lo possiamo fare attraverso lo scambio di professionalità e idee. Dobbiamo superare l'idea che per uscire dai nostri confini dobbiamo fare solo film costosi, ma dobbiamo abbracciare la possibilità di parlare a più culture con temi universali che possano emozionare e conquistare gli spettatori di tutto il mondo. (ir)

SEMPRE, SUL PIÙ BELLO

ROBERTO PROIA

EXECUTIVE DIRECTOR THEATRICAL DISTRIBUTION
AND PRODUCTIONS DI EAGLE PICTURES

1. Quali sono le vostre produzioni già ultimate?

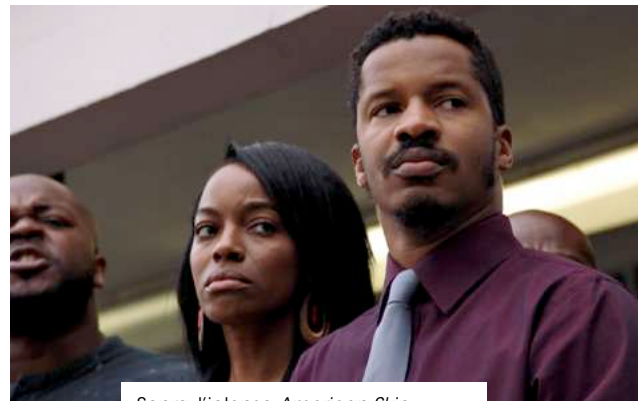
Abbiamo un film in post-produzione, ovvero *Dampyr*, una co-produzione Eagle Pictures, Sergio Bonelli Editore e Brandon Box. Tratto dall'omonimo fumetto della Sergio Bonelli, racconta la nascita del Dampyr, frutto dell'amore tra un vampiro e una donna umana. Il Dampyr è un essere soprannaturale nelle cui vene scorre l'unica arma che può uccidere i vampiri che infestano la Terra. Si tratta di una produzione da 15 milioni di euro, girata in inglese, interamente in Romania, con un cast internazionale. Mentre tutti gli attori sono anglofoni (il casting director del film è la celebre Gail Stevens, fidato braccio destro di Danny Boyle), nel dietro le quinte di *Dampyr* è schierata una squadra di eccellenze italiane, dal premio Oscar per *Suicide Squad* Giorgio Gregorini (Hair and Make Up) a Vittorio Zorini (direttore della fotografia de *I Diavoli*, *I Medici* e *Gomorra - La serie*). E poi Luigi Marchione (*Assassinio sull'Orient Express*, *Assassinio sul Nilo*, *Exodus*) ha firmato le strabilianti scenografie mentre lo studio torinese ALPS (*Wonder Woman*, *Avengers: Age Of Ultron*) si sta occupando dei VFX.

L'altra nostra produzione ultimata è *American Skin*, diretta ed interpretata da Nate Parker, che ha riscosso molto successo al Festival di Venezia dove ha vinto il premio per Miglior film nella Sezione Sconfini. Il film narra le vicende di un padre che, dopo aver assistito all'omicidio del figlio da parte di un ufficiale di Polizia, si vede negata la possibilità di mandare a processo l'agente. In un atto disperato decide di sequestrare tutto il Distretto di Polizia e inse-

nare un finto processo in cui però la giuria è formata esclusivamente da detenuti. Il film uscirà negli Stati Uniti il giorno del Martin Luther King Day per poter poi concorrere gli Oscar. L'ambizione di Eagle è di aprire un corridoio creativo tra l'Italia e gli Stati Uniti che, a nostro avviso, possono solo beneficiare della creatività europea, che a sua volta può così avvalersi dei potenti mezzi statunitensi.

2. Con quali film siete sul set in questo momento? Quali progetti avete in cantiere e quando inizierete le riprese?

Nei primi sei mesi del 2021 avremo un bel po' di set aperti. A fine marzo produrremo i due sequel di *Sul più bello*. Verranno girati contemporaneamente, così da uscire in sala a breve distanza: il 3 settembre 2021 uscirà il secondo capitolo, mentre a San Valentino 2022 uscirà la conclusione delle avventure di Marta e Arturo che tanto hanno appassionato gli spettatori italiani. Il film è stato venduto un po' in tutto il mondo e



Sopra, l'intenso *American Skin* (coprodotto da Eagle), diretto e interpretato da Nate Parker. Sotto, un'immagine di *Sul più bello*, di cui sono già stati confermati due sequel che saranno girati contemporaneamente





Eagle Pictures, Sergio Bonelli Editore e Brandon Box coproducono *Dampyr*, girato in inglese con un budget di 15 milioni di euro e tratto dall'omonimo fumetto di Sergio Bonelli

più di un remake è in programma per questa storia. Questi personaggi sono stati così amati che non escludiamo che abbiano una vita anche al di fuori di questa trilogia cinematografica. Sempre entro i primi sei mesi dell'anno partiranno le riprese di *Brucio*, opera prima di Gianluca Manzetti, tratto dall'omonimo libro di Christian Frascella. Questa storia, co-prodotta con Aurora TV, vede come protagonista Tommy, un diciassettenne con il volto sfigurato da un incendio che arriva in una cittadina di provincia e troverà molta ostilità, un crimine insolito, ma forse anche l'amore. A seguire abbiamo un'altra opera prima, *L'uomo sulla strada*, un thriller diretto da Gianluca Mangiasciutti. La storia è quella di un omicidio avvenuto 10 anni prima: la vittima è un uomo sulla quarantina e il testimone oculare è sua figlia, una bambina di 9 anni. La bambina non si ricorda abbastanza per incastrare il

colpevole e questo senso di colpa non le dà tregua, finché il destino non la porta a lavorare fianco a fianco con chi potrebbe essere l'assassino. In cantiere c'è poi *Vorrei vedere te*, una commedia agrodolce diretta da Fausto Brizzi. È la storia di un'attrice da red carpet, cinquantenne ancora bellissima, ma che non essendo mai stata particolarmente brava è stata rapidamente dimenticata con l'avanzare degli anni. Unica sua risorsa è la figlia ventenne che però la detesta perché non potrebbe sentirsi più lontana dalla sua superficialità e dal suo sfrenato egocentrismo. Ma sarà davvero così? Infine, entro l'estate, dovremmo girare un altro progetto che annunceremo prossimamente.

3. Quali sono le sfide da affrontare nei prossimi mesi per il mercato audiovisivo?

La pandemia ha sicuramente dato uno

scossone all'intero sistema e ciascuno di noi ha dovuto ingegnarsi per riuscire a navigare in questa tempesta senza perdersi d'animo. Non è stato facile, ma ci stiamo riuscendo. Quando tutto sarà finito troveremo uno scenario che somiglierà a quello di prima, ma non sarà per forza di cose esattamente uguale. Si sono create nuove opportunità e, con loro, nuove sfide. Abbiamo l'opportunità di avere committenti che stanno puntando molto sul prodotto Italiano, ma allo stesso tempo sentiamo forte la responsabilità di mantenere sempre più alto lo standard qualitativo dell'offerta. Che la destinazione finale sia la sala o la piattaforma, la partita si giocherà sul tavolo della qualità delle storie che andremo a creare e del valore produttivo con cui vengono create. Sarà fondamentale investire ancora più di prima per tenere alta questa soglia qualitativa, così da non sprepare l'occasione che ci viene data.

FILM PER OGNI GENERE

TERESA MONEO

DIRECTOR INTERNATIONAL ORIGINAL FILMS IN NETFLIX

SARA MAY

DIRECTOR LICENSING IN NETFLIX

Teresa Moneo,
Director
International
Original Films
in Netflix

1. Quali sono le vostre produzioni già ultimate?

Abbiamo terminato le riprese di diversi titoli che saranno resi disponibili su Netflix prossimamente. Tra questi, alcuni film che fanno parte della nostra partnership con Mediaset quali: *L'ultimo paradiso*, una storia di vendette radicate nei valori tradizionali della famiglia, diretto da Rocco Ricciardulli, prodotto da Lebowski con Riccardo Scamarcio, Gaia Bermani Amaral, Valentina Cervi e Rocco Ricciardulli; *Sulla stessa onda*, una romantica e dolorosa storia d'amore che obbliga un ragazzo e una ragazza a crescere molto in fretta, diretto da Massimiliano Camaiti e prodotto da Cinemaundici; *Il divin codino*, la cronistoria dei 22 anni di carriera della star del calcio Roberto Baggio, diretto da Letizia Lamartire e prodotto da Fabula Pictures; *Yara*, il film diretto da Marco Tullio Giordana e prodotto da Taodue che racconta le indagini e l'inchiesta sull'efferato caso di cronaca avvenuto dieci anni or sono in un piccolo paese della bergamasca e che ha come protagonisti Isabella Ragonese, Alessio Boni, Thomas Trabacchi, Sandra Toffolati e Mario Pirrello. Sono terminate le riprese anche per *A Classic Horror Story*, storia di un viaggio di cinque carpooler dalle conseguenze imprevedibili ed inquietanti, diretta da Roberto De Feo e Paolo Strippoli, prodotto da Colorado Film con Matilda Lutz, Francesco Russo, Peppino Mazzotta, Yulia Sobol, Will Merrick, Alida Baldari Calabria. E, ultimo ma non per importanza, *È stata la mano di Dio*, il film scritto e diretto da Paolo Sorrentino e prodotto da Lorenzo Mieli per The Apartment Pictures e dallo stesso Sorrentino.



2. Con quali film siete sul set in questo momento? Quali progetti avete in cantiere e quando inizieranno le riprese?

Abbiamo recentemente concluso le riprese di alcuni progetti cinematografici sui quali ancora non possiamo dire molto se non che esploreranno tematiche molto attuali ed importanti. Stiamo anche preparando la produzione di altri progetti che arricchiranno e diversificheranno ulteriormente la nostra offerta di film "Made in Italy" per il nostro pubblico italiano e internazionale.

3. Quali sono le sfide da affrontare nei prossimi mesi per il mercato audiovisivo?

Produttivamente parlando, crediamo che nei prossimi mesi la grande sfida sarà ancora quella di continuare a girare film garantendo la massima sicurezza per il cast, le crew e tutte le persone coinvolte nelle produzioni. Da questo punto di vista, continueremo ad affiancare i nostri partner creativi, come abbiamo fatto nel corso del 2020, e ad assicurarci che abbiano da parte nostra tutto il supporto e



Sara May,
Director Licensing
in Netflix

A sinistra e in basso,
due immagini
de *L'ultimo paradiso*
di Rocco Ricciardulli,
con Riccardo
Scamarcio e Gaia
Bermani Amaral



Sulla stessa onda
di Massimiliano
Camaiti, una
dolorosa
storia d'amore
ambientata in
Sicilia

l'aiuto necessari per continuare a portare avanti le produzioni nelle più alte condizioni di sicurezza.

Al tempo stesso, vogliamo guardare ai prossimi mesi con speranza ed ottimismo e pensare alle sfide anche come fonti di opportunità per il futuro. Siamo convinti che l'Italia abbia grandi talenti e storie incredibili da raccontare, ed il nostro intento è quello di contribuire a portare sempre più storie e voci italiane nel mondo. Nel 2020 abbiamo raddoppiato il numero

di film originali italiani lanciati su Netflix rispetto agli anni 2018 e 2019, e anche nel 2021 intendiamo continuare ad investire in maniera significativa nell'ecosistema creativo italiano, come anche i progetti che abbiamo illustrato prima dimostrano. Questo per noi significa lavorare sempre più strettamente con i nostri vari partner creativi italiani per portare in vita la loro visione, incoraggiarli a prendere rischi creativi e a tentare nuove strade; significa lavorare con talenti affermati e ricono-

sciuti ma anche continuare a scoprire e dare opportunità a voci e volti nuovi, così come aiutare ad arricchire l'industria con voci diverse e con una pluralità di punti di vista.

In una situazione di grande incertezza per l'industria, vogliamo essere un interlocutore valido e flessibile per talenti e partner creativi e contribuire in ogni modo possibile a far sì che le loro grandi storie raggiungano una platea mondiale.

LA FORZA DEL "CRIMINE"

**FEDERICA
LUCISANO**

AMMINISTRATORE
DELEGATO DI ITALIAN
INTERNATIONAL FILM -
LUCISANO MEDIA GROUP

1. Quali sono le vostre produzioni già ultimate?

Tra i film già pronti prodotti da Italian International Film, il primo da citare è indubbiamente *Ritorno al crimine*. L'action comedy diretta da Massimiliano Bruno è un film che il settore conosce bene, visto che sarebbe dovuto uscire nelle sale il 12 marzo 2020, a poche settimane dall'inizio dell'epidemia da Covid-19 in Italia, salvo poi venir rinviato al 29 ottobre ed essere, infine, messo nuovamente in stand-by. Non vediamo l'ora di poterlo vedere sul grande schermo non appena i cinema potranno riaprire. Le aspettative sono alte, visto il successo del primo capitolo *Non ci resta che il crimine* che aveva incassato 4,7 milioni di euro.

Il secondo titolo è *Lasciarsi un giorno a Roma*, quarta prova da regista di Edoardo Leo, qui anche protagonista al fianco dell'attrice spagnola Marta Nieto, premiata nella sezione Orizzonti al Festival di Venezia 2019. È una commedia romantica che ruota intorno all'idea di un uomo che, nell'anonimato, riesce ad apprendere i segreti della sua compagna, scoprendo così che lei lo vuole lasciare. Girato a Roma, le riprese erano iniziate prima del Coronavirus per concludersi a inizio settembre. Coproduzione internazionale con la società di Barcellona Neo Art Producciones, il film vede nel cast anche Claudia Gerini e Stefano Fresi, e sarà distribuito nelle sale da Vision.

Ultimo lungometraggio pronto per uscire in sala è infine *Una famiglia mostruosa* di Volfrango De Biasi. Qui siamo davanti

a un family puro, con un concept che può essere descritto come "Ti presento i miei che incontra *La famiglia Addams*". Il film racconta la storia di Luna e Adalberto, due ragazzi che, quando scoprono di aspettare un figlio, decidono di incontrare le rispettive famiglie. Peccato che la famiglia di lui si riveli "mostruosa" nel vero senso del termine: un padre vampiro, una madre strega, una nonna fantasma e uno zio zombie... Il film vanta una squadra attoriale di richiamo, con Massimo Ghini, Lucia Ocone, Lillo, Ilaria Spada e Paolo Calabresi. Prodotto con Rai Cinema, anche *Una famiglia mostruosa* ha visto la propria lavorazione interrotta lo scorso marzo; le riprese sono state poi ultimate a fine estate. Il film approderà nei cinema con 01 Distribution.

A questi tre titoli che vorremmo proporre in sala appena il mercato ripartirà, aggiungo poi il docu-film *Power of Rome* con Edoardo Leo, una produzione IIF e Vision Distribution con Sky, per la quale non abbiamo ancora deciso le tempistiche di sfruttamento. È un titolo per noi importante, perché segna il "debutto" di IIF nel docu-

mentario, un genere sempre più apprezzato dal pubblico.

2. Con quali film siete sul set in questo momento? Quali progetti avete in cantiere e quando inizierete le riprese?

Al momento non abbiamo film sul set, ma siamo in preparazione con tre produzioni le cui riprese partiranno a inizio anno. A marzo batteremo dunque il primo ciak di *Finché c'è crimine c'è speranza*, terzo capitolo della saga "del crimine" diretta da Massimiliano Bruno, dopo *Non ci resta che il crimine* e *Ritorno al crimine*. Nel cast sono confermati Marco Giallini, Giampaolo Morelli, Gianmarco Tognazzi e Carlo Buccirosso, mentre l'ambientazione questa volta si sposterà durante la Seconda Guerra Mondiale.

Secondo progetto pronto ad approdare sul set, sempre a marzo, è *Il confine*: un thriller tratto dall'omonimo romanzo di Giorgio Glaviano. A dirigerlo, Vincenzo Alfieri, che torna a lavorare con noi dopo *I peggiori* (uscito nel 2017) e *Gli uomini d'oro* (uscito nel 2019), mentre il protagoni-





Il ricco cast del sequel *Ritorno al crimine*. Da sinistra, Giulia Bevilacqua, Edoardo Leo, Marco Giallini, Massimiliano Bruno (anche regista), Carlo Buccirosso, Alessandro Gasmann e Gian Marco Tognazzi



A sinistra, Edoardo Leo sul set di *Lasciarsi un giorno a Roma*, sia nelle vesti di regista che di attore protagonista; A destra, Volfango De Biasi sul set del family *Una famiglia mostruosa*, con un concept che può essere descritto come "Ti presento i miei che incontra *La famiglia Addams*"

sta è interpretato da un grande attore quale Edoardo Pesce.

