

# BOXOFFICE

www.e-uesse.it

ANNO XXV - N. 9/10 - 15-30 GIUGNO 2021

## Speciale Italian Cinema

- Intervista a Cristina Priarone, presidente di Italian Film Commissions
- Le produzioni in cantiere dal sapore internazionale
- L'amore per il cinema della Sartoria Tirelli

**ESTERO**  
Uno sguardo  
a Francia e Spagna

**SCENARI**  
Distributori ed esercenti  
sulla window

**Alberto Barbera**

## *La magia* **INIZIA** *sul* **RED CARPET**

È CONVINTO CHE L'INDUSTRIA AUDIOVISIVA ITALIANA NON SIA MAI STATA COSÌ FLORIDA E CREDE CI SI DEBBA ARRENDERE A UN DOPPIO CIRCUITO DISTRIBUTIVO TRA CINEMA E PIATTAFORME. LA PAROLA AL DIRETTORE ARTISTICO DELLA MOSTRA INTERNAZIONALE D'ARTE CINEMATOGRAFICA DI VENEZIA



DREAMWORKS

# I CROODS 2

UNA NUOVA ERA

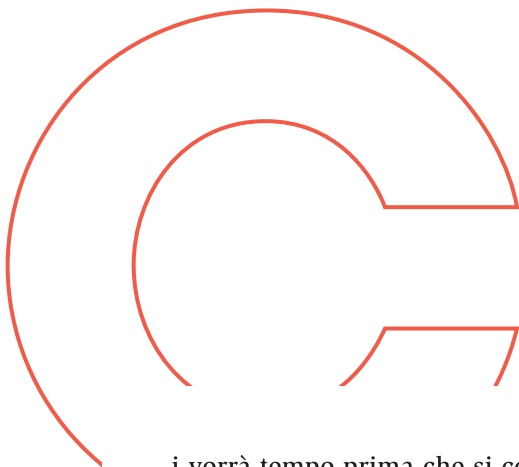
SOPRAVVIVERE ALLA GIORNATA

DA MERCOLEDÌ 14 LUGLIO

#SoloAlCinema

CON LE VOCI DI  
ALESSANDRO GASSMANN  
VIRGINIA RAFFAELE  
ALICE PAGANI  
FRANCESCO PANNOFINO  
BENEDETTA PORCAROLI  
LEO GASSMANN

# UN PASSO ALLA VOLTA



...i vorrà tempo prima che si concluda la fase di transizione in cui verte oggi l'industria cinematografica. Gli stessi studios stanno ancora tirando le somme sulle sperimentazioni avviate nell'ultimo anno e mezzo, alla ricerca di un modello di business che massimizzi la catena del valore di un film, e stanno cercando la propria identità nel mondo post-covid, tra acquisizioni e fusioni colossali. Ma in attesa che il merca-

to si stabilizzi e si avvicini a numeri pre-pandemia, è importante che si inizi subito a dialogare su temi che prima o poi andranno affrontati, a partire dalla window theatrical. Apprezzabile la linea di Universal nel tracciare una finestra chiara di 60 giorni per i suoi film. Un periodo temporale che già avevamo auspicato sulle pagine di *Box Office* e che continuiamo a ritenere adatto per tutelare la sala senza svalutarne l'esperienza. In un mondo abituato a fruire tutto e subito tra le proprie mura domestiche, due mesi potrebbe essere una soluzione temporanea interessante a cui altre major e broadcaster potrebbero momentaneamente adeguarsi. Poi si potrà valutare insieme se sia utile che questa window diventi Legge o una semplice autoregolamentazione tra le parti. L'importante è fare un passo alla volta, avendo a cuore il bene del mercato, perché in gioco c'è la sopravvivenza di tutti.

di Paolo Sinopoli



**COVER STORY**  
**LA MAGIA INIZIA SUL RED CARPET**

Intervista esclusiva ad Alberto Barbera, direttore artistico della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia

**6**

**NEWS**

**16**

**SCENARI**

**LA FINESTRA DI FRONTE**

Alcuni distributori ed esercenti esprimono la loro opinione sul tema della window e sui tentativi per raggiungere un accordo condiviso

**20**

**ESTERO**

**SPAGNA, DISTRIBUZIONE ED ESERCIZIO A CONFRONTO**

Thomas J. Ciampa (Warner) e Ramón Biarnés (Odeon Cinemas Group) fanno il punto sul mercato cinematografico nel Paese iberico

**24**

**MERCATI**

**GLI AFFARI? MEGLIO FARLI DI PERSONA**

Jérôme Paillard, Executive Director del Marché du Film di Cannes, svela le novità del nuovo evento industry

**28**

**ESTERO**

**FRANCIA, TUTTI AL CINEMA!**

La ripartenza nel Paese e lo stato di salute dell'esercizio secondo Marc-Olivier Sebbag, delegato generale della FNCF - Fédération Nationale des Cinémas Français

**30**

**TEATRI DI POSA**

**GRANDI STUDIOS PER GRANDI FILM**

Un viaggio oltreconfine tra i più importanti studios europei che in questi anni hanno ospitato produzioni internazionali di richiamo

**44**

**FOCUS**

**WANDA LASCIA HOLLYWOOD**

Uno sguardo alle ragioni che hanno spinto l'impero cinese Dalian Wanda Group a vendere la maggioranza delle quote del circuito americano AMC