Per concludere, avvieremo nei prossimi mesi anche la produzione di *L'ultima cena*, commedia con protagonista Salvatore Esposito. È l'opera prima di Davide Minnella: un regista che stimo e seguo da tanto, col quale avevamo intenzione di lavorare da diverso tempo ma non riuscivamo mai a trovare il concept adatto. Finalmente questa storia, scritta da Stefano Sardo, Giordana Mari e Gianluca Bernardini, si è rivelata il progetto perfetto. Come Italian International Film amiamo lavorare sulle opere prime e andare alla ricerca di nuovi talenti.

Oltre a questi tre film, previsti in svi-

luppo nei primi tre mesi del 2021, abbiamo altri progetti nel cassetto tra i quali il prossimo film di Edoardo Leo che prevediamo di realizzare più avanti, sul quale al momento non possiamo rivelare ulteriori dettagli.

3. Quali sono le sfide da affrontare nei prossimi mesi per il mercato audiovisivo?

La pandemia ha accelerato una serie di processi che erano già in corso, in primis la ridefinizione della catena del valore dei film medi. L'offerta theatrical sarà sempre più polarizzata sui blockbuster e sui d'autore/festival, mentre quei titoli che si assestavano su un box office intorno ai 2 milioni

di euro saranno sempre più destinati direttamente alle piattaforme. Erano film che ancora prima della pandemia soffrivano nella distribuzione in sala e che ora, con il ruolo sempre più crescente degli Ott, potrebbero trovare una nuova opportunità di valorizzazione. Questa ridefinizione della catena del valore è la prima sfida da affrontare alla riapertura delle sale. Detto questo, io continuo a difendere la centralità e la magia della sala. I film che noi produciamo nascono con un accordo per le sale, poi ovviamente la situazione contingente può portare a delle modifiche di strategia distributiva: nella scorsa stagione, ad esempio, in piena pandemia, il nostro film pensato per i cinema *7 ore per farti innamorare* di Giampaolo Morelli è uscito in digitale, per tornare poi nelle sale una volta che queste hanno riaperto. Rimango convinta che cinema e piattaforme non siano in concorrenza ma complementari: molti studi, del resto, lo hanno dimostrato.

ORIGINALITÀ E PRODUZIONI SOLIDE

ALESSANDRO USAI

AMMINISTRATORE DELEGATO DI COLORADO FILM

1. Quali sono le vostre produzioni già ultimate?

Con Maurizio Totti abbiamo lavorato quasi un decennio per costruire e consolidare una competenza speciale nell'ambito della commedia e Colorado avrebbe dovuto essere protagonista come mai prima del recente Natale 2020. Quest'anno, infatti, avevamo ben due uscite previste in sala nel periodo natalizio: *10 Giorni con Babbo Natale* e *Me contro Te: Il mistero della scuola incantata*. Il primo film, come si sa, è stato poi distribuito da Prime Video con enorme successo di visualizzazioni proprio in coincidenza delle festività natalizie, data la nota chiusura delle sale cinematografiche. Purtroppo, la tematica natalizia rendeva impossibile il semplice rinvio dell'uscita, salvo attendere il Natale 2021. Attesa, purtroppo, troppo lunga per un film girato tra gennaio e febbraio 2020. Date le circostanze, però, siamo comunque contenti che il film possa aver allietato un Natale per altri versi così triste per tante famiglie italiane.

Il film dei *Me contro Te*, invece, d'accordo con i coproduttori ed il distributore Warner Bros., è stato rimandato in attesa della riapertura delle sale. Una scelta motivata anche dallo straordinario risultato ottenuto a gennaio 2020 con quasi 10 milioni di euro senza neanche un festivo o un ponte.

Colorado, dal suo lato, ha cercato di replicare nel cinema dal vivo il successo che la nostra capogruppo Rainbow ha raggiunto da tanti anni sullo stesso target nell'animazione. Il film dei *Me*

contro *Te* è a tutti gli effetti un "fantasy" moderno pensato per un target kids, con mezzi produttivi tipicamente riservati in Italia soltanto alle produzioni per un pubblico adulto.

2. Con quali film siete sul set in questo momento? Quali progetti avete in cantiere e quando inizierete le riprese?

Attualmente siamo nelle ultimissime fasi di post-produzione dell'opera seconda del regista Roberto De Feo (*The Nest - Il Nido*) realizzata per Netflix. Anche in questo caso si tratta di un'opera per molti versi originale nel panorama italiano recente, ovvero un horror "puro", sul genere dei film che si realizzavano negli anni '70. Per anni ho cercato di far esordire Roberto, grande appassionato di cinema di genere, e di horror in particolare. Non è stato facile e abbiamo bussato a tante porte anche internazionali per anni. C'è voluta prima la Vision di Maccanico e Orfei per credere in un esordio come *The Nest - Il nido*, e poi Netflix per rilanciare ulteriormente con questa seconda opera. Il titolo (non a caso) è *A Classic Horror Story*, e De Feo viene affiancato alla regia dal giovanissimo Paolo Strippoli. Per il resto, Colorado mantiene salda la propria natura "cinematografica". Dal 15 febbraio, infatti, saremo sul set di *Buonanotte dottore* per la regia di Guido Chiesa. Il film è realizzato in collaborazione con Medusa Film e vede protagonista l'inedita coppia formata da Diego Abatantuono e Frank Matano. Abbiamo poi una se-



rie di altri progetti in sviluppo con alcuni dei principali player italiani e internazionali ma non sono ancora stati ufficializzati.

3. Quali sono le sfide da affrontare nei prossimi mesi per il mercato audiovisivo?

Il mercato audiovisivo è di fronte ad una trasformazione per certi versi epocale. Alcuni settori di questo ampio comparto hanno sofferto moltissimo la situazione pandemica, uno per tutti l'esercizio cinematografico. Altri, inve-



A destra, *A Classic Horror Story*, film di genere diretto da Roberto De Feo e Paolo Strippoli. Sotto, i giovani youtuber Sofi e Lui che torneranno nei cinema col loro secondo film *Me contro Te: Il mistero della scuola incantata*



ce, hanno goduto della “cattività” del pubblico per espandere l'utilizzo delle proprie piattaforme. Penso che la prima sfida da affrontare nel 2021 sarà quella

di rilanciare e far ripartire la sala cinematografica. Ci tengo a sottolineare che l'attenzione al cinema in sala non deve essere vissuta come un elemento ro-

mantico o nostalgico. Il cinema è stato la linfa creativa vitale da cui la serialità televisiva, prima, e le piattaforme, adesso, hanno attinto per produrre ed allargare (questo va riconosciuto) la varietà di prodotto proposto al pubblico. Come produttore penso che sarebbe un errore strategico senza precedenti pensare che l'epoca del cinema in sala sia finita e “adagiarsi” sulle realtà che oggi hanno più facilità a reperire i finanziamenti per realizzare un'opera cinematografica o audiovisiva. È ovvio, altresì, che sarebbe sbagliato non cogliere le opportunità derivanti dalle nuove modalità di fruizione e dalle nuove piattaforme, Sky inclusa. Si pensi soltanto a come queste abbiano aiutato il nostro cinema a riappropriarsi di generi cinematografici abbandonati, uscendo dalla diade commedia/cinema d'autore che tanto ha caratterizzato il cinema italiano degli ultimi decenni, o a come possano facilitare la circolazione e la visibilità del nostro prodotto nel resto del mondo, come sta succedendo a tanti prodotti italiani recenti di Netflix. Quindi ben venga lo sviluppo di nuovi player e la crescente richiesta di cinema e audiovisivo italiano anche fuori dalla sala: si tratta di una boccata di ossigeno di cui produttori e creativi avevano bisogno, però stiamo attenti a proteggere la sala. La fibrillazione del primo giorno di uscita, le risate in una sala gremita, la condivisione che il pubblico sceglie di fare di un film vedendolo in gruppo, sono elementi emozionanti e unici.

SPAZIO AI GIOVANI E ALLA CREATIVITÀ

AGOSTINO SACCÀ

AD DI PEPITO PRODUZIONE

GIUSEPPE SACCÀ

FOUNDER E PRODUCER DI PEPITO PRODUZIONE

1. Quali sono le vostre produzioni già ultimate?

Giuseppe Saccà: Abbiamo recentemente concluso le riprese, tra il Lazio, la Sicilia e l'Ucraina di un film per Rai Cinema, dal titolo *Koza Nostra*, opera prima di Giovanni Dota. Una gangster comedy che gioca con ironia su alcuni stereotipi del nostro Paese. Giovanni Dota, che ha scritto anche la sceneggiatura, esordisce così nel lungometraggio e ne siamo orgogliosi. Le nostre porte sono sempre aperte ai giovani che si affacciano al mondo del cinema e siamo ben lieti di sostenerli nel loro percorso di crescita. Lo abbiamo dimostrato coi fratelli D'Innocenzo, dei quali abbiamo prodotto il film d'esordio *La terra dell'abbastanza* e il più recente *Favolacce*: entrambi i lavori hanno ottenuto grandi elogi da parte di critica e pubblico, con numerosi riconoscimenti anche a livello internazionale, e di questo siamo molto soddisfatti.

2. Con quali film siete sul set in questo momento? Quali progetti avete in cantiere e quando inizierete le riprese?

Giuseppe Saccà: Al momento (l'intervista è stata fatta a metà dicembre, ndr) siamo impegnati sul set de *I fratelli De Filippo*, sempre con Rai Cinema, per la regia di Sergio Rubini. Le riprese, tra Napoli, Roma e la Puglia, sono già iniziate e ci auguriamo si possano concludere nei tempi previsti. Tra gli interpreti, anche Giancarlo Giannini. Il film è ambientato durante i primi anni del XX secolo e racconta la storia di Peppino,

Titina ed Eduardo, tre fratelli che vivono a Napoli insieme alla madre Luisa De Filippo, figli illegittimi del noto attore e drammaturgo Eduardo Scarpetta. Una storia affascinante di tenacia e resilienza che ha portato i tre fratelli a trasformare in pura arte la loro vita, segnata da molteplici difficoltà.

A luglio abbiamo in programma di iniziare le riprese del nuovo film diretto da Luca Lucini, dal titolo provvisorio *Io e mio fratello*: è una commedia brillante ambientata sul Pollino. Per Rai Cinema, invece, inizieremo una bellissima favola per adulti e bambini, un racconto ambizioso incredibilmente creativo e magico, ricco di effetti visivi ma con un'anima artigianale. Le riprese si svolgeranno tra Malta e Trieste. Infine, stiamo sviluppando un nuovo lavoro con la documentarista Adele Tulli, menzione speciale Nastro D'Argento per il suo ultimo documentario *Normal*.

3. Quali sono le sfide da affrontare nei prossimi mesi per il mercato audiovisivo?

Agostino Saccà: La prima necessità che abbiamo tutti e che riguarda non solo l'industria audiovisiva, ma tutte le industrie, è uscire prestissimo da questa crisi pandemica, che ha messo in seria tensione la struttura industriale, in particolare dell'audiovisivo e del cinema. Sia nel momento della produzione (con il Covid che ha impazzato sui set), sia soprattutto sulla distribuzione, che ha visto le sale chiudere. È chiaro che questa situazione ha innescato processi di



Agostino Saccà





accelerazione e innovazione, soprattutto dando molto spazio alla distribuzione alternativa, attraverso le piattaforme, non solo cinematografica ma audiovisiva in genere. Il Covid, mettendo in crisi per almeno 8 mesi dell'anno la raccolta pubblicitaria, ha fatto diminuire i budget della televisione generalista, lasciando spazio all'offerta digitale. Ancora, il lockdown e lo smartworking, ovvero la riduzione oggettiva del tempo di lavoro con l'aumento del tempo dedicato all'intrattenimento, ha portato le piattaforme digitali ad aumentare esponenzialmente i loro abbonati. Il virus è un acceleratore di processi, ed è una sfida fortissima. Chi riuscirà a stare al passo e a innovare, soprattutto dal punto di vista del racconto e dalla capacità di raccontare storie contemporanee, resterà in piedi e avrà grande forza in futuro. Chi, oggi, resterà indietro, nella capacità di elaborare storie e avere tutte le tipologie di committenti, non avrà futuro. La moltiplicazione dei sistemi distributivi, naturalmente, incide anche sui processi creativi, perché la creatività si deve adattare al mezzo, che condiziona il messaggio che si dà. Tuttavia, la forza legata alla capacità di inventare storie, in qualche modo è indipendente dai sistemi distributivi. Non penso che l'innovazione tecnologica cambierà la narrazione, questa sarà sempre la regina del nostro tempo, sarà il prodotto più importante anche in futuro. In Occidente si prevedono nei prossimi 10 anni perdite di occupazione tradizionale per centinaia di milioni di individui che comunque avranno un reddito, o delle occupazioni, ma il tempo di lavoro si dimezzerà a favore dell'aumento esponenziale della necessità di intrattenimento, e l'intrattenimento principe è il racconto. La moltiplicazione dei sistemi tecnologici è figlia della maggior domanda di contenuti. L'economia del '700 è stata il vapore, l'uomo era la forza lavoro; l'economia del '800 è stata il carbone e la metallurgia; quella del '900 è stata l'elettricità, l'acciaio e la manifattura; oggi, l'economia del 2000 e oltre è e sarà il racconto, come nutrimento dello spirito e dell'anima. La narrazione è, ad oggi, il tirante fondamentale dell'economia.



A sinistra, il nuovo film diretto da Sergio Rubini, *I fratelli De Filippo*; a fianco, il regista Giovanni Dota sul set della sua opera prima *Koza Nostra* insieme alla protagonista Irma Vitovska

LE NOSTRE PRODUZIONI



GLI SDRAIATI

Regia
Francesca Archibugi

cast
Claudio Bisio
Antonia Truppo
Barbara Ronchi



RIDE

Regia
Jacopo Rondinelli

cast
Ludovic Hughes
Lorenzo Richelmy



SULLA MIA PELLE

Regia
Alessio Cremonini

cast
Alessandro Borghi
Jasmine Trinca
Max Tortora
Milvia Marigliano



LA BEFANA VIEN DI NOTTE

Regia
Michele Soavi

cast
Paola Cortellesi
Stefano Fresi



UN'AVVENTURA

Regia
Marco Danieli

cast
Michele Riondino
Laura Chiatti



18 REGALI

Regia
Francesco Amato

cast
Vittoria Puccini
Benedetta Porcaroli
Edoardo Leo



D.N.A. DECISAMENTE NON ADATTI

Regia
Lillo & Greg

cast
Lillo & Greg
Anna Foglietta



NATALE A 5 STELLE

Regia
Marco Risi

cast
Massimo Ghini
Ricky Memphis
Martina Stella
Paola Minaccioni



IL PROCESSO

Regia
Stefano Lodovichi

cast
Francesco Scianna
Vittoria Puccini
Camilla Filippi



SOTTO IL SOLE DI RICCIONE

Regia
YouNuts!

cast
Cristiano Caccamo
Isabella Ferrari
Luca Ward
Andrea Roncato

LUCKY RED

INSPIRING PEOPLE

TRA PASSATO E FUTURO



FREAKS OUT

Regia *Gabriele Mainetti*

cast *Claudio Santamaria Aurora Giovinazzo Pietro Castellitto Giancarlo Martini Giorgio Tirabassi
Max Mazzotta Franz Rogowski*



IO SONO BABBO NATALE

Regia *Edoardo Gale*

cast *Gigi Proietti Marco Giallini*

2020

UN BOX OFFICE DA DIMENTICARE

NELL'ANNO DELLA PANDEMIA, IL MERCATO DEL CINEMA IN SALA IN ITALIA HA REGISTRATO UN CALO DEL 71%. E LA PERCENTUALE SALE AL 93% SE SI CONSIDERA IL PERIODO DALL'8 MARZO.

EPPURE NEI PRIMI MESI DEL 2020, GRAZIE SOPRATTUTTO A ZALONE, SI VIAGGIAVA SU UN +20%. ECCO L'ANALISI DEI DATI CINETEL DEL 2020

di **Valentina Torlaschi**



RE

2020, anno della pandemia. Un anno da dimenticare in fretta per il box office italiano (e mondiale, vedi pag. 44). Con il Coronavirus che ha obbligato alla chiusura delle sale per 5 mesi abbondanti, i risultati del mercato del cinema in sala sono evidentemente negativi. I numeri diffusi da Cinetel (società che rileva circa il 95% del box office dell'intero mercato) parlano da soli: nei 198 giorni di apertura, i cinema hanno registrato un incasso complessivo di 182,5 milioni di euro, per un numero di presenze pari a circa 28 milioni di biglietti venduti. Ovvero un calo di oltre il 71,3% sugli incassi e di circa il 71% sulle presenze rispetto al 2019. E il crollo percentuale supera addirittura il 90% se si considerano i dati a partire dall'8 marzo, primo giorno in cui le sale del nostro Paese hanno spento le luci a causa dell'emergenza sanitaria. La pan-

demia ha colpito duramente l'esercizio italiano, e questo spiace doppiamente perché il 2020 era partito davvero bene, viaggiando nei primi due mesi su un +20%. Sulla scia di un 2019 che aveva chiuso a +14%, con il turbo innescato nei primissimi giorni dell'anno grazie a Zalone e con in canna diversi titoli di alto potenziale, il 2020 sarebbe potuto diventare l'anno migliore del decennio. E invece, come noto, la storia si è conclusa diversamente.

I FILM "PIÙ VISTI"

In questa annata nera, il film nettamente più visto è stato *Tolo tolo*. Uscita il 1° gennaio 2020, la commedia di Checco Zalone ha macinato cifre stellari incassando 46,2 milioni di euro, anche se è stata una performance un po' in calo rispetto ai titoli precedenti dell'autore (*Quo vado?* era arrivato a 65,4 milioni e *Sole a catinelle* a 51,9). Un ➤

Fig. 1

INCASSI E PRESENZE ANNUALI IN ITALIA (2015-2020)

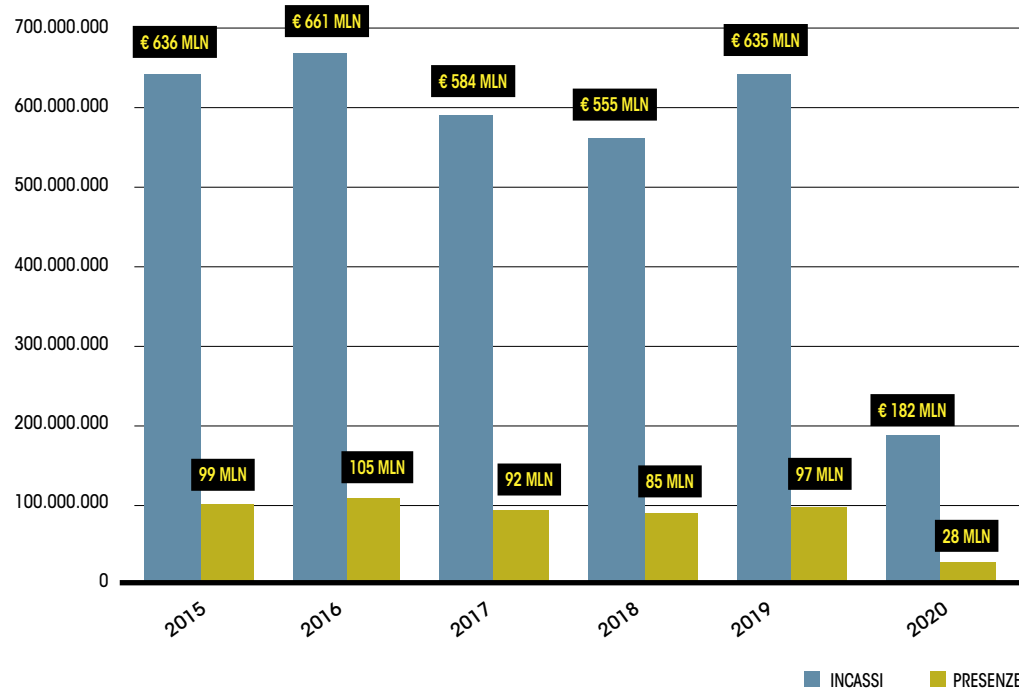


Fig. 2

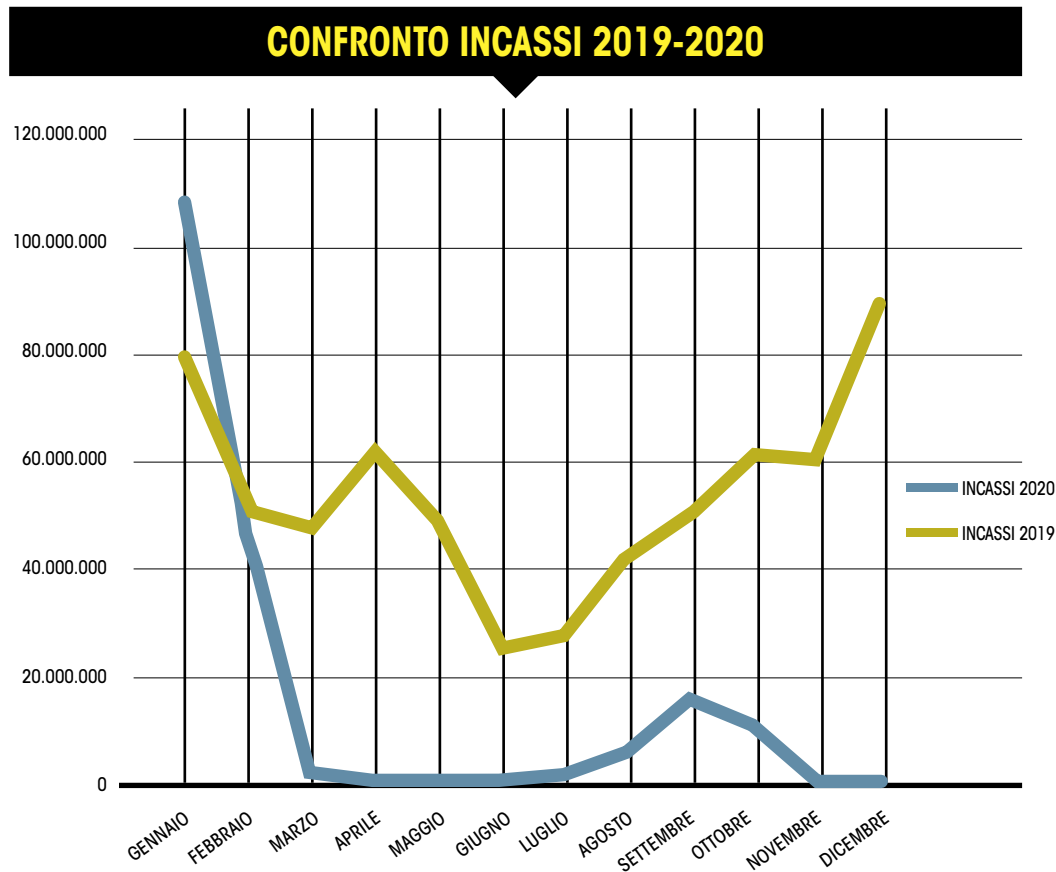
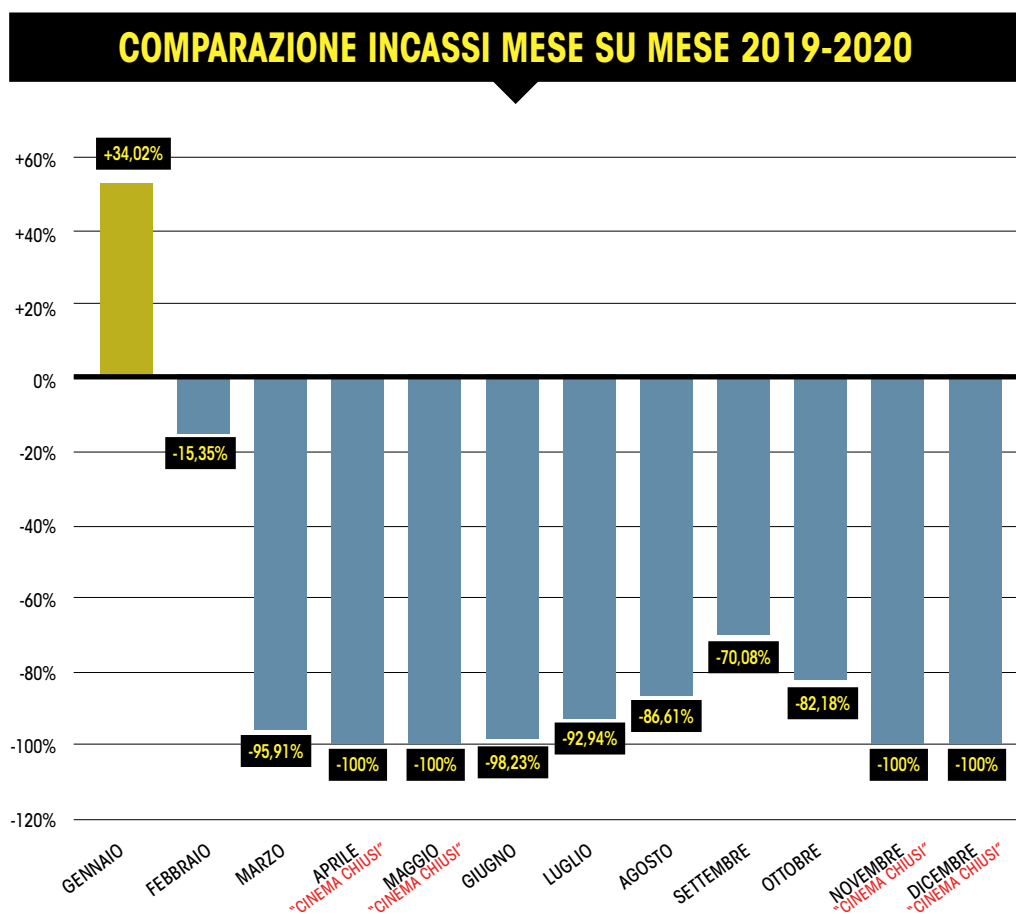


Fig. 3



risultato che, mai come quest'anno, ha rappresentato una boccata d'ossigeno vitale per un settore che da lì a poco sarebbe entrato in sofferenza: da solo, *Tolo tolo* ha realizzato il 25,3% dell'incasso totale del 2020. Dietro, nessuno film è riuscito ad abbattere il muro dei 10 milioni.

Dopo Zalone, l'intero podio porta i colori dell'Italia, con la seconda e terza posizione rispettivamente occupate da *Me contro te - il film: La vendetta del Signor S* (scommessa vinta per l'approdo sul grande schermo della giovane coppia di youtuber Lui e Sofi che ha guadagnato 9,5 milioni) e *Odio l'estate* (grande ritorno per Aldo, Giovanni e Giacomo che hanno portato a casa 7,5 milioni).

Proseguendo nella classifica, al quarto posto troviamo *Tenet* con 6,7 milioni: il thriller sci-fi di Nolan è l'unico film della Top 10 ad essere uscito durante la pandemia. Dietro, il war movie di Sam Mendes *1917* con 6,6 milioni, l'adattamento di Greta Gerwig del classico letterario *Piccole donne* con 5,9 milioni, il ritratto trasfigurato di Craxi diretto da Gianni Amelio *Hammamet* con 5,7 milioni, l'epopea di amicizia e amore di Gabriele Muccino *Gli anni più belli* con 5,6 milioni, l'action-family *Jumanji: The Next Level* con 5,1 milioni e il nuovo *Dolittle* con Robert Downey Jr. con 4,6 milioni.



Da sinistra, in senso orario, i tre migliori incassi del 2020: *Tolo tolo* (Medusa) con 46,2 milioni di euro, *Me contro Te - Il film: La vendetta del Signor S* (Warner) con 9,5 milioni e *Odio l'estate* (Medusa) con 7,5 milioni

IL RAMMARICO DI UN'OTTIMA PARTENZA

Come già accennato, il 2020 era partito bene. Alla fine del mese di febbraio, prima dell'inizio dell'emergenza, il mercato cresceva in termini di incasso di più del 20% rispetto al 2019, del 7% circa sul 2018 e di oltre il 3% rispetto al 2017. Dopo una buona annata 2019 (con l'Italia che aveva registrato la migliore crescita in Europa), grazie a Zalone, alle code dei film natalizi e a importanti exploit come quello già citato dei *Me contro Te*, gennaio 2020 aveva addirittura segnato un +34%. Ancora migliore la partenza del cinema italiano che, nei primi due mesi dell'anno "dopati" da Zalone, è arrivato a crescere del 190%.

I MESI DELLA PANDEMIA

Con il diffondersi, intorno a metà febbraio, dei primi casi di contagio da Covid-19 in Italia, lo scenario cambia drasticamente: il 23 febbraio iniziano a chiudere i cinema in Lombardia per arrivare alla serrata totale delle sale l'8 marzo. Da lì, il mercato ha registrato un calo del 93% circa in termini di incassi e di presenze, con una perdita di oltre 460 milioni di euro.

Analizzando nel dettaglio il box office nei mesi della riapertura e della "convivenza col virus", giugno e luglio hanno



inevitabilmente lavorato "al rallentatore", per via di un'offerta limitata di nuovi titoli commerciali e di un parco sale attivo a neanche il 20% del suo potenziale, incassando rispettivamente 44.738 euro e 1,9 milio-

ni di euro. Agosto, invece, grazie all'uscita di *Tenet*, ha dato dei segnali di risveglio e il box office è arrivato a 5,5 milioni. Con settembre, complice la release di *After 2* e di qualche titolo nazionale passato da ➤