**46**

**INTERVISTE**

**RISCOMMETTIAMO SUL FASCINO DEL CINEMA**

L'attore e regista Edoardo Leo parla dei suoi nuovi progetti, delle trasformazioni post-pandemia e si espone sulle questioni più scottanti del mercato audiovisivo



**16**

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS  
**BOXOFFICE**

Anno XXV N.9/10  
15-30 giugno 2021

**Direttore responsabile**

Vito Sinopoli

**Responsabile di redazione** Paolo Sinopoli

**Redazione** Valentina Tortaschi

**Hanno collaborato** Elisa Grandi, Andrea Piersanti,

Ilaria Ravarino

**Grafica e fotolito** Emmegi Group Milano

**Coordinamento tecnico** Paola Lorusso

plorusso@e-duesse.it

**Traffico** Elisabetta Pifferi

elisabetta.pifferi@e-duesse.it

Informativa resa ai sensi degli articoli 13 - 14 Regolamento UE 2016 / 679 GDPR (General Data Protection Regulation)

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

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

**Fotolito** Target Color, Via Cassano d'Adda 13, 20139 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 il 14 giugno 2021

**L'ENERGIA ELETTRICA NECESSARIA PER LA STAMPA DI QUESTO VOLUME È STATA PRODOTTA DA UN IMPIANTO FOTOVOLTAICO**

**ANES** ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA DI SETTORE

**SCOPRI COME ABBONARSI A BOX OFFICE**



Scopri tutte le offerte di abbonamento su:  
<http://abbonamenti.e-duesse.it/>  
servizioabbonamenti@e-duesse.it  
Tel. 02/277961



**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



UN NUOVO VIAGGIO DA  
**M. NIGHT SHYAMALAN**  
LA MENTE DE IL SESTO SENSO E SPLIT

È SOLO UNA QUESTIONE DI TEMPO

# OLD

DA MERCOLEDÌ 21 LUGLIO  
#SoloAlCinema



Old-iffilm.it #Oldiffilm @UniversalPicturesInternationalItaly



© 2021 UNIVERSAL STUDIOS. A UNIVERSAL PICTURES FILM



## RICORDANDO PIETRO COCCIA...

Il 2 giugno è ricorso il secondo anniversario della morte del fotografo Pietro Coccia, storico collaboratore di Box Office, che la redazione ricorda con grande affetto.

## #SOLOALCINEMA, UN PROGETTO DI RILANCIO

Le maggiori associazioni di categoria hanno annunciato la nascita di #soloalcinema, un progetto di promozione per incentivare il ritorno in sala, che partirà in estate e proseguirà fino a Natale.

Programmazione degli eventi estivi di #soloalcinema:

- 25 maggio lancio spot "Ricordi di una vita" con la voce di Monica Bellucci
- 27 giugno - 3 luglio: Festival di Taormina
- 2-3 luglio: Notti Bianche del Cinema
- giugno/luglio: Nastri d'Argento
- luglio: #CinemaDays: la festa del cinema
- 20-23 luglio: Cinè - Giornate di cinema di Riccione
- luglio/agosto: lancio Spot "All Star"
- 1-11 settembre: Mostra del Cinema di Venezia
- 14-24 ottobre: Festa del Cinema di Roma e Alice nella Città



## NASCE WARNER BROS. DISCOVERY

È nato un nuovo colosso dell'entertainment: Warner Bros. Discovery. Sarà questo il nome del gruppo globale nato dalla fusione tra Discovery e WarnerMedia attraverso un'operazione da 43 miliardi di dollari. AT&T riceverà 43 miliardi di dollari da questa fusione, mentre verrà ritenuto una parte del debito di WarnerMedia. Gli azionisti di AT&T riceveranno una quota azionaria pari al 71% della nuova società; Discovery avrà il 29%. A guidare la nuova realtà sarà David Zaslav, presidente e Ceo di Discovery. L'operazione si concluderà entro la metà del 2022.



## I VINCITORI DI NOTORIOUS PROJECT

Promosso da Notorious Pictures in partnership con Filming

Italy Sardegna Festival e *Best Movie*, Notorious Project va alla ricerca di promettenti sceneggiatori ai quali permettere di realizzare le loro storie. Di seguito i vincitori: nella categoria "Story" *Dal buio arriva Nanà* di Marta Sappa e Marco Marasca, nella categoria "Script" *Rest in Termini* di Alessio Coccia e Guido Giovannetti, e nella categoria "Series" ex aequo *Falsi* di Gemma Pistis, Michela Nuti e Niccolò Gangi di Thierry e *I moderatori* di Nicolò Orlandini e Roberta Breda.

## BREVISSIME

- DAL MIC ULTERIORI 3 MILIONI DI EURO PER LA DISTRIBUZIONE DEL CINEMA ITALIANO ALL'ESTERO E 10 MILIONI PER LA PROGRAMMAZIONE NEI CINEMA ALL'APERTO
- AMAZON HA ACQUISITO MGM CON UN DEAL DI 8,45 MILIARDI DI DOLLARI
- DOMENICO DINOIA È STATO RICONFERMATO ALLA PRESIDENZA DI FICE
- 500 MILIONI DI EURO DA INTESA SANPAOLO PER IL CINEMA POST-PANDEMIA

## LA GIUSTA DISTANZA

Una rubrica di Andrea Piersanti



### Se non ora quando

Si chiamano Elisa Amoruso, Denise Archiutti, Roberta Benaglia, Ornella Bombaci, Arianna Ciccone, Francesca Cima, Paola Corna Pellegrini, Carlotta De Bevilacqua, Silvia De Dominicis, Giovanna Della Posta, Enrica Detragiache, Simonetta Di Pippo, Ginevra Elkann, Barbara Franchin, Mariacristina Galgano, Veronica Gentili, Lidi Grimaldi, Maria Pia Incutti, Barbara Jatta, Elena Lavezzi, Miriam Leone, Federica Levato, Maria Cristina Lomanto, Lucy Lombardi, Barbara Lunghi, Chiara Maci, Elena Mansueto, Emma Marrone, Alessandra Mastronardi, Tiziana Mele, Giulia Michelini, Laura Milani, Paola Mascaro, Annapaola Negri-Clementi, Cristina Pains, Ilaria Profumi, Paola Ricciardi-Castagnoli, Alba Rohrwacher, Paola Scarpa, Antonella Scaglia, Irma Testa, Paola Trecarichi, Claudia Vassena. Sono solo alcune delle donne che, secondo le annuali liste di Forbes, hanno avuto successo nel 2020. Sono eccellenze italiane nei settori più diversi, dallo spettacolo alla finanza, dalla scienza all'impresa, dallo sport al giornalismo. Molti di questi nomi non li avete mai sentiti nominare? Tranquilli, non siete i soli. Le donne che eccellono infatti rimangono all'ombra delle poche, pochissime, alle quali la comunicazione mainstream concede il raro privilegio dei riflettori. E tutte le altre? Sarebbe bellissimo se il cinema italiano, giustamente attento al gender gap, decidesse di affiancare alla denuncia anche la narrazione dei mille esempi luminosi di cui il genio femminile è protagonista. Se non ora, quando?

PALOMAR, TEMPESTA E RAI CINEMA  
PRESENTANO

**VALERIA GOLINO**

**JEAN-HUGUES ANGLADE**

**IVANO DE MATTEO**

# OCCHI BLU

UN FILM DI MICHELA CESCÓN

UNA PRODUZIONE TEMPESTA E PALOMAR CON RAI CINEMA IN COPRODUZIONE CON TU VAS VOIR IN COLLABORAZIONE CON ZACHAR PRODUZIONI CON IL SOSTEGNO DELLA DG CINEMA DIRETTO DA MICHELA CESCÓN  
CON VALERIA GOLINO JEAN-HUGUES ANGLADE IVANO DE MATTEO MATTEO OLIVETTI SOGGETTO ORIGINALE MICHELA CESCÓN E BRUNO CORTONA SCENEGGIATURA MICHELA CESCÓN MARCO LODOLI E HEIDRUN SCHLEEF  
ORGANIZZATORE GENERALE EDOARDO MORACCI MUSICA ANDREA FARRI VIOLONCELLO LUIGI PIOVANO TROMBA PAOLO FRESU AIUTO REGIA DAVID MARIA PUTORTI CASTING MASSIMO APPOLLONI MONTAGGIO DEL SUONO FEDERICO CABULA ALESSANDRO FELETTI  
SUONO IN PRESA DIRETTA FILIPPO PORCARI FONICO DI MIX NADIA PAONE RUMORISTA PIERGIORGIO DE LUCA COSTUMI GRAZIA MATERIA SCENOGRAFIA LUCA SERVINO ACCONCIATURE FABRIZIO NANNI TRUCCO ESMÉ SCIARONI  
COLLABORAZIONE AL MONTAGGIO JACOPO QUADRI ASSISTENTE AL MONTAGGIO CHIARA DE CUNTO MONTAGGIO SARA PETRACCA FOTOGRAFIA MATTEO COCCO PRODUTTORI DELEGATI MANUELA MELISSANO VALERIA JAMONTE LUIGI PINTO MARCO CAMILLI  
PRODUTTORE ESECUTIVO PATRIZIA MASSA COPRODUTTORI GERARD LACROIX EDGAR TENENBAUM PRODOTTO DA CARLO CRESTO-DINA NICOLA SERRA CARLO DEGLI ESPOSTI REGIA DI MICHELA CESCÓN  
OPERA REALIZZATA CON IL SOSTEGNO DELLA REGIONE LAZIO - AVVISO PUBBLICO ATTRAZIONE PRODUZIONI CINEMATOGRAFICHE (POR FESR LAZIO 2014-2020), PROGETTO COFINANZIATO DALL'UNIONE EUROPEA  
OPERA REALIZZATA CON IL SOSTEGNO DELLA REGIONE LAZIO - FONDO REGIONALE PER IL CINEMA E L'AUDIOVISIVO