Fig. 4

I MAGGIORI INCASSI DEL 2020

TITOLO	SOCIETÀ	USCITA	INCASSO	PRESENZE
TOLO TOLO	MEDUSA FILM	01/01/20	46.201.300 €	6.674.622
ME CONTRO TE IL FILM - LA VENDETTA DEL SIGNOR S	WARNER BROS.	17/01/20	9.580.842 €	1.548.994
ODIO L'ESTATE	MEDUSA FILM	30/01/20	7.516.356 €	1.160.087
TENET	WARNER BROS.	26/08/20	6.758.862 €	958.282
1917	01 DISTRIBUTION	23/01/20	6.662.347 €	1.031.183
PICCOLE DONNE	WARNER BROS.	09/01/20	5.979.449 €	938.261
HAMMAMET	01 DISTRIBUTION	09/01/20	5.780.618 €	901.122
GLI ANNI PIU' BELLI	01 DISTRIBUTION	13/02/20	5.652.248 €	907.640
JUMANJI: THE NEXT LEVEL	WARNER BROS.	25/12/19	5.173.031 €	747.020
DOLITTLE	UNIVERSAL	30/01/20	4.611.391 €	733.158
AFTER 2	01 DISTRIBUTION	02/09/20	4.157.677 €	605.201
JOJO RABBIT	WALT DISNEY	16/01/20	4.089.931 €	649.839
PINOCCHIO	01 DISTRIBUTION	19/12/19	3.944.227 €	611.171
PARASITE	ACADEMY/LUCKY RED	07/11/19	3.854.957 €	613.304
FIGLI	VISION/UNIVERSAL	23/01/20	3.292.516 €	519.456
18 REGALI	VISION/UNIVERSAL/ LUCKY RED	02/01/20	3.133.236 €	481.319
LA DEA FORTUNA	WARNER BROS.	19/12/19	3.059.158 €	464.655
RICHARD JEWELL	WARNER BROS.	16/01/20	2.618.000 €	413.340
SONIC - IL FILM	20TH CENTURY FOX	13/02/20	2.461.902 €	404.921
BIRDS OF PREY (E LA FANTASMAGORICA RINASCITA DI HARLEY QUINN)	WARNER BROS.	06/02/20	2.408.712 €	357.932
STAR WARS: L'ASCEA DI SKYWALKER	WALT DISNEY	18/12/19	2.035.249 €	277.657
IL PRIMO NATALE	MEDUSA FILM	12/12/19	1.883.594 €	291.219
SORRY WE MISSED YOU	LUCKY RED	02/01/20	1.517.269 €	243.776
GREENLAND	LUCKY RED/ UNIVERSAL	08/10/20	1.486.542 €	225.973
BAD BOYS FOR LIFE	WARNER BROS.	20/02/20	1.445.137 €	221.629
IL DIRITTO DI OPPORSI	WARNER BROS.	30/01/20	1.288.190 €	206.505
IL GIORNO SBAGLIATO	01 DISTRIBUTION	24/09/20	1.267.426 €	203.130
ONWARD - OLTRE LA MAGIA	WALT DISNEY	19/08/20	1.154.321 €	189.747
IL RICHIAMO DELLA FORESTA	WALT DISNEY	20/02/20	1.133.017 €	187.053
FABRIZIO DE ANDRE' E PFM - IL CONCERTO RITROVATO	NEXO DIGITAL	17/02/20	1.087.585 €	98.243
PADRENOSTRO	VISION/UNIVERSAL	24/09/20	979.146 €	160.907
FROZEN II - IL SEGRETO DI ARENDELLE	WALT DISNEY	27/11/19	909.958 €	143.877
CITY OF CRIME	LUCKY RED/ UNIVERSAL	09/01/20	896.243 €	141.727
JUDY	NOTORIOUS PICT.	30/01/20	850.608 €	140.045
VOLEVO NASCONDERMI	01 DISTRIBUTION	04/03/20	822.200 €	136.662
CENA CON DELITTO - KNIVES OUT	01 DISTRIBUTION	05/12/19	810.615 €	130.350
LACCI	01 DISTRIBUTION	30/09/20	794.330 €	128.142
MI CHIAMO FRANCESCO TOTTI	VISION/UNIVERSAL	19/10/20	658.950 €	61.820
ENDLESS	EAGLE PICTURES	23/09/20	647.518 €	100.130
THE NEW MUTANTS	WALT DISNEY	02/09/20	615.770 €	94.445
PLAYMOBIL - THE MOVIE	NOTORIOUS PICTURES	31/12/19	571.300 €	95.135
SULLE ALI DELL'AVVENTURA	LUCKY RED	09/01/20	561.922 €	102.278
WAITING FOR THE BARBARIANS	IERVOLINO ENT.	24/09/20	541.775 €	105.995
FANTASY ISLAND	WARNER BROS.	13/02/20	517.977 €	79.652
TAPPO - CUCCIULO IN UN MARE DI GUAI	EAGLE PICTURES	23/01/20	494.242 €	83.633
CATTIVE ACQUE	EAGLE PICTURES	20/02/20	485.829 €	81.649
UN DIVANO A TUNISI	BIM DISTRIBUTION	08/10/20	454.276 €	73.933
MISS MARX	01 DISTRIBUTION	17/09/20	434.915 €	71.198
LE SORELLE MACALUSO	TEODORA FILM	10/09/20	427.499 €	69.500
MEMORIE DI UN ASSASSINO	ACADEMY TWO	13/02/20	395.375 €	64.292
IL MEGLIO DEVE ANCORA VENIRE	LUCKY RED	21/08/20	395.151 €	68.321
NON ODIARE	NOTORIOUS PICTURES	10/09/20	391.913 €	66.755
BREAK THE SILENCE: THE MOVIE	NEXO DIGITAL	10/09/20	384.426 €	30.688
UNDERWATER	WALT DISNEY	30/01/20	382.032 €	57.229
LA MIA BANDA SUONA IL POP	MEDUSA FILM	20/02/20	375.329 €	61.726

Venezia oltre alla coda di *Tenet*, si è riusciti ad arrivare a 15 milioni, mentre ottobre, senza altri blockbuster, si è assestato sui 10 milioni. Insomma, se il mercato italiano è rimasto ben lontano dal tornare a lavorare a pieno regime (nel mondo solo quello cinese è riuscito a farlo), dalla fine di agosto, però, aveva quantomeno dato segnali di timida ripresa. Una timida ripresa che la seconda chiusura di fine ottobre ha brutalmente bloccato, cancellando anche la red-diziosa stagione natalizia.

TENET E AFTER 2. METEORE DELLA RIPARTENZA

I pochi segnali di ripresa che si sono visti nei mesi di riapertura, da giugno a ottobre, vanno principalmente sotto i titoli dei già citati *Tenet* e *After 2*. Il primo, uscito mercoledì 26 agosto, carico delle aspettative dell'intera industria che lo aveva eletto a "film-simbolo della ripartenza", aveva chiuso il primo weekend lungo con quasi 2 milioni, arrivando a fine corsa a 6,7 milioni. Un risultato importante perché, se *ça va sans dire* che l'incasso sarebbe stato nettamente più elevato in condizioni normali, ha comunque avuto una lunga tenitura a dimostrazione che una certa fame di cinema, in quelle settimane, c'era. Il secondo titolo ad aver dato una scossa a un box office con elettrocardiogramma un po' piatto è stato *After 2*. Il secondo episodio della saga teen è uscito il 2 settembre e, nel primo fine settimana, si era portato a casa 1,5 milioni di euro per un incasso finale di 4,1 milioni.



Con un box office di 6,7 milioni di euro, *Tenet* (Warner) è stato il miglior incasso nei mesi della pandemia e il quarto dell'anno

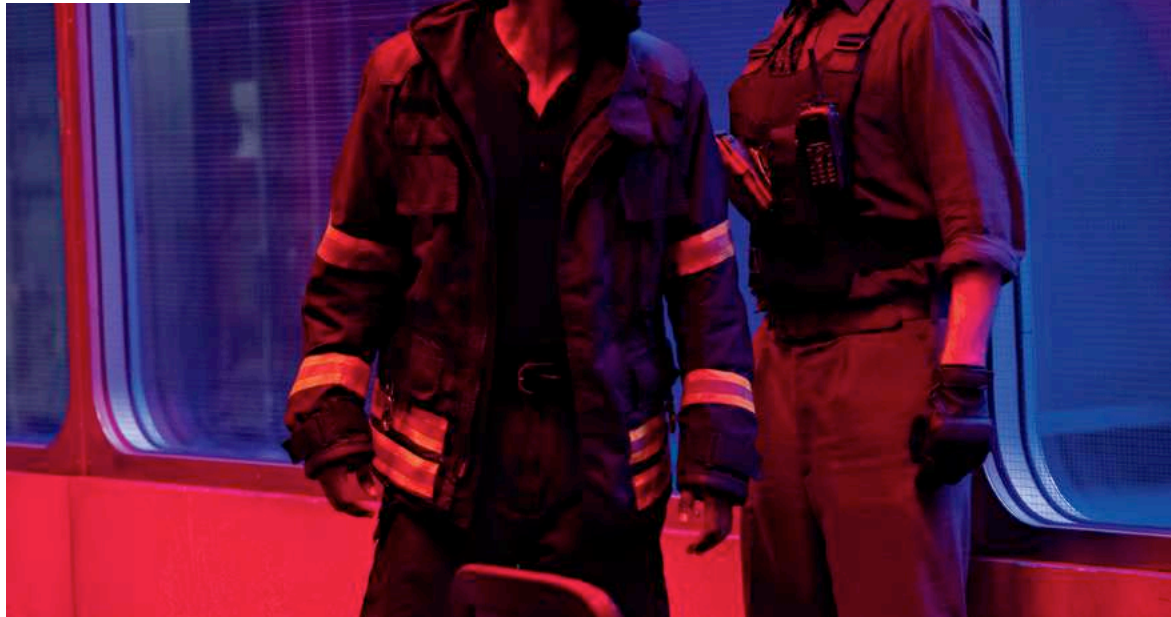


Fig. 5

I FILM ITALIANI DI MAGGIOR SUCCESSO NEL 2020

TITOLO	SOCIETÀ	USCITA	INCASSI	PRESENZE
TOLO TOLO	MEDUSA FILM	01/01/20	46.201.300 €	6.674.622
ME CONTRO TE IL FILM - LA VENDETTA DEL SIGNOR S	WARNER BROS.	17/01/20	9.580.842 €	1.548.994
ODIO L'ESTATE	MEDUSA FILM	30/01/20	7.516.356 €	1.160.087
HAMMAMET	01 DISTRIBUTION	09/01/20	5.780.618 €	901.122
GLI ANNI PIU' BELLI	01 DISTRIBUTION	13/02/20	5.652.248 €	907.640
PINOCCHIO	01 DISTRIBUTION	19/12/19	3.944.227 €	611.171
FIGLI	VISION/UNIVERSAL	23/01/20	3.292.516 €	519.456
18 REGALI	VISION/UNIVERSAL/LUCKY RED	02/01/20	3.133.236 €	481.319
LA DEA FORTUNA	WARNER BROS.	19/12/19	3.059.158 €	464.655
IL PRIMO NATALE	MEDUSA FILM	12/12/19	1.883.594 €	291.219
FABRIZIO DE ANDRE' E PFM - IL CONCERTO RITROVATO	NEXO DIGITAL	17/02/20	1.087.585 €	98.243
PADRENOSTRO	VISION/UNIVERSAL	24/09/20	979.146 €	160.907
VOLEVO NASCONDERMI	01 DISTRIBUTION	04/03/20	822.200 €	136.662
LACCI	01 DISTRIBUTION	30/09/20	794.330 €	128.142
MI CHIAMO FRANCESCO TOTTI	VISION/UNIVERSAL	19/10/20	658.950 €	61.820
WAITING FOR THE BARBARIANS	IERVOLINO ENTERTAINMENT	24/09/20	541.775 €	105.995
MISS MARX	01 DISTRIBUTION	17/09/20	434.915 €	71.198
LE SORELLE MACALUSO	TEODORA FILM	10/09/20	427.499 €	69.500
NON ODIARE	NOTORIOUS PICTURES	10/09/20	391.913 €	66.755
LA MIA BANDA SUONA IL POP	MEDUSA FILM	20/02/20	375.329 €	61.726
LOCKDOWN ALL'ITALIANA	MEDUSA FILM	15/10/20	371.957 €	58.742
LASCIAMI ANDARE	WARNER BROS.	08/10/20	359.225 €	59.346
SUL PIU' BELLO	EAGLE PICTURES	21/10/20	329.265 €	49.763
BURRACO FATALE	FENIX ENTERTAINMENT	01/10/20	326.278 €	57.829
L'UFFICIALE E LA SPIA (J'ACCUSE)	01 DISTRIBUTION	21/11/19	309.415 €	65.400
PAOLO CONTE - VIA CON ME	NEXO DIGITAL	28/09/20	286.416 €	30.913
DIVORZIO A LAS VEGAS	01 DISTRIBUTION	08/10/20	252.301 €	40.633
IL CASO PANTANI - L'OMICIDIO DI UN CAMPIONE	KOCH MEDIA	12/10/20	244.036 €	27.326
TRASH	NOTORIOUS PICTURES	16/10/20	240.295 €	39.092
IMPRESSIONISTI SEGRETI	NEXO DIGITAL	10/02/20	239.313 €	27.430

N.B.: Sono incluse le co-produzioni

Un risultato significativo perché se è vero che il primo capitolo era arrivato a 6,4 milioni, *After 2* ha testimoniato la voglia dei giovani di tornare in sala (peccato che poi i ragazzi non abbiano più trovato altri film a soddisfare questa voglia di cinema nelle immediate settimane successive e abbiano dovuto aspettare la release del teen movie italiano *Sul più bello* nell'ultimo weekend di apertura a fine ottobre, quando il film si è portato a casa 328mila euro).

Tra gli altri titoli usciti nei mesi della pandemia che hanno registrato i maggiori incassi, i due action *Greenland* (1,4 milioni) e *Il giorno sbagliato* (1,2 milioni) e il film d'animazione targato Pixar *Onward - Oltre la magia* (1,1 milioni).

IL CINEMA ITALIANO

In questo anno di segni meno, l'unico indice a crescere è stato la quota di mercato del cinema italiano, passata dal 21% del 2019 al 56% del 2020. Questo grazie al risultato delle produzioni nazionali nei mesi di gennaio e febbraio e all'assenza di un'offerta forte del cinema americano (vedi paragrafo sotto). Ovviamente, però, l'incasso complessivo delle produzioni italiane (incluse le co-produzioni) è in calo rispetto al 2019, arrivando a 103 milioni di euro, per un numero di presenze pari a più di 15 milioni di ingressi, rispetto ai 134 milioni di euro di incassi e ai 21 milioni di presenze dell'anno precedente. Insomma, un calo di box office di "solo" il 23%.

Tra i titoli italiani di maggiore successo del 2020, oltre ai già citati film di Zalo- ➤

Il war movie *1917* (01 Distribution) ha raccolto 6,6 milioni di euro, quinto incasso nella top 10 del 2020





Dall'alto, in senso orario: *Dolittle* (miglior incasso per Universal con 4,6 milioni), *Figli* (miglior incasso per Vision con 3,2 milioni) e *Jojo Rabbit* (miglior incasso per Disney con 4 milioni)



ne, Luì e Sofì, Aldo, Giovanni e Giacomo, e Gianni Amelio, si aggiunge *Gli anni più belli* con 5,6 milioni che, uscito nei cinema il 13 febbraio, ha visto la sua corsa interrompersi con la prima chiusura (probabilmente, in un anno senza pandemia, questo film di Muccino avrebbe potuto superare i 10 milioni a fine corsa). Altro lungometraggio che non ha potuto esprimere appieno il proprio potenziale è stato *Volevo nascondermi* di Giorgio Diritti che, sempre a causa della prima chiusura di marzo, non ha potuto valorizzare la spinta data dalla vittoria al Festival di Berlino dell'Orso d'argento a Elio Germano come Miglior attore. ➤

Fig. 6

QUOTA DI MERCATO DEL CINEMA ITALIANO (2015-2020)

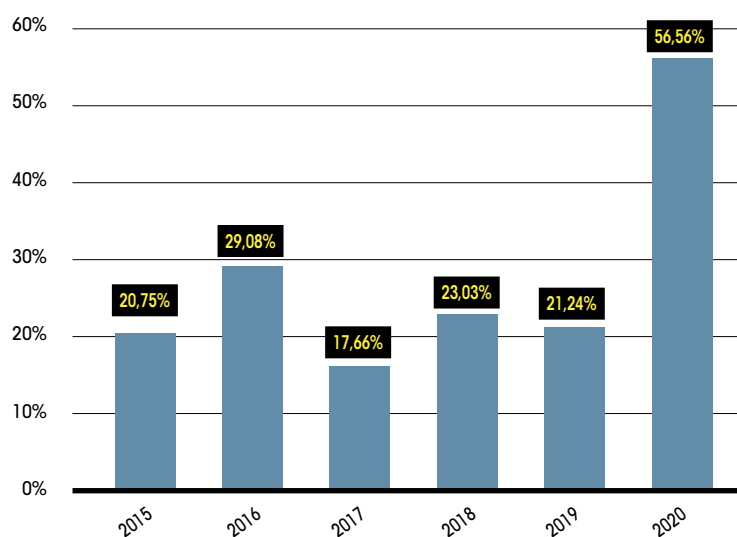
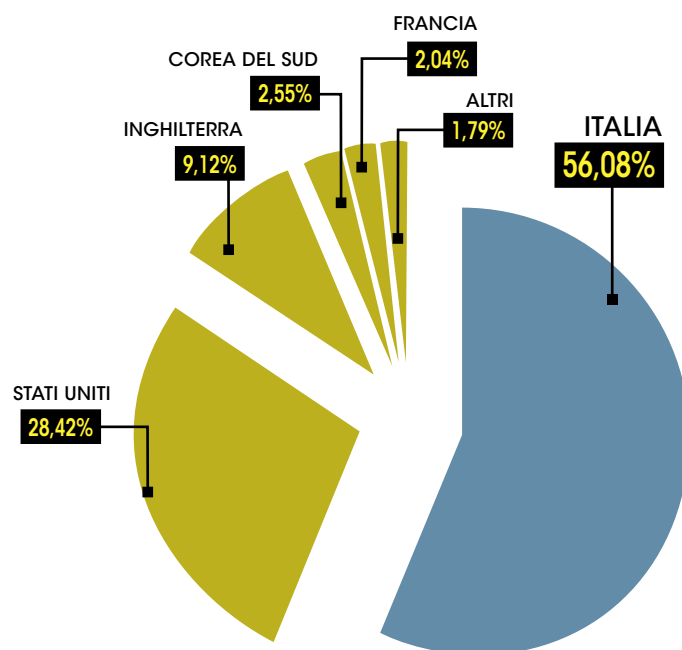


Fig. 7

INCASSI 2020 PER NAZIONALITÀ





PRODUCIAMO EMOZIONI

UN FIGLIO DI NOME ERASMUS

REGIA DI ALBERTO FERRARI

CON
LUCA BIZZARRI
PAOLO KESSISOGLU
RICKY MEMPHIS
DANIELE LIOTTI
CAROL ALT

COMEDY

Sul più Bello

REGIA DI ALICE FILIPPI

CON
LUDOVICA FRANCESCONI
GIUSEPPE MAGGIO
ELEONORA GAGGERO
GAJA MASCIALE
JOZEF GJURA

TEEN DRAMEDY

BRUCIO

REGIA DI GIANLUCA MANZETTI

TRATTO DALL'OMONIMO
ROMANZO DI
CHRISTIAN FRASCELLA

UNA PRODUZIONE ASSOCIATA CON
AURORA TV

THRILLER

LA CHIAVE DI TUTTO

SERIE TV TRATTA DAI BEST-SELLER DI GINO VIGNALI

LA CHIAVE DI TUTTO
CI VUOLE ORECCHIO
LA NOTTE ROSA
COME LA GRANDINE

CRIME

AMERICAN SKIN

PRESENTATO DA SPIKE LEE

REGIA DI NATE PARKER

CON
NATE PARKER
OMARI HARDWICK
THEO ROSSI
BEAU KNAPP

VINCITORE DEL "FILMING AWARD"
COME MIGLIOR FILM
NELLA SEZIONE SCONFINI A VENEZIA 76

DRAMA

DAMPYR

REGIA DI RICCARDO CHEMELLO

CON
WADE BRIGGS
STUART MARTIN
FRIDA GUSTAVSSON

UNA PRODUZIONE ASSOCIATA CON
SERGIO BONELLI E BRANDON BOX

ISPIRATO ALL'OMONIMO FUMETTO

ACTION / HORROR

The Bunker Game

REGIA DI ROBERTO ZAZZARA

CON
GAIA WEISS
LORENZO RICHELMI

UNA PRODUZIONE ASSOCIATA CON
KADOR, PLACE DU MARCHÉ E BE COOL

SUPERNATURAL THRILLER

LA VERITÀ SUL CASO HARRY QUEBERT

REGIA DI JEAN - JAQUES ANNAUD

CON
PATRICK DEMPSEY
BEN SCHNETZER
KRISTINE FROSETH

SERIE TV TRATTA DALL'OMONIMO
BEST-SELLER DI JOËL DICKER

CRIME

Ancora più Bello

CON
LUDOVICA FRANCESCONI
GIUSEPPE MAGGIO
ELEONORA GAGGERO
GAJA MASCIALE
JOZEF GJURA

TEEN DRAMEDY

Sempre più Bello

CON
LUDOVICA FRANCESCONI
GIUSEPPE MAGGIO
ELEONORA GAGGERO
GAJA MASCIALE
JOZEF GJURA

TEEN DRAMEDY

L'UOMO SULLA STRADA

REGIA DI GIANLUCA MANGIASCIUTTI

VINCITORE
DEL PREMIO SOLINAS
STORIE PER IL CINEMA

THRILLER



A sinistra, *Parasite* (miglior incasso per Academy Two con 3,8 milioni). A destra, *Judy* (miglior incasso per Notorious con 850mila euro)



In alto, *Greenland* (Lucky Red) che, con 1,4 milioni, è stato tra i migliori successi durante i mesi della pandemia. Sotto, *Fabrizio De André e PFM - Il concerto ritrovato* (miglior incasso per Nexo con 1 milione di euro)



Il film italiano di maggior successo uscito durante la pandemia è stato invece *Padrenostro* che, nelle sale dal 24 settembre, ha sfiorato il milione di euro, seguito da *Lacci* (794mila euro) e dal documentario *Mi chiamo Francesco Totti* che, in un'uscita-evento di tre giorni, ha guadagnato la cifra sorprendente di 658mila euro.

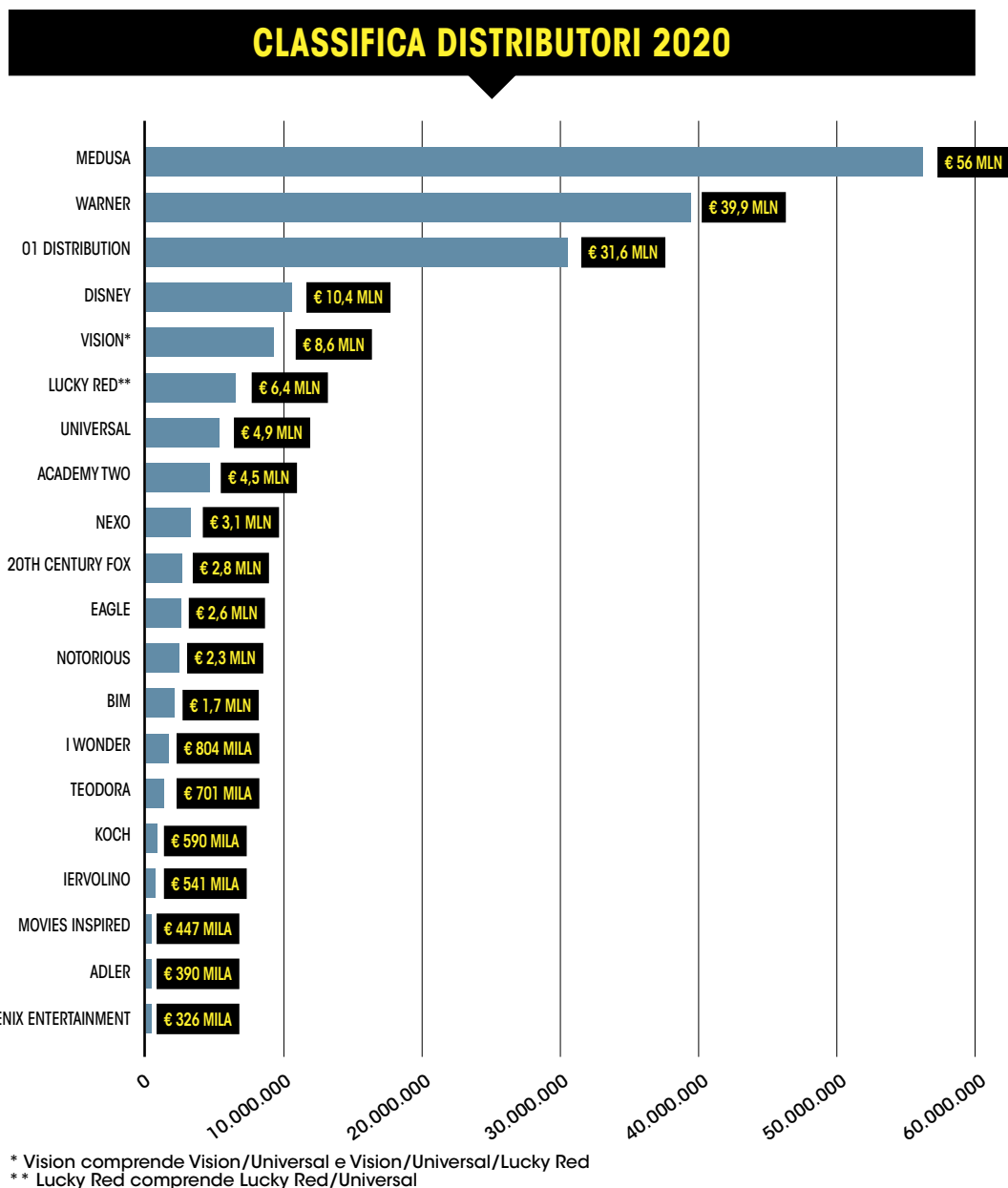
BLOCKBUSTER USA. I GRANDI ASSENTI

Come già sottolineato diverse volte, un fattore decisivo nei bassi numeri del box office italiano del 2020 è stata l'assenza quasi totale del cinema americano. La quota di cinema made in Usa è passata dal 65,16% del 2019 al 28,42% del 2020. Da marzo in poi, le uscite dei grossi blockbuster americani (*Tenet* a parte) sono slittate tutte al 2021, col risultato che gli incassi dei film americani del 2020 sono arrivati a un totale di soli 51,8 milioni di euro, quando nel 2019 erano di 414 milioni di euro. Insomma, un crollo di oltre l'87%.

CLASSIFICA DISTRIBUTORI

Sul fronte distributori, se nel 2019 era stata Disney a fare la parte del (re) leone totalizzando un incasso di 170 milioni di euro, nel 2020 a dominare è Medusa con 56,4 milioni grazie ai successi di *Tolo tolo*, *Odio l'estate* e alla coda de *Il primo Natale*. In seconda posizione, Warner con quasi 40 milioni (qui gli incassi più alti sono stati quelli di *Me contro Te*, *Tenet* e *Piccole donne*), mentre sul terzo gradino del podio sale 01 Distribution con 31 milioni forte dei risultati di *1917*, *Hammamet* e *Gli anni più belli*. Disney si deve accontentare del quarto posto con 10,4 milioni (il suo primo incasso è *Jojo Rabbit* con 4 milioni). A seguire, Vision con 8,6 milioni, Lucky Red con 6,4 milioni, Universal con 4,9 milioni, Academy Two con 4,5 milioni, Nexo Digital con 3,1 milioni, e 20th Century Fox con 2,8 milioni.

Fig. 8



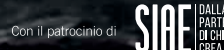
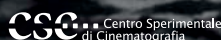
© Maurizio Raspante (1), Moris Puccio/courtesy of Warner Bros. Entertainment/Halla (1), Paolo Galletta (1), Courtesy of 01 Distribution (1), Courtesy of Warner Bros. (1), Courtesy of Universal Pictures (1), Anica Pirelli/Courtesy of Vision Distribution (1), 20th Century Fox/Disney Pictures (1), Courtesy of Academy Two (1), Courtesy of Notorious Pictures (1), Courtesy of Lucky Red (1), Courtesy of Nexo Digital (1)

IMMERGITI NELLE STORIE CHE HANNO FATTO LA NOSTRA STORIA.

Il **MIAC** ti aspetta
negli **Studi di Cinecittà**.
Nel nuovo Museo Italiano
dell'Audiovisivo e del Cinema
sarà tutto un altro modo
di godersi lo spettacolo.



Studi di Cinecittà, Via Tuscolana 1055, Roma. Dal lunedì alla domenica (chiuso il martedì).



Museo italiano
audiovisivo e cinema



Dentro le quinte

museomiac.it



I NUMERI NEL MONDO

NEI VARI PAESI LE PERDITE AL BOX OFFICE NEL 2020 VANNO DAL -57% AL -80%. IL PEGGIOR RISULTATO APPARTIENE AGLI STATI UNITI

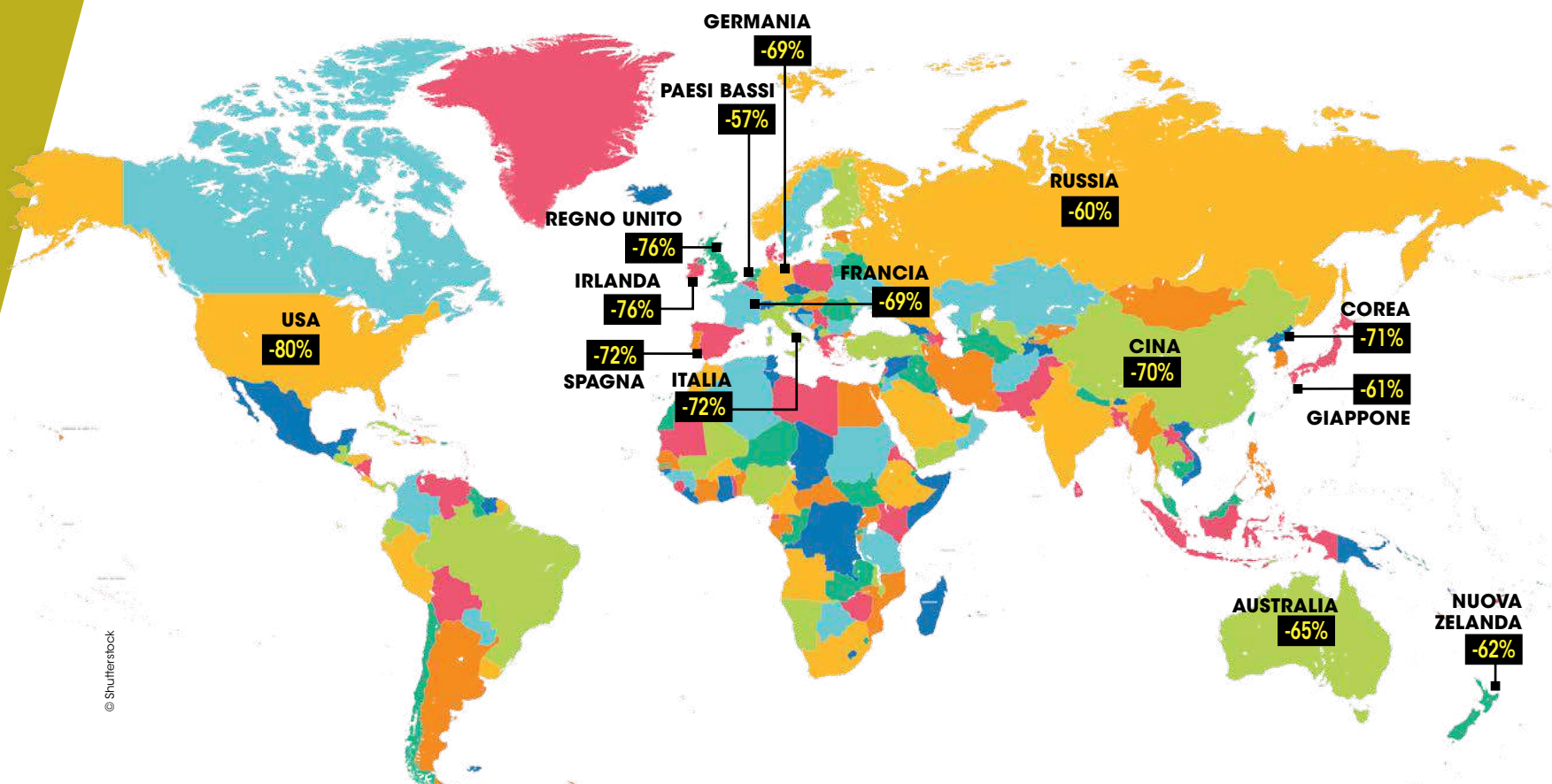
Oltre che per l'Italia, il 2020 è stato inevitabilmente un anno di perdite pesanti per le sale cinematografiche di tutto il mondo. Secondo i dati resi noti da Comscore, i cali ai box office dei vari Paesi vanno dal -57% al -80%. Il dato peggiore – appunto del -80% – è quello registrato negli Usa, dove i biglietti venduti dal 1° gennaio al 31 dicembre 2020 hanno generato 2,28 miliardi di dollari; nel 2019 la cifra era stata di 11,4 miliardi. È il risultato più basso per il mercato cinematografico statunitense da almeno 40 anni. Tra i maggiori “successi” del 2020 negli States, *Bad Boys for Life* (uscito a metà gennaio) con 204 milioni di dollari, poi *1917* (uscito a Natale) con 157 milioni e *Sonic - Il film* (uscito

a metà febbraio) con 146 milioni. Per la prima volta nella Storia, quello americano non è più il primo mercato al mondo, sorpassato dalla Cina che, nel 2020, ha raggiunto un box office di 2,7 miliardi di dollari, soprattutto grazie alle performance delle produzioni nazionali, in primis *The Eight Hundred* che ha guadagnato in patria 372 milioni di dollari e, nel mondo, 461 milioni di dollari, diventando così il miglior incasso worldwide del 2020. Da segnalare, comunque, che anche i botteghini della Terra del Dragone sono stati fortemente colpiti dalla pandemia, con un calo di circa il 70%.