**DALL'8 LUGLIO AL CINEMA**

I WONDER  
PICTURES

tempesta

PALOMAR

Rai Cinema tu vas voir



mymovies.it





# *La Magia* **INIZIA** *sul* **RED** **CARPET**

ALBERTO BARBERA, IL DIRETTORE ARTISTICO PIÙ LONGEVO NELLA STORIA DELLA MOSTRA INTERNAZIONALE D'ARTE CINEMATOGRAFICA DI VENEZIA, VEDE NEL FESTIVAL IL LUOGO PRIVILEGIATO PER LA PROMOZIONE DEI FILM A LIVELLO MONDIALE. È CONVINTO CHE L'INDUSTRIA AUDIOVISIVA ITALIANA NON SIA MAI STATA COSÌ FLORIDA, AUSPICA INVESTIMENTI SULLE NUOVE GENERAZIONI E REPUTA CHE CI SI DEBBA ARRENDERE A UN DOPPIO CIRCUITO DISTRIBUTIVO TRA CINEMA E PIATTAFORME. E SULLA DIVERSITY? MEGLIO EDUCARE LE PERSONE, PIUTTOSTO CHE IMPORRE REGOLE

di **Paolo Sinopoli**

**N**el corso di nove mandati consecutivi in veste di direttore artistico, Alberto Barbera ha riportato la Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia ai fasti di un tempo, uno degli appuntamenti festivalieri più apprezzati e di maggior rilievo in tutto il mondo. L'ha saputo abilmente traghettare dalle secche di un evento rivolto perlopiù a una ristretta nicchia di cinefili, a lidi floridi e rigogliosi in sintonia con un pubblico largo, capace di strizzare l'occhio anche a un cinema di qualità più commerciale. Addirittura, sotto la sua guida, diversi Leoni d'Oro hanno poi trionfato agli Oscar. Un successo che ha spinto la Biennale a continuare a credere in lui, tanto da affidargli il terzo mandato consecutivo alla guida del festival per il quadriennio 2021-2024, rendendolo così il direttore artistico più longevo della storia di Venezia. E come nel 2020, anche quest'anno la prossima edizione della Mostra del Cinema (1-11 settembre) si prepara a ricoprire un ruolo chiave nella ripartenza del mercato cinematografico italiano. «Sono grato di poter condividere questo ruolo con tutti gli operatori di settore impegnati in questa ripartenza, che ci auguriamo possa essere definitiva. Nel 2020 è stato un duro colpo per tutti quando il secondo lockdown ha infranto le nostre speranze. Oggi, però, la situazione è radicalmente diversa: il piano vaccinale è in fase avanzata, sta ottenendo risultati importanti e la stagione autunnale potrebbe davvero essere la svolta finale. Il Festival di Venezia avrà un ruolo tutt'altro che trascurabile».

**Dopo nove anni consecutivi in veste di direttore della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia, a fine 2020 è stato riconfermato per altri quattro anni, diventando la prima persona a guidare il festival così a lungo. Che bilancio fa di questo tempo?**

Mentre per la Mostra del Cinema è considerato un record storico, negli altri festival internazionali è dato per scontato garantire una continuità alla direzione artistica. Anche a Cannes sono stati pochissimi i direttori che si sono avvicendati in oltre 70 anni. Solo in Italia siamo abituati a mandati di quattro anni e, al

massimo, al rinnovo di questi. Eppure la continuità è fondamentale per sviluppare progetti credibili, per fortificare i legami con i produttori e i partner, e per assicurarsi film che rafforzino l'immagine di un festival agli occhi dei media e del mercato. Quando sono tornato a Venezia nel 2012, la situazione internazionale era molto complessa: c'era forte competitività con gli altri festival ed eravamo in una posizione delicata. Gli americani tendevano a bypassare l'appuntamento veneziano, puntando più su Toronto, che era in forte ascesa. Abbiamo dovuto ricostruire faticosamente i rapporti, dimostrando che avevamo in programma un progetto di rilancio e investimenti volti alla ristrutturazione delle sale e al rinnovo dell'organizzazione. Ci siamo focalizzati su un ventaglio ridotto di film, concentrandoci su solo tre sezioni di prestigio. In questo modo si sarebbe evitata una dispersione dell'attenzione mediatica e si poteva sfruttare al meglio Venezia come palcoscenico per la promozione dei film a livello mondiale. Poi abbiamo creato il Venice Production

Bridge, mentre Biennale Collage Cinema ha prodotto oltre 24 opere prime in nove anni di attività. Venezia è il festival che ha saputo più innovarsi rispetto ad altri grandi eventi festivalieri.

**Spesso i festival vengono etichettati come eventi di nicchia, sconnessi dai gusti del pubblico. Eppure Venezia è sempre più popolare e negli ultimi anni ha premiato anche diversi film usciti vincitori dagli Oscar. Qual è l'ingrediente segreto di questa ricetta di successo?**

Innanzitutto, ci siamo interrogati sul ruolo di un festival e sui criteri adottati per la selezione dei film. Il cinema del nuovo Millennio è molto diverso da quello con cui siamo cresciuti e che ci ha formati culturalmente e professionalmente. Era inutile restare ancorati a una concezione del cinema d'autore sorta negli anni 60 con la Nouvelle Vague e rimasta uguale per oltre cinquant'anni. La settimana arte ha subito imponenti trasformazioni culturali e produttive, ha attraversato una rivoluzione digitale >





che ha modificato lo scenario mondiale. Quindi, anche se il cinema d'autore resta il core business della nostra attività, va considerato tutto quel prodotto a cui il pubblico è affezionato e che cerca in sala. Abbiamo allargato lo sguardo senza pregiudizi, slegati da criteri del passato, e i risultati non sono tardati ad arrivare. E non solo perché alcuni vincitori del Leone d'Oro sono diventati successi commerciali, o sono stati premiati agli Oscar. È un valore che ci è stato riconosciuto in tutto il mondo. Non dico che non ci sia tuttora spazio per un cinema più sperimentale e di ricerca, che si rivolge a una certa categoria di cinefili, ma oggi mi sembra più rilevante capire come la settima arte stia costruendo il proprio futuro dialogando con pubblici diversi.