Dopo gli States, le perdite più alte per il mercato cinematografico sono state quelle registrate nel Regno Unito e in Irlanda,

che segnano il -76% sul 2019. Seguono Italia e Spagna (entrambe sul -72%), Corea (-71%), Germania e Francia (-69%), Australia (-65%), Nuova Zelanda (-62%), Giappone (-61%) e Russia (-60%).

Come sottolinea Eric Marti, alla guida di Comscore France, a incidere sulle performance dei singoli box office, sono state la durata delle chiusure dei cinema e la forza delle industrie locali, quindi la capacità dei film nazionali di compensare l'assenza di blockbuster hollywoodiani. Se dunque Usa e Regno Unito hanno registrato perdite più alte per via di un'assenza di prodotto americano, oltre alla già citata Cina, anche il Giappone ha “tenuto” proprio grazie a successi di film nazionali come *Demon Slayer the Movie: Mugen Train* che, anche in era pandemica, è riuscito a diventare l'incasso più alto di sempre in Giappone. E hanno resistito tutto sommato bene anche le produzioni nazionali in Italia (come abbiamo visto nelle pagine precedenti) e in Francia dove sono riuscite a sostenere la riapertura dal 22 giugno al 28 ottobre, con una quota di mercato che è salita dal 40,4% al 62,1%. Il mercato che ha meglio resistito al Covid-19 è stato quello dei Paesi Bassi, dove il botteghino totale del 2020 è sceso “solo” del 57% rispetto al 2019; qui i cinema sono rimasti chiusi per un periodo più limitato rispetto agli altri Paesi europei.





In Italia le grandi storie esistono già.
Basta solo raccontarle.

LA VITA D'AVANTI A SÉ

FILM ORIGINALI ITALIANI
NEL MONDO | **NETFLIX**

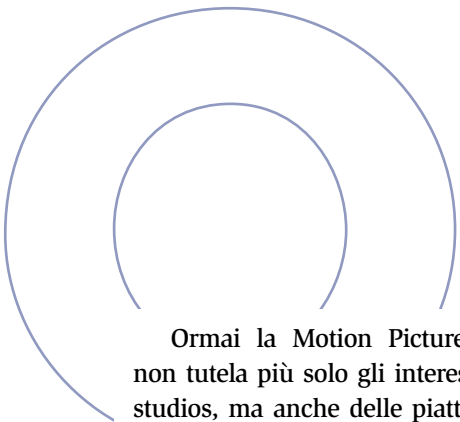




NON TEMO IL FUTURO

CHARLES RIVKIN, CHAIRMAN E CEO DELLA MOTION PICTURE ASSOCIATION, NAVIGA DA DECENNI NELLE TUMULTUOSE ACQUE DI HOLLYWOOD. CHIAMATO A TUTELARE GLI INTERESSI DI STUDIOS E PIATTAFORME, QUESTA FIGURA CHIAVE DELL'ENTERTAINMENT AFFERMA DI ESSERE PRONTO AD AFFRONTARE LE CRITICITÀ DEL MOMENTO E LE TRASFORMAZIONI (IRREVERSIBILI?) DEL MONDO DELL'AUDIOVISIVO. SUL TAVOLO ANCHE I NUOVI ASSOCIATI IN ARRIVO, IL LEGAME CON FAPAV, ANICA E IL MINISTRO FRANCESCHINI, E LA LOTTA ALLA PIRATERIA

di Paolo Sinopoli



Ormai la Motion Picture Association non tutela più solo gli interessi dei grandi studios, ma anche delle piattaforme streaming. E se fino a un anno fa questo mix poteva apparire di cattivo gusto, quasi indigesto, ora questo processo di integrazione risulta inevitabile. È sotto gli occhi di tutti, infatti, come in piena pandemia stiano mutando radicalmente le abitudini del pubblico e le scelte dei colossi dell'entertainment. Complici le imponenti pressioni delle società hollywoodiane che stanno sfruttando una situazione di emergenza senza precedenti per imboccare nuove strade, potenziare le proprie piattaforme streaming e spostare (momentaneamente?) modelli di business consolidati. Operazioni necessarie per ingraziarsi gli azionisti e per compensare le grosse perdite in ambito cinematografico. Una situazione complessa in cui deve destreggiarsi Charles Rivkin, recentemente riconfermato chairman e Ceo di Motion Picture Association per i prossimi tre anni. Figura chiave nel panorama hollywoodiano e sempre in prima linea nella lotta alla pirateria, difesa della creatività, crescita del comparto audiovisivo, inclusione e innovazione. Tutte battaglie portate avanti in favore dei propri membri, pesi massimi come Walt Disney, Sony, Paramount, Warner, Universal e Netflix.

Non è difficile immaginare che MPA si trovi in una posizione molto delicata in questo momento storico in cui i principali studios e le piattaforme streaming stanno spingendo l'industria cinematografica verso grandi cambiamenti. Qual è il ruolo di MPA in questo periodo?

L'industria cinematografica, televisiva e streaming sta cambiando rapidamente grazie alle nuove tecnologie, alle innovazioni in campo narrativo, alle diverse abitudini di fruizione e a molti altri fattori. Le società di produzione e distribuzione elaborano di continuo strategie per creare i migliori contenuti e distribuirli venendo incontro alle esigenze del pubblico. MPA

« CI SIAMO
 PRODIGATI CON I
 GOVERNI DI TUTTO
 IL MONDO PER
 PROMUOVERE
 POLITICHE
 MIRATE ALLA
 RIPARTENZA DEL
 NOSTRO SETTORE
 E PER AIUTARE A
 RICOSTRUIRE LA
 NOSTRA ECONOMIA
 MONDIALE »

sta lavorando in prima linea in questo settore dinamico. Sosteniamo appieno i nostri associati nello sviluppo del loro business, ovvero nel racconto di storie fantastiche che il pubblico possa apprezzare sia sul grande schermo che sul piccolo. Sono orgoglioso di lavorare in un settore che ha il potere di essere un motore di innovazione creativa e tecnologica. Siamo facendo la nostra parte per promuovere il dialogo e le iniziative sulla sostenibilità, nonché sulla diversità, l'equità e l'inclusione, solo per citarne alcune.

In che modo MPA protegge realmente gli interessi dei suoi associati? Come funziona il processo di lobbying?

Lavoriamo in tutto il mondo con organizzazioni che condividono la nostra ambizione di sostenere i contributi economici, creativi e culturali del settore cinematografico e audiovisivo. In Italia siamo soci fondatori di Fapav e apprezziamo il

rapporto con il nostro partner Anica, guidata dal mio amico Francesco Rutelli. Un ottimo esempio è la nostra battaglia comune contro la pirateria online. Non solo stiamo lavorando insieme a livello operativo per portare le istanze all'attenzione delle autorità italiane, ma stiamo anche lavorando a livello europeo e nazionale per richiamare l'attenzione sulla necessità di miglioramenti legislativi, come l'adozione di una regola di ampio respiro, c.d. KYBC, cioè "Know Your Business Customer" (ovvero "conosci il tuo cliente commerciale", ndr), per proteggere consumatori e imprese in ambito online, nella legge 'DSA' sui servizi digitali dell'UE.

Può farci qualche esempio recente di importanti risultati che avete ottenuto per conto dei vostri membri? Su quali punti avete lavorato negli ultimi mesi di pandemia e come avete gestito questo periodo così complesso?

Siamo stati profondamente impegnati durante la pandemia in ampi sforzi collaborativi, tutt'ora in corso, per riprendere le attività di produzione nel modo più sicuro per chiunque lavori nel nostro settore. Ci sono stati molti esempi in cui governi e industria hanno collaborato con ottimi risultati. La nostra priorità è stata la raccolta di informazioni sugli sviluppi in rapida evoluzione in ogni Paese per consentire ai nostri associati di adattare il prima possibile le proprie decisioni aziendali. Questa situazione di emergenza ha evidenziato quanto sia importante contare sulla cooperazione e su obiettivi comuni in tutto il mondo. Sono estremamente fiero del fatto che MPA sia un player globale e, allo stesso tempo, molto locale nella sua organizzazione. Lavoriamo a stretto contatto con gli studios, nostri associati, per garantire una ripresa delle attività di produzione in massima sicurezza. Ci siamo altresì prodigati con i governi di tutto il mondo per promuovere politiche mirate alla ripartenza del nostro settore e per aiutare a ricostruire la nostra economia globale. In Italia, il ministro dei beni e delle attività culturali e del turismo, Dario Franceschini, ha dato prova di grande leadership nell'ottenere importanti finanziamenti a favore dell'intero comparto culturale, compresa l'industria audiovisiva. Benché non sia stato an- ➤

P E P I T O



PRODUZIONI



A N N I

PEPITO HA PRODOTTO NUMEROSE
SERIE TV DI SUCCESSO E VINTO
OLTRE 35 PREMI
ITALIANI E INTERNAZIONALI
CON I SUOI FILM

15  **NASTRI d'ARGENTO**
SI GIOCA DAL 1946 IL PREMIO DEI GIORNALISTI PER IL CINEMA

1  **ACCADEMIA
DEL CINEMA ITALIANO** **PREMI
DAVID DI DONATELLO**

4  **PREMIO
GLOBO
D'ORO**

7 **CIAK**

1  **Internationale
Filmfestspiele
Berlin**

cora possibile per il governo italiano istituire un fondo assicurativo di emergenza per le produzioni audiovisive come in alcuni altri Paesi europei, gli efficienti protocolli messi in atto da Anica e dalle associazioni di categoria italiane hanno consentito alle produzioni di riprendere al meglio delle loro possibilità. Va poi apprezzato il pronto intervento del ministro Franceschini per far sì che le produzioni internazionali (ad esempio, *Mission: Impossible*) possano continuare a girare nella splendida Italia, anche durante questi tempi così complicati. Inoltre, il team del Mibact si è prodigato per elaborare quante più richieste di credito d'imposta possibile.

Tra i vostri associati del mondo streaming ci sono già Netflix e Disney con tutte le sue piattaforme. Vedremo mai anche Amazon Prime Video ed Apple Tv+ in MPA?

Motion Picture Association rappresenta le principali aziende creative del mondo, quindi ogni azienda che produce contenuti creativi dovrebbe voler far parte della nostra associazione. In effetti, stiamo già collaborando con Amazon Prime Video e Apple Tv+ nel contesto delle attività di protezione di contenuti a livello globale, attraverso l'Alliance for Creativity and Entertainment (ACE). MPA dà il benvenuto a tutte le aziende che sostengono e appoggiano la nostra mission e il nostro impegno per lo sviluppo del settore, in tutte le sue espressioni, nel modo in cui raccontiamo storie, raggiungiamo il nostro pubblico e proteggiamo i contenuti creativi.

Attualmente quali sono le richieste principali dei vostri associati?

La prima è sicuramente quanto velocemente possiamo tornare a pieno ritmo nella produzione. Nel breve periodo, so che possiamo lavorare tutti insieme per accelerare il ritmo di produzione e farlo in modo responsabile, sicuro e sostenibile. I nostri associati hanno lavorato a stretto contatto con i sindacati per sviluppare protocolli sanitari e di sicurezza completi per tutto il settore. Inoltre, vorrei sottolineare la necessità di rafforzare ulteriormente lo Stato di diritto in ambito online. L'era Covid ha anche acceso i riflettori sugli attori disonesti che abusano di strumenti come i social media e i motori di ricerca per disin-



« **L'ESPERIENZA CINEMATOGRAFICA RESTA UN LEGAME ESSENZIALE TRA IL PUBBLICO E I CREATORI, E CONTINUERÀ A ESSERE VITALE PER QUESTO SETTORE** »

formare, truffare i consumatori e minare il commercio legittimo. Stiamo combattendo questa piaga tutti insieme e facciamo appello alle autorità dell'UE affinché mantengano la loro promessa di regole e responsabilità "più rigorose" per i servizi digitali, compresi gli obblighi KYBC e - nella maniera più assoluta - senza alcun indebolimento delle norme esistenti per le responsabilità online.

Immagino che ogni categoria dei vostri membri (film, tv, streaming)

abbia interessi diversi. In che modo MPA gestisce tutte le loro richieste e come possono queste differenze coesistere sotto la stessa casa?

Innanzitutto, tutti gli associati della MPA sono creatori e difensori di contenuti, i cui film e serie Tv possono essere visti su tutti gli schermi, grandi e piccoli. Io dico sempre che siamo nel periodo d'oro del cinema e della televisione, dove il pubblico può scegliere un'offerta sempre crescente del loro intrattenimento preferito, che sia attraverso servizi streaming o nelle sale cinematografiche. Il nostro lavoro è, per sua stessa natura, collettivo e collaborativo, tanto nella creazione di contenuti quanto nel passaggio sui vari schermi. Lo vedo come uno sviluppo sicuramente positivo.

Alcuni temono che nuovi standard di rappresentazione e inclusione per l'idoneità all'Oscar nella categoria Miglior film possano compromettere la libertà artistica. Qual è la sua opinione in merito?

MPA è impegnata in una narrazione che rifletta i punti di vista e le esperienze di tutti i creatori e del pubblico. Stiamo lavorando con i nostri associati per affrontare insieme la diversità, la parità di genere, la rappresentazione culturale e le opportunità di reclutamento da parte di comunità sottorappresentate nel nostro settore. Considero i nuovi standard di ammissibilità all'Oscar come un'estensione logica delle nostre priorità e dei nostri sforzi collettivi.

Molti esercenti temono che gli studi di Hollywood stiano reinventando il loro modello di business, lasciandosi alle spalle i cinema. Hanno ragione o torto?

La pandemia continua a rappresentare una sfida per l'industria. Molti cinema hanno chiuso e, in parte, le produzioni hanno rallentato le lavorazioni fino a interrompersi. Ma nonostante la pandemia abbia posto molti ostacoli, non ha mai minato il nostro amore per lo spettacolo. Come tutti, io e la mia famiglia abbiamo guardato molti film e programmi Tv a casa. Allo stesso tempo, non vedo l'ora di provare quel senso di comunità, di divertirmi nell'andare a vedere film in sala con tanti altri che condividono la passione per il cinema. Prima che il virus diventasse parte della realtà condivisa da tutti, il >

CINECITTÀ

si mostra | shows off



IL CINEMA SI METTE IN MOSTRA
VISITA LE MOSTRE E I SET PERMANENTI

Studi di Cinecittà
Via Tuscolana 1055, Roma

Dal lunedì alla domenica
(chiuso il martedì)



www.cinecittasimostra.it



botteghino globale dell'audiovisivo aveva raggiunto livelli record. L'esperienza cinematografica resta un legame essenziale tra il pubblico e i creatori, e continuerà ad essere vitale per questo settore.

Come avete contrastato la pirateria nel 2020?

La pirateria mina l'intera economia creativa, è una minaccia diretta per le persone che lavorano e amano questo settore, vengono messi in pericolo i posti di lavoro. Inoltre, gli utenti non solo possono essere privati del contenuto stesso, ma sono anche a rischio di malware e altre minacce online provenienti da siti pirata. Quando guidavo società di intrattenimento, ho visto in prima persona come la pirateria

minacciasse le finanze, i team creativi e la possibilità di investire in nuovi progetti. Poiché la pirateria è una sfida mondiale, ci impegniamo a livello globale per ridurla attraverso l'Alleanza per la Creatività e l'Intrattenimento (ACE). Forte di 35 associati creatori di contenuti globali, ACE è la coalizione leader a livello mondiale dedicata alla riduzione della pirateria e alla protezione del mercato legale per i prodotti creativi. Naturalmente, lavoriamo anche con organizzazioni a livello nazionale attraverso procedure civili e penali, e cooperiamo con i governi e le forze dell'ordine per eliminare i siti pirata su larga scala e frenare le loro attività. È poi sempre un piacere ricordare il fantastico lavoro svolto dal nostro partner Fapav in

Italia, che ha lavorato incessantemente durante la pandemia per proteggere l'industria audiovisiva attraverso una collaborazione ancora più stretta con le autorità Italiane, contrastando i servizi IPTV non autorizzati, fornendo un rapido supporto alle operazioni a livello internazionale e lavorando fianco a fianco con Agcom per garantire che le sue attività di protezione dei contenuti online potessero continuare al massimo potenziale. Non è un'impresa da poco che Agcom abbia bloccato 376 siti web pirata da gennaio 2020, e questo solo per le istanze presentate dalla Fapav.