### **Che tipo di edizione ci attende a settembre?**

A fine 2020 temevo che, oltre alle difficoltà legate alla composizione di un programma qualitativo, Venezia 2021 avrebbe risentito di una carenza di prodotto a causa della pandemia. Fortunatamente mi sono dovuto ricredere. Le produzioni di quasi due anni si sono sommate, molti film "congelati" hanno atteso la ripartenza del mercato, altri hanno terminato le riprese in questi ultimi mesi. Sono rimasto sorpreso anche dall'alta qualità artistica. Per la prima volta non potremo selezionare tutti i film che vorremmo e che in un anno "normale" saremmo stati felici di accogliere. È un peccato ma è anche un segnale molto positivo sullo stato di salute della cinematografia italiana e sul suo futuro. Allo stesso tempo, però, questa sovrabbondanza di prodotto comporterà pro e contro di cui si dovrà tenere conto.

### **Ci spieghi.**

Ad esempio, bisognerà vedersela con l'annunciato ingorgo autunnale che vedrà molti film competere nelle stesse date di uscita. Un sovraffollamento che porterà inevitabilmente a una cannibalizzazione e a danni collaterali. Il mondo del cinema dovrà poi fare i conti con un panorama complessivo in grande trasformazione; siamo a una svolta di cui facciamo ancora fatica a comprenderne tutti i risvolti e le possibili conseguenze. Ad ogni modo, va sottolineato posi-



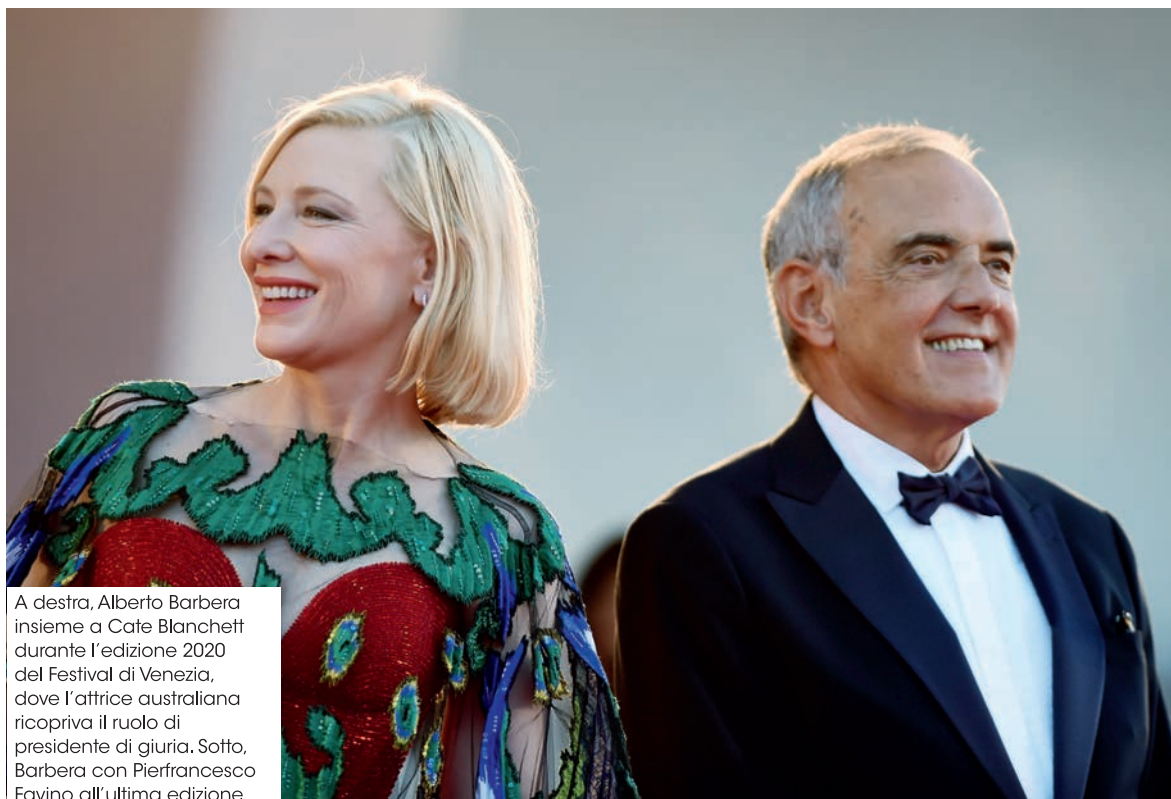
tivamente l'enorme sforzo produttivo a livello audiovisivo. Il potenziamento del tax credit e gli investimenti di privati e piattaforme hanno generato una disponibilità di risorse finanziarie senza precedenti, portando a un moltiplicarsi delle produzioni cinematografiche e seriali tale da portare a problemi nella reperibilità di talenti e maestranze.

### **Qual è il budget della prossima edizione e com'è ripartito?**

Da diversi anni il budget del Festival di Venezia è stabile attorno ai 12-13 milioni di euro. Lo scorso anno una fetta consistente delle risorse è stata impiegata per far fronte alle alte misure di sicurezza anti-Covid; stiamo parlando di un investimento pari a un milione di euro. Sicuramente anche quest'anno dovremo mettere in campo alcune restrizioni, ma molto dipenderà dalla situazione che avremo di fronte a settembre e sono fiducioso in un progressivo allentamento delle limitazioni. Una cosa è certa: per la prossima edizione è prevista una forte affluenza, decisamente superiore a quella dello scorso anno in cui avevamo registrato una riduzione del 40-45% del pubblico. Le richieste di accredito stanno tornando ai livelli pre-pandemia, per questo ci auguriamo che anche la riduzione dei posti in sala sarà meno rigida.

### **Lei è stato uno dei primi direttori di festival internazionali a selezionare anche in concorso produzioni destinate esclusivamente alle piattaforme. Come risponde a chi ritiene che i festival dovrebbero mostrare solo film per cui è previsto il passaggio in sala?**

Ho sempre difeso l'esperienza cinematografica, identificando la sala come il luogo privilegiato per la visione di un film. Ma penso sia sotto gli occhi di tutti che ormai non si possa prescindere dall'esistenza delle piattaforme, che sono sempre più agguerrite e hanno a disposizione maggiori risorse economiche. Le stesse major hanno lanciato i propri servizi streaming, che sono sempre più integrati nei loro modelli di business. È una situazione con cui bisogna fare i conti. Oggi gran parte del cinema d'autore, che un tempo era unicamente appannaggio degli studios o dei grandi produttori indipendenti, è finanziato dalle



A destra, Alberto Barbera insieme a Cate Blanchett durante l'edizione 2020 del Festival di Venezia, dove l'attrice australiana ricopriva il ruolo di presidente di giuria. Sotto, Barbera con Pierfrancesco Favino all'ultima edizione della manifestazione



piattaforme. Escluderle dai giochi sarebbe un controsenso. Il ruolo del festival è selezionare e promuovere il miglior cinema d'autore e far conoscere al pubblico le opere più interessanti della stagione in corso. Sin dall'inizio mi sono reso conto che Netflix sarebbe diventato uno degli interlocutori principali e ho agito di conseguenza. Ma vorrei ricordare che l'unico festival internazionale che non si è ancora aperto al mondo delle piattaforme è Cannes, in quanto in Francia vigono normative rigidissime a tutela della sala e a sfavore dei servizi streaming.

### **Quindi ritiene che cinema e piattaforme sono due mondi che possono coesistere?**

Devono coesistere, non è una scelta ma un obbligo per tutti. Purtroppo i cinema non possono continuare ad arroccarsi su "vecchie" posizioni e bisogna accettare che esisterà un doppio circuito distributivo. E anche se si andrà sempre più verso un modello ibrido e integrato, le sale non scompariranno. Allo stesso tempo, però, va rivisto il sistema distributivo tradizionale, che deve garantire una migliore programmazione delle >

sale, meno vincoli contrattuali imposti ai cinema e una revisione delle window.

**Ritiene che il pubblico si sia disaffezionato all'esperienza cinematografica dopo oltre un anno e mezzo di pandemia? E come si possono riavvicinare i giovani al cinema?**

No, anzi, credo che il pubblico tornerà in sala con maggiore entusiasmo.

cante e profonda di un filmato su YouTube o di un videogame. Vanno sviluppate insieme nuove strategie che abbiano come obiettivo la riscoperta della settima arte.

**La pandemia ha portato i festival a ripensare certe dinamiche e a potenziarsi soprattutto sul fronte digitale. Quali di queste innovazioni proseguiranno anche in seguito?**

Ma il red carpet, il contatto con il pubblico, il photocall e la proiezione restano il core business di un festival e sono necessari per la promozione di un film. Non possono essere sostituiti da un'esperienza virtuale ed è la ragione per cui i produttori attendono di poter presentare i propri titoli a questi eventi. A beneficiare maggiormente di forme ibride o interamente online, invece, potrebbero essere festival minori dedicati a determinanti generi cinematografici, o rivolti a una specifica categoria di pubblico.

**Molto probabilmente il mercato assisterà a una revisione della window theatrical nel prossimo futuro. Quale ritiene possa essere una finestra ideale che tuteli tutta la cronologia di sfruttamento di un film?**

Non saprei definire un periodo temporale ideale. Dubito che si possa raggiungere un'intesa a livello internazionale, anche se sarebbe logico e auspicabile, ma sino a oggi queste regolamentazioni sono state stabilite su scala nazionale. Sarà importante che i rappresentanti del settore si siedano a un tavolo per discutere regole condivise nell'interesse di tutta l'industria.