Recentemente il suo contratto è stato prorogato fino alla fine del 2023. Quali sono i suoi piani per i prossimi anni?

Sono grato dell'opportunità di continuare a guidare MPA per altri tre anni. Abbiamo molto lavoro da fare. Non vedo l'ora di lavorare al fianco dei nostri associati e partner per conto del settore creativo, per proteggere i loro contenuti e mezzi di sostentamento economico, e per sostenere lo spirito pionieristico senza precedenti che ha caratterizzato la nostra industria per oltre un secolo.

Il futuro del cinema non è mai stato così incerto. Quando pensa che potremo tornare alla normalità?

Nonostante sia restio a fare previsioni durante questo periodo così incerto, non sono mai stato più fiducioso nel nostro settore. La forza, la grinta e la creatività a cui ho assistito da parte dei nostri studios nel corso dell'ultimo anno mi danno grande speranza che non solo possiamo riprenderci dalle sfide attuali, ma che andremo a ricostruire un'industria ancora più forte e più innovativa negli anni a venire.

E come immagina il futuro dell'industria dell'intrattenimento?

Nell'ultimo secolo, la nostra industria si è distinta come una delle comunità più lungimiranti, innovative e capaci di adattarsi alle situazioni più imprevedibili. Quindi, sebbene non azzardo una previsione su cosa ci riserverà il futuro, so che continueremo a produrre contenuti amati dagli spettatori e troveremo nuove modalità per fornire quel contenuto venendo incontro ai desideri e alle esigenze del pubblico.



CONFERMATO, IL BONUS PUBBLICITÀ ANCHE PER IL 2021 E 2022



© iStock

CHI INVESTE IN CAMPAGNE PUBBLICITARIE
STAMPA E DIGITAL POTRÀ USUFRUIRE DEL
**CREDITO D'IMPOSTA DEL 50% DEL VALORE
DI TUTTI GLI INVESTIMENTI EFFETTUATI**

(COMMA 608, ART. 1)

SFRUTTA LE OPPORTUNITÀ CON DUESSE COMMUNICATION



李九霄

**NEL PAESE DEL DRAGONE, DOVE IL COVID SEMBRA ESSERE STATO
ARGINATO CON SUCCESSO, IL CINEMA È RIPARTITO E IL 2020
SEGNA IL SORPASSO STORICO AL BOX OFFICE SUL NORD AMERICA
UN TRAGUARDO RESO POSSIBILE DA UNA RIGIDA POLITICA
DI ISOLAMENTO, ABDICAZIONE DELLA PRIVACY CON
TRACCIAMENTO OBBLIGATORIO, SOSTEGNI PUBBLICI E...
UNA FORTE PASSIONE DEL PUBBLICO PER LA SETTIMA ARTE**

di Ilaria Ravarino



Sono stati i primi a chiudere, i primi a riaprire, i primi a pentirsi e i primi a decidere che era ora di tornare in sala. Adesso che sono anche i primi per box office nel 2020, dopo lo storico sorpasso sul botteghino americano avvenuto lo scorso novembre, tutti gli occhi del mondo occidentale sono rivolti, con un mix di incredulità e invidia, al “miracolo” cinese. Un continente in cui il pubblico va in sala, i film escono a cadenza regolare, il popcorn scoppietta nelle macchinette e le multisala festeggiano la fine dell'era Covid sfiorando il sold out ogni weekend. Tutto come prima, o quasi. Ma a che prezzo? A tre condizioni, difficilmente replicabili nel mondo occidentale: la chiusura dei confini, il tracciamento degli spettatori e l'autarchia dei contenuti.

CINEMA: RIAPRIRE CHIUDENDO

È impossibile tracciare un quadro della schizofrenica “apertura in quattro mosse” dei cinema cinesi senza considerare l'andamento del virus nel Paese, e le drastiche misure di protezione messe in campo dal governo per proteggere il continente – epicentro dell'epidemia all'inizio del 2020 – dalle possibili ondate di ritorno.

Tutto comincia il 26 gennaio 2020, quando – mentre l'Europa si prepara al Festival di Berlino, in programma il mese successivo – in Cina il presidente Xi Jinping annuncia una serie di misure di sicurezza per far fronte all'epidemia di Covid-19 giudicata, dal ministero per la salute, “in evidente accelerazione”. Il bilancio ufficiale parla di 56 morti e 2.000 contagi, ancora circoscritti al continente e con epicentro a Wuhan, ma per Xi Jinping la situazione è già grave. Nel giro di pochi giorni le agenzie di viaggio cinesi sospendono le proprie attività e cancellano le prenotazioni alberghiere, in 13 città si fermano i trasporti pub-



blici, mentre musei e luoghi turistici come la Grande Muraglia vengono interdetti ai visitatori. I teatri, i club e i 70.000 schermi cinematografici del Paese devono chiudere.

A marzo, mentre l'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) annuncia la nuova classificazione del Covid-19 da epidemia a pandemia, e l'Italia supera la Cina per numero di morti da Coronavirus, a Pechino la curva del contagio si stabilizza: ai primi del mese si assesta a 79.000 unità e due settimane dopo se ne registrano solo 2.000 in più. I voli dall'estero continuano a essere scoraggiati, limitati a uno a settimana, con aerei a capienza ridotta al 75%: chiunque arrivi in Cina da “fuori” è obbligato a un periodo di quarantena a sue spese di 14 giorni, e in caso di scali si richiede il tampone. Il 16 marzo lo Zhongying Golden Palm Cinema di Urumqi è il primo cinema a riaprire. In programma ci sono 22 titoli fra cui quattro film per bambini, l'ingresso è gratuito per le famiglie, ma il primo giorno di programmazione non si presenta nessuno. Tra il 21 e il 22 marzo – mentre i cinema chiudono per decreto in Francia e in Italia – riaprono in Cina oltre 500 sale: la China Film Corp., il più grande distributore cinese, rilascia film in “public service model”, concedendo cioè agli esercenti il 100% della quota dei biglietti, con la rinuncia di produttori e distributori al proprio 43%. Ma gli incassi sono deludenti, e l'improvviso e inaspettato ritorno del Covid in



Cina – poche decine di casi ma quasi tutti “importati” dall'estero sul territorio – spinge le autorità a tornare sui propri passi.

Dal 28 marzo i cinema tornano chiusi in tutto il mondo. Xi Jinping impone la chiusura temporanea dei confini nazionali, anche a chi è in possesso di regolari autorizzazioni. Il messaggio è chiaro: dalla Cina non si esce, ma non si entra nemmeno. La politica di isolamento sembra funzionare: la curva cinese resta bassa e la temuta ondata di ritorno non arriva. Non passa nemmeno un mese, e il 29 aprile il direttore del Film Bureau cinese Wang Xiaohui (a capo anche della propaganda del partito), annuncia che il settore dell'intrattenimento al

A sinistra, un cinema di Shanghai mette in pratica le misure di sicurezza anti-Covid a fine luglio attraverso il distanziamento del pubblico. A destra, alcune persone guardano un film sul grande schermo all'aperto nei pressi del fiume Azzurro in Wuhan



Nel Paese è ormai prassi comune il tracciamento elettronico delle identità. La tecnologia QR permette la verifica immediata dello stato di salute dell'utente che desidera entrare in spazi pubblici come il cinema

服务引领，推动行业发展

6 协助用户开展设备升级更新工作
中影股份急用户所急、想用户所想，主动作为、贴心服务，协助影院开展设备升级更新工作。

7 开展“产业+金融”战略合作
以融资租赁业务为基础，开展“产业+金融”战略合作，围绕电影产业提供全面的金融服务，把短期纾困和长远发展有机结合，共同推动电影行业持续健康发展。

Alcune norme della China Film Administration che i cinema cinesi devono rispettare per garantire la visione dei film in sicurezza

万事俱备，只待观众重逢

8 推出《影院复工开业工作指引》保障观众安全观影

中影股份积极推出《影院复工开业工作指引》，卫生安全防护措施统一标准，不留死角，为全国140余家中影国际影城及中影控股参股院线3000余家加盟影城复工开业保驾护航，保障观众安全观影。

- 空气消毒
- 环境和物品表面消毒
- 3D眼镜消毒
- 员工健康监测
- 观众健康筛查
- 实名隔座售票
- 保障一米安全距离

万事俱备 只待7月20日影院有序复业 与观众重逢

chiuso, categoria che comprende anche le sale cinematografiche, potrà riaprire le proprie attività all'inizio di giugno con "importanti politiche di supporto nazionali e regionali" e il rispetto di misure di sicurezza come il distanziamento, la disinfezione dei locali e il controllo dei sistemi di ventilazione. Il governo, promette Xiaohui, "provvederà a emanare nuove regole per il rispetto

delle finestre di distribuzione", proteggendo le sale dalle piattaforme OTT: a bruciare è il caso della Media Company Huanxi, che durante il lockdown ha firmato un accordo esclusivo di distribuzione della commedia *Lost in Russia* con la piattaforma video ByteDance (del proprietario di TikTok). Il settore audiovisivo, dichiara Xiaohui, ha subito dall'inizio del lockdown gravi per-

dite: 4,2 miliardi di dollari bruciati da gennaio, 2.300 sale cinematografiche fallite, più di 5.000 aziende cinematografiche e televisive che non hanno richiesto al governo il rinnovo delle licenze. La notte dell'annuncio, l'hashtag "i cinema riapriranno" viene condiviso oltre 340 milioni di volte sul Twitter cinese Weibo: l'entusiasmo del pubblico, alla Cina, non manca. ➔

Devono, però, passare quasi tre mesi prima che il 20 luglio – con la “benedizione” di una circolare della China Film Administration emanata una settimana prima – la maggior parte delle sale cinesi riapra i battenti, a partire dalle province orientali covid-free, con l’esclusione dei cinema di Pechino e degli hotspot del virus: tra questi anche la provincia dello Xinjiang, la cui capitale Urumqi era stata la pioniera delle riaperture a marzo. La più grande catena di sale cinese, Dalian Wanda Group (6.600 schermi in tutto il mondo, secondo il profilo online della company), riapre a luglio con sale al 30% della capienza, ma è solo l’inizio: un mese dopo la riapertura, ad agosto, sempre la China Film Administration comunica che le sale riaperte nel Paese sono oltre 8.500 su 12.400 (fonte: China Global Television Network).

Nell’autunno 2020 le mascherine non sono più obbligatorie nel Paese, ma viaggiare in Cina è ancora molto difficile: gli stranieri ammessi sono sottoposti a quarantena per due settimane e costretti ad atterrare – e soggiornare – nella zona dell’aeroporto di Tianjin, a 130 km da Pechino. Riaprire il Paese, e con esso le sale cinematografiche, ha avuto un prezzo: chiudersi al resto del mondo.

SICUREZZA: ABDICARE ALLA PRIVACY

Il passaggio fondamentale per costruire quel senso di sicurezza e protezione, indispensabile per permettere il ritorno in sala dei clienti, è stato quello che oggi, a un anno di distanza dall’inizio della pandemia, nel Paese è considerato una normalità: il tracciamento elettronico delle identità.

Prima di entrare in sala ogni spettatore si sottopone alla scannerizzazione del proprio codice QR attraverso app come Alipay Health Code, realizzata dal governo cinese con l’aiuto della Ant Financial (società controllata dal colosso dell’e-commerce Alibaba): una volta effettuata l’iscrizione all’applicazione, al cittadino viene attribuito, in base allo stato di salute e al possibile rischio di contagio, un codice QR di tre possibili colori, verde, giallo o rosso. La tecnologia QR permette la verifica immediata dello stato di salute dell’utente che desidera entrare in spazi pubblici – supermercati, centri commerciali, edifici sanitari, mezzi di trasporto o cinema. Con un particolare importante: dopo essersi registrato, l’utente è obbligato ad autorizzare le autorità governative cinesi



Trailer e poster del remake live-action di Disney, *Mulan*, a Pechino a inizio settembre

ad accedere attraverso l’applicazione a dati come la geolocalizzazione, il nome della città in cui si risiede e il proprio codice identificativo. Accedere in sicurezza ai cinema in Cina significa dunque subire un sistema obbligatorio di monitoraggio centralizzato, valido oggi per 900 milioni di utenti, che comincia dal momento stesso in cui vengono acquistati online i biglietti, spesso in combinazione promozionale con cibo o bibite. In un Paese in cui, vale la pena ricordare, il cinema è vissuto in multisale attrezzate e non conosce la dimensione della sala d’essai, il cittadino “identificato” può selezionare il proprio posto in sala su un display direttamente nel foyer, dove ritirerà il cibo ordinato per essere, infine, accompagnato in sala da una maschera.

Quanto alla capacità di contenimento delle sale, se a luglio la capienza massima dei cinema era fissata al 30%, con mascherine obbligatorie e distanziamento di almeno un metro, durata massima di permanenza in sala di due ore, cibi e bevande proibiti, e maschere del cinema autorizzate ad accompagnare fuori dalla struttura eventuali trasgressori, ad agosto la situazione era già cambiata: capienza al 50% nei cinema di Pechino, Shanghai e Chengdu, salita nell’inverno 2020 fra il 50 e il 75% a seconda delle province interessate. Fino alla scorsa estate



mascherine, guanti e dispositivi per la sanificazione sono stati messi a disposizione di impiegati e clienti direttamente dai cinema, la cui routine di pulizie era fissata a «due volte al giorno nelle aree pubbliche come lobby, sale, bagni e corridoi – si legge nel comunicato ufficiale della China Film Administration, ripreso e tradotto a luglio dal magazine *Deadline* – e a cinque volte al giorno per il display dei biglietti e dei posti, le sedute, le zone private dei bagni. La pulizia è obbligatoria dopo ogni proiezione per tutto ciò che entra in contatto con il cliente, come bracciali o occhiali 3D, e un contenitore per la spazzatura potenzialmente infetta viene differenziato separatamente ogni giorno».

Le aziende che faranno la differenza



**Il nuovo numero di *Business People*
e l'allegato *100% Business People in Italy*
disponibile in edicola
e in versione digitale**



www.businesspeople.it





In questa foto scattata a metà novembre, alcuni turisti cinesi osservano all'interno dell'ascensore di vetro Bailong in Zhangjiajie - a 300 metri di altezza - le montagne che hanno ispirato i paesaggi del film *Avatar*

Il passaggio fondamentale per permettere il ritorno in sala dei clienti, oggi considerato una normalità in Cina, è il tracciamento elettronico delle identità

IL BOX OFFICE: CHINA FIRST

I film in Cina sono tornati in sala per gradi. La partenza è avvenuta con titoli "classici" già in catalogo, per permettere ai cinema e ai frequentatori delle sale di prendere confidenza con le nuove norme e scaldare i motori: a fare da apripista sono i titoli di Hollywood della stagione 2019-2020 come *1917*, *Jojo Rabbit*, *Bad Boys for Life* o *Sonic*. Nella prima settimana di riapertura a fine luglio - quando molte sale dimezzano il prezzo del biglietto, portandolo dalla cifra media di 90-180 yuan (13-26 dollari) a 45 yuan - il box office non decolla, fermandosi a 109 milioni di yuan (15,6 milioni di dollari), cioè il 92,2% in meno dell'anno precedente.

Vengono sacrificati all'incertezza anche i film di agosto, ancora una volta americani "di seconda mano": *Harry Potter e la pietra filosofale*, restaurato in 3D 4K (13,6 milioni di dollari) e *Interstellar* di Christopher Nolan (18 milioni di dollari). La latitanza di materiale "fresco" da Hollywood (il valore del cinema americano su scala annuale è circa un terzo del box office cinese) favorisce la cinematografia nazionale, e ad approfittarne è l'epopea di guerra *The Eight Hundred* di Guan Hu, dramma bellico ipernazionalista ambientato a Shanghai durante il secondo conflitto sino-giapponese. Pri-

mo grande film cinese uscito nelle sale dopo l'epidemia, girato interamente con camere IMAX, arriva in sala il 14 agosto raccogliendo 372 milioni di dollari al botteghino (461 milioni nel mondo): è il più grande successo mondiale dell'anno e una delle prime dieci uscite di tutti i tempi al botteghino cinese.