**Dal suo punto di vista privilegiato, come giudica lo stato di salute del cinema italiano di qualità e dove si potrebbe migliorare?**

A giudicare dai film visionati in questi mesi, ho un'opinione estremamente positiva e ottimistica. Ho visto moltissimi film, non tutti buoni ma tanti di ottima fattura, e ho l'impressione che ci sia un progressivo miglioramento nella qualità della sceneggiatura, della messa in scena e della cura in post-produzione. C'è una crescita artistica stimolata anche dalla competizione con le piattaforme. Non dobbiamo mai dimenticare che il primo obiettivo per la sopravvivenza del settore è la capacità di offrire prodotti di alta qualità.

**In che modo il mercato dovrà muoversi per tornare il prima possibile ai numeri pre-pandemia del box office? E quando secondo lei il mercato si stabilizzerà?**

Il ritorno dei grandi film di richiamo sarà fondamentale per la ripresa del mercato. Bisogna recuperare progressi-



Alberto Barbera ospite alla cerimonia di premiazione del Filming Italy Best Movie Award 2020. Con lui, Tiziana Rocca (direttore generale del Filming Italy Best Movie Award) e Vito Sinopoli (amministratore unico di Duesse Communication e presidente onorario del premio)

Certo, ci siamo abituati alla comodità di fruire film tra le mura domestiche. Ma credo che dopo un periodo di assestamento, prevarrà la voglia di tornare a condividere l'esperienza sociale e di condivisione della sala. È un bisogno fisiologico a cui nessuno rinuncerà in futuro. Ma non bisogna dimenticare i più giovani, che sono gli spettatori di domani. Non mi sembra che questo tema sia stato ancora affrontato in maniera diretta e radicale. È cruciale investire enormemente nei giovani, a partire dalla scuola. Ha ragione Pierfrancesco Favino quando dice che il cinema va portato nelle classi. Bisogna accompagnare i ragazzi a percepire la ricchezza della visione di un film in sala, che è più gratifi-

Lo scorso anno la pandemia ha reso necessario attrezzarsi sul fronte digitale per poter partecipare da remoto ai festival. Molti hanno cancellato l'accredito in presenza, altri si sono accreditati direttamente online, altri ancora hanno preferito soluzioni ibride. L'esperienza ci ha insegnato che possiamo tutti trarre vantaggio dalla tecnologia, ma anche che i festival sono un evento sociale da condividere in presenza. Nessuna grande manifestazione può rinunciare alla sua realizzazione fisica. Forme ibride possono essere legate solo a certi appuntamenti: masterclass, panel o incontri possono svolgersi attraverso piattaforme dedicate senza che il mercato ne risenta troppo.




vamente l'attitudine a tornare in sala e ci vorranno mesi. Mi auguro che potremo liberarci presto dal timore del contagio e della diffusione del virus. Dicono che si tornerà a una situazione di normalità nel 2022; lo credo anch'io e spero avvenga già nella prima fase dell'anno.

**Il panorama cinematografico mondiale sta mutando velocemente, con fusioni di colossi dell'entertainment, acquisizioni e vendite miliardarie. Quali saranno le conseguenze di queste operazioni sul settore?**

Oggi è difficile da valutare, perché sta accadendo un fenomeno senza precedenti. Ma come sempre, nei momenti di grandi trasformazioni, dovremo imparare a gestire le conseguenze negative e a sfruttare le opportunità che questa situazione offrirà al settore. Sono queste le condizioni con cui dovremo fare i conti in futuro.

**Come giudica il riesame di giurie e regolamenti all'insegna della diversity da parte di festival e premiazioni di rilievo internazionale?**

Negli ultimi anni abbiamo assimilato una maggior attenzione verso il tema della diversity, ma non credo che il cambiamento passi attraverso l'imposizione di regole rigide. Non aiuterebbe e, nel tentativo di porre rimedio a determinate situazioni, si rischierebbe di generare un effetto contrario a quello sperato. Bisogna favorire la maturazione di una consapevolezza collettiva da parte degli operatori di settore, in particolare selezionatori, direttori artistici dei festival e produttori. Il cambiamento deve avvenire per vie naturali, non rigidamente imposte come le quote obbligatorie. È sempre meglio convincere una persona a cambiare atteggiamento. L'imposizione genera risposte effimere e negative, mentre la maturazione di una consapevolezza è destinata a durare nel tempo. 

© Getty Images (7), Daniele Venturini / courtesy of Filming Italy Best Movie Award (1)

# La **FINESTRA** di **FRONTE**

DOPO UN ANNO E MEZZO DI PANDEMIA, SARÀ DIFFICILE TORNARE ALLE "VECCHIE WINDOW". ALLO STESSO TEMPO SARÀ ESSENZIALE UNA REGOLAMENTAZIONE CHE SALVAGUARDI L'ESCLUSIVA THEATRICAL NELLA TUTELA DI TUTTE LE PARTI. MA QUAL È LA FINESTRA IDEALE? IL "DECRETO FINESTRE" È UNA SOLUZIONE TEMPORANEA EFFICACE? SOPRATTUTTO, ORA È IL MOMENTO MIGLIORE PER AFFRONTARE LA QUESTIONE? NE DISCUTIAMO CON ALCUNI ESERCENTI E DISTRIBUTORI