I primi grandi prodotti americani arrivano a settembre, con *Tenet* (64 milioni) e *Mulan*, uscito una settimana dopo il film di Nolan e sfavorito dalle polemiche (40 milioni). Ma a fare i numeri in autunno è ancora una volta il cinema nazionale, con il film antologico iperpatriottico *My People, My Homeland* (422 milioni) che a ottobre conquista il botteghino testa a testa con il film d'animazione *Jiang Ziya: Legend Of Deification*. Strategicamente piazzato l'1 ottobre, insieme a *Leap* con Gong Li (95,5 milioni), nella Giornata Nazionale Cinese - la data più calda della stagione, centro delle giornate che compongono la cosiddetta "settimana d'oro" del cinema - *Legend of Deification* non bissa il successo del prequel *Ne Zha*, portando comunque in cassa la considerevole cifra di 240 milioni di dollari.

L'onda lunga dei kolossal nazionali consente a novembre alla Cina una svolta storica, con il sorpasso al box office del botteghino americano per l'anno 2020: secondo la ricerca della data company Maoyan Entertainment, pubblicata nei primi giorni del gennaio 2021, film come *The Eight Hun-*

dred e il film di guerra sino-coreano *The Sacrifice* (161 milioni), uscito a novembre, sono stati in grado di portare in cassa un quinto del box office annuale del Paese - più della somma totale delle performance dei film stranieri. Dalla riapertura di luglio la Cina è dunque risorta, con un box office annuale calcolato (dati Comscore) a fine novembre in 2,3 miliardi di dollari e lievitato con l'uscita di titoli come il thriller *Shock Wave 2* (97 milioni), con la superstar Andy Lau. I dati sul box office a gennaio fissano a un totale di 548 milioni i biglietti staccati in Cina nel 2020, con un incasso annuale complessivo che varia, emblematicamente, a seconda della fonte del calcolo: 3,13 miliardi secondo Maoyan e China Film Administration, 2,74 miliardi secondo la società americana Comscore. Per Maoyan, unica a riportare questo dato, i film stranieri, che nel 2018 "pesavano" sul box office cinese per il 38% del totale annuale, e per il 35,9% nel 2019, si sarebbero fermati nel 2020 al 16,3% del totale. Con i blockbuster americani spostati in avanti, nel corso del 2021, e la pandemia a colpire l'Occidente, secondo gli esperti cinesi i film nazionali proseguiranno la loro corsa all'arrembaggio del box office interno. Un'autosufficienza di contenuti che favorisce l'economia, ma che potrebbe costare - a lungo termine - sul piano di un'altra ricchezza: quella culturale. **BC**

(si ringrazia Gianluigi Perrone per la preziosa consulenza)

VOILÀ

N.°1
FEBBRAIO 2021
www.voila.life

Kate Winslet

AMA TE STESSA
PER AMARE
GLI ALTRI

Moda
PINK &
CASUAL
REVOLUTION

*Paul
Bettany*

*Saoirse
Ronan*

DUESSE COMMUNICATION - Anno VII - n°1 - Bimestrale

LE SFUMATURE
DELL'AMORE

SMART BEAUTY

PASSIONE MAKE UP

ALLA SCOPERTA
DELL'INTELLIGENZA
DEL CUORE

IN EDICOLA

WWW.VOILÀ.LIFE



SCARICA
IL NUOVO NUMERO



 **DUESSE**
COMMUNICATION

INTERVISTE

IL

M



CINEMA NON VERRÀ AI MENO

FABIO DE LUIGI È OTTIMISTA SUL FUTURO DELLA SALA E, RIGUARDO ALL'USCITA DI *10 GIORNI CON BABBO NATALE* SU AMAZON PRIME VIDEO, RITIENE SIA STATA LA SCELTA MIGLIORE. HA GIÀ ULTIMATO DUE PROGETTI, IL NUOVO FILM DI PIF E UNA MINISERIE PER SKY, ED È CONVINTO CHE SIANO IN CORSO GRANDI TRASFORMAZIONI NEL MONDO DELLA PRODUZIONE

di Paolo Sinopoli

È

ottimista Fabio De Luigi sul futuro del cinema: «Quando il dottore vieta alcuni cibi – gli affettati, ad esempio – non si vede l'ora di tornare a mangiarli. Riscopriremo quanto è preziosa l'esperienza cinematografica e quanto abusarne faccia bene alla salute, a differenza della pancetta». Dopo il successo di *10 giorni senza la mamma* (2019), che ha registrato 7,5 milioni di euro al box office italiano, De Luigi si è messo subito al lavoro sul sequel *10 giorni con Babbo Natale* (di cui ha firmato anche il soggetto), approdato il 4 dicembre su Amazon Prime Video. Ha già ultimato due progetti, il nuovo film di Pif *E noi come stronzi rimanemmo a guardare* e una miniserie per Sky, e ha un'opinione ben chiara sulle sfide che l'industria cinematografica sarà chiamata ad affrontare nel prossimo futuro.

10 giorni con Babbo Natale nasce anche da una sua idea e ne firma il soggetto. Eppure, le era già capitato di fare film di successo. Come mai un sequel proprio per questo titolo?

Innanzitutto per il piacere di continuare una storia ben riuscita. Questa famiglia è stata molto apprezzata dal pubblico e ha ottenuto un successo importante in sala. Così, insieme a Colorado Film, Alessandro Genovesi e Giovanni Bognetti, abbiamo pensato di proseguire la narrazione aggiungendo un personaggio surreale come Babbo Natale. Una figura che rischiava di essere "pericolosa" essendo così iconica e ingombrante. Fortunatamente, però, la ciambella è uscita con il buco grazie alla bravura di Diego Abatantuono, Valentina Lodovini, del resto del cast e del regista che ha scritto la sceneggiatura insieme a Giovanni Bognetti.

A causa della pandemia, il film è andato direttamente su Amazon Prime Video. È deluso di non essere potuto uscire in sala?

Sicuramente sono dispiaciuto, ma sono anche in pace con me stesso. Penso sia stata la scelta migliore. Il film è ben riuscito e, con i cinema chiusi, senza piattaforma non avremmo potuto raggiungere il gran-

de pubblico. Va poi sottolineato che questo film è a tema natalizio e doveva uscire necessariamente durante le festività. Immagino che senza questo legame con il Natale, la produzione avrebbe atteso la riapertura delle sale, dove probabilmente avrebbe riscosso un ottimo risultato al box office.

Cosa pensa delle uscite dei film in contemporanea al cinema e su piattaforma?

È un tema spinoso. Sono convinto che chi ama andare al cinema non verrebbe mai meno a quest'esperienza; mentre chi non è abituato a vedere un film sul grande schermo, difficilmente cambierà abitudine. Ma anche se non sono totalmente contro l'ipotesi di un'uscita in contemporanea al cinema e su piattaforma, vorrei capire se in questo modo si perderebbero effettivamente spettatori cinematografici, anche se non è semplice una simile analisi. Allo stesso tempo, in un mondo senza pirateria sarei uno strenuo difensore di una finestra esclusiva che tuteli l'uscita cinematografica. È una questione complessa e siamo ancora alle prese con le prime sperimentazioni in questo campo. Non resta che attendere ulteriori sviluppi e monitorarli con attenzione. ➤



Periodo post-pandemia: quali trasformazioni nell'industria audiovisiva saranno irreversibili e quali no?

Sicuramente le piattaforme continueranno a far parte della nostra quotidianità. Sono poche, ormai, le persone senza un abbonamento a un servizio streaming. Sul fronte cinema, invece, pur non essendo l'uomo più ottimista del mondo, credo che in futuro cercheremo di rimuovere le macerie lasciate dal Covid e torneremo in sala con rinnovato desiderio. Proprio come accaduto nel dopoguerra. Normalmente, ciò che viene vietato, diventa fonte dei nostri desideri più sfrenati. Come quando il dottore vieta alcuni cibi – gli affettati, ad esempio – e non si vede l'ora di tornare a mangiarli. Riscopriremo quanto è preziosa l'esperienza cinematografica e quanto abusarne faccia bene alla salute, a differenza della pancetta.

È abbonato a qualche piattaforma streaming?

Praticamente a tutte.

E quali film e serie Tv le hanno fatto più compagnia nei mesi di pandemia?

Al momento sono reduce da *The Crown*. Pensavo fosse la serie Tv più lontana da me e, invece, mi ha conquistato sin dal primo minuto. Mi hanno sorpreso soprattutto l'accuratezza della storia, le scenografie, le performance, la sceneggiatura. Ma ne ho viste altre, anche se al momento non le ricordo...

Non pensa che in futuro rischieremo di assistere a un fenomeno bulimico per eccesso di offerta sul fronte streaming?

È sicuramente una possibilità. Così come è un pericolo il consumo bulimico che mi porta a dimenticare quali serie Tv ho visto (e su quale piattaforma) solo pochi mesi fa.

A livello produttivo, ritiene che in futuro cambierà qualcosa in termini di volume, storie, canali di fruizione

e budget dei film?

Già ora noto diverse trasformazioni in atto. Il moltiplicarsi dei canali di fruizione sta portando a una consistente crescita del numero di produzioni. Ma con tanti contenitori da riempire, bisogna stare attenti a non venire meno alla qualità del prodotto, ad esempio affrettando i tempi o puntando su budget ridotti. Mi auguro che le piattaforme contribuiscano a infondere nuovo coraggio e a rischiare su progetti cinematografici più coraggiosi, sperimentando così strade poco battute. Questo slancio creativo, infatti, potrebbe tornare a favore del cinema, ispirando produzioni e lanciando nuovi talenti.

Lei deve molto a programmi Tv come *Mai dire...* Trasmissioni che oggi scarseggiano e che contribuiscono a lanciare giovani talenti. Che consigli darebbe oggi ai comici in erba che vorrebbero emergere nel mondo del cinema?

Ah, non sono mai stato molto bravo



A sinistra, Diego Abatantuono e Fabio De Luigi sul set di *10 giorni con Babbo Natale*. A destra, un'immagine del film (sequel di *10 giorni senza mamma*), uscito direttamente su Amazon Prime Video il 4 dicembre 2020



nel dare consigli... Diciamo che mentre prima era fondamentale poter contare su un network consolidato come rampa di lancio, oggi il network è a disposizione di chiunque grazie a Internet e ai social. Va detto, però, che questi programmi non erano solo una vetrina, perché cooperavano alla maturazione di talenti ancora grezzi. Il talento, infatti, è una capacità che va coltivata e fatta crescere attraverso l'esperienza. Esperienza che, quando ero alle prime armi, era più diretta e passava prima dal teatro, poi dalla Tv e, infine, dal cinema. Oggi questo percorso si è accorciato e capita che il salto avvenga direttamente dalla Rete al cinema. Penso, ad esempio, al fenomeno dei Me contro Te. Ma non sempre le scorciatoie sono la strada migliore. Personalmente, considero una grande fortuna non aver passato i miei primi provini televisivi. Probabilmente non ero pronto o, ancora peggio, avrei rischiato di pensare di esserlo quando non lo ero. Se dovessi fare il vecchio saggio, ai ragazzi

che cominciano direi che non bisogna mai avere fretta.

Prima Metti la nonna in freezer, poi 10 giorni con Babbo Natale. Negli ultimi anni ha fatto diverse incursioni nella commedia di genere, un sentiero ancora poco battuto dal cinema italiano.

Sì, un po' sono tentativi, un po' prevale la voglia di misurarsi con progetti più ambiziosi. La commedia è l'unico genere che va sempre accompagnato da un aggettivo. Una commedia, appunto, può essere nera, grottesca, amara, comica, romantica, drammatica, fantasy. Ci sono molteplici sfumature, lo ha dimostrato anche il premio Oscar *Parasite* di Bong Joon-Ho. Certo, se ti sposti dalla classica commedia, è più complesso intercettare il pubblico. Di conseguenza, non stupisce che il cinema italiano fatichi a sconfinare dalla strada più battuta (e più redditizia). Quando poi capita di non ottenere il "giusto" riconoscimento al box office per una commedia anticonvenzionale, difficilmente si rischia una seconda volta. È il nostro sistema che funziona così, non è colpa di nessuno. Il cambiamento va avviato poco alla volta, senza grandi rivoluzioni.

Lei è tra i protagonisti di *E noi come stronzi rimanemmo a guardare di Pif*. A che punto è la lavorazione del film?

Le riprese sono terminate e ora si lavora su montaggio ed effetti speciali, che richiedono una lavorazione piuttosto complessa. Non so ancora se il film approderà

in piattaforma ma, visto lo sforzo produttivo, immagino che lo vedremo direttamente al cinema. Sarà una storia molto interessante e contemporanea, proiettata verso il futuro, che mette a tema questioni particolarmente attuali.

Altri progetti?

Una miniserie Sky di due puntate (realizzata insieme a Colorado), intitolata *Ridatemi mia moglie*, tratta da una produzione originale della BBC e adattata sempre da Alessandro Genovesi e Giovanni Bognetti. Nel cast, oltre al sottoscritto, ci saranno Anita Caprioli, Diego Abatantuono, Carla Signoris, Alessandro Betti e Diana Del Bufalo. Lasciato da mia moglie (Caprioli) senza apparente motivo, cercherò di risalire alle ragioni della sua scelta e di riconquistarla. Sarà una commedia molto incisiva e decisamente divertente.

E per il cinema?

Al momento la situazione cinematografica complessiva è come la coda al casello della A14 a Ferragosto. Ci sono importanti produzioni che, da tempo, attendono solo di uscire in sala. Anche io sono in attesa di vedere come evolverà la situazione, sperando di tornare alla normalità il prima possibile. Ho diversi progetti pronti a partire ma sarebbe prematuro parlarne ora.

Quando sarà possibile tornerà subito in sala?

Credo proprio di sì. Mi manca l'esperienza collettiva della sala e non vedo l'ora di guardare un film sul grande schermo. **BC**



Carrie Fisher posa con il costume della principessa Leia di *Star Wars: Il ritorno dello Jedi* sulla spiaggia della Golden Gate National Recreation Area in California (1983)

© Gettyimages

Fulvio e Federica Lucisano
presentano

creative-farm.it



**FINCHÈ
C'È
CRIMINE
C'È
SPERANZA**

Un film di
Massimiliano Bruno



**LASCIARSI
UN GIORNO
A ROMA**

Un film di
Edoardo Leo



**UNA
FAMIGLIA
MOSTRUOSA**

Un film di
Volfango De Biasi



**IL
CONFINE**

Un film di
Vincenzo Alfieri

WARNER BROS. PICTURES PRESENTA
UNA PRODUZIONE: WARNER BROS. ENTERTAINMENT ITALIA, COLORADO FILM PRODUCTION E ME CONTRO TE

LUI SOFÌ

ME CONTRO TE

IL FILM

IL MISTERO DELLA SCUOLA INCANTATA

REGIA DI GIANLUCA LEUZZI



WARNER BROS. PICTURES PRESENTA UNA PRODUZIONE: WARNER BROS. ENTERTAINMENT ITALIA, COLORADO FILM PRODUCTION E ME CONTRO TE

"ME CONTRO TE - IL FILM - IL MISTERO DELLA SCUOLA INCANTATA" con LUIGI CALAGNA e SOFIA SCALIA

SCENEGGIATURA DI EMANUELA CANONICO ANDREA BOINI LUIGI CALAGNA SOFIA SCALIA CASTING DI GIUSY MARRONE AIUTO TOMMASO PAGLIAI SUONO IN FABIO FELICI COSTUMI DI TECLA TURIBACCO SCENOGRAFIA DI MARIO TORRE
MONTAGGIO DI DAVIDE CERFEDA MUSICHE DI STEFANO DELLA CASA FOTOGRAFIA DI DAVIDE CRIPPA ORGANIZZATORE DI PRODUZIONE SIMONE TACCHIA PRESA DIRETTA ANTONIO TACCHIA REGIA DI GIANLUCA LEUZZI

PROSSIMAMENTE AL CINEMA