# CONFRONTIAMOCI A MERCATO STABILIZZATO

MARIO LORINI, PRESIDENTE ANEC

«In un periodo straordinario come quello pandemico, era impossibile arginare le sperimentazioni dei grandi studios americani nel campo delle window, tra forzature e accordi con circuiti e piattaforme internazionali. Ma stiamo parlando di azioni temporanee. Appena la situazione si stabilizzerà, il mercato (sano) potrà e dovrà confrontarsi seriamente sul tema delle finestre, a prescindere da quanto accaduto in questo anno e mezzo. Al momento la nostra preoccupazione principale deve essere la ripresa del mercato, perché prima si normalizzerà e prima potremo affrontare questo punto così delicato. Dovremo dialogare e interrogarci su quali film sia giusto destinare alla sala e quali no. Già in pre-pandemia alcuni titoli delle major uscivano direttamente in piattaforma, finendo stigmatizzati da un esercizio che si sentiva defraudato di prodotto per la sala. Ma non è così. Non c'è concorrenza tra cinema e piattaforma, e ogni produzione ha le sue peculiarità. È evidente che oggi non ci sia una ricetta unica, se non quella di lavorare insieme senza inutili barricate. Sicuramente assisteremo a una revisione della window theatrical, che sarà più corta, ma questo non dovrà danneggiare il mercato. Le successive cronologie di un film necessitano del successo in sala e lo hanno dimostrato sia il "decreto finestre" di Franceschini per proteggere i film italiani, sia le distribuzioni italiane conservando i loro film più forti per il cinema». (p.s.)



© courtesy of Anec

# NECESSARIA UNA FORMULA CHE PREMI LA SALA

GUGLIELMO MARCHETTI, CHAIRMAN &  
CEO DI NOTORIOUS PICTURES

«Andrà trovato un accordo condiviso che tenga conto dei cambiamenti già avvenuti. Le regole del gioco erano destinate a cambiare da molto tempo e nell'ultimo anno e mezzo c'è stata un'accelerazione violenta che ha dato una spallata agli schemi tradizionali. Le pressioni delle major americane sulla window theatrical si sono tradotte in azioni scomposte, poco lungimiranti, e si è resa impellente la necessità di trovare una formula che premi innanzitutto l'esperienza cinematografica. Nonostante le varie sperimentazioni, infatti, è ormai chiaro a tutti che la sala è un modello di business vitale per la sopravvivenza di questo settore. I grandi studios si sono resi conto che non è possibile ignorare centinaia di milioni di dollari di box office. Come ha spiegato il ministro Franceschini, il "decreto finestre" è nata come norma transitoria per traghettare la distribuzione in questo periodo così complesso, offrendo la possibilità di beneficiare dei vari contributi ministeriali sulle uscite dei film italiani. Una misura che andava bene nel momento in cui i vari attori della filiera non si erano ancora seduti attorno a un tavolo alla ricerca di una soluzione su questo tema. Ma la meta finale non potrà certo essere una window di 30 giorni e tutte le parti ne sono consapevoli. Per questo ora è fondamentale che gli attori dell'industria (quindi non il Ministero) trovino un accordo. Se dovessi immaginare una window ideale per i prossimi tre o quattro anni, direi 60 giorni per home video, pvod o tvod, e 90 giorni per pay tv e free». (p.s.)



© Valerio Parodi / courtesy of Notorious Pictures

## SERVIRÀ MAGGIORE FLESSIBILITÀ

**GIAMPAOLO LETTA, VICEPRESIDENTE E AMMINISTRATORE DELEGATO DI MEDUSA FILM**

«Alle incognite della ripartenza, nei prossimi mesi si aggiungerà il tema del sovraccollamento, dove dovremo fare i conti con un collo di bottiglia evitando di danneggiarci a vicenda. Servirà maggiore flessibilità e il “decreto finestre” potrebbe rivelarsi una soluzione temporanea per accompagnare l’industria in questa delicata fase di ripartenza. Questa misura di emergenza, infatti, è la diretta conseguenza delle pressioni delle major americane verso una modifica della cronologia di sfruttamento dei film. Ma per prendere decisioni definitive sul tema della window dovremo attendere che il mercato cinematografico si stabilizzi ai livelli pre-pandemia. Ad ogni modo, penso che questo tema vada affrontato con serenità e pazienza. Andranno trovate nuove forme di flessibilità, magari differenziate a seconda delle potenzialità e dei risultati ottenuti dai singoli film. Un irrigidimento delle regole sarebbe controproducente per tutti, mentre bisognerà percorrere strade che garantiscano il miglior sfruttamento di ogni titolo. Oggi è difficile prevedere una window ideale, anche se trovo interessante l’idea – già applicata da alcuni distributori internazionali – di variare le window a seconda del risultato commerciale registrato in sala. È finito il tempo della rigidità e difendere i 105 giorni sarebbe anacronistico. Allo stesso tempo, però, serve una regolamentazione che vada incontro a un concetto di uguaglianza ed equità, perché una totale deregulation sarebbe altrettanto controproducente». (p.s.)



© Stefano Pinci

## EQUIPARARE I FILM ITALIANI A QUELLI INTERNAZIONALI

**TOMASO QUILLERI, DIRETTORE PROGRAMMAZIONE DEL CIRCUITO CINEMATOGRAFICO IL REGNO DEL CINEMA**

«In questo momento il tema della window è molto delicato, direi quasi decisivo. A livello internazionale stiamo assistendo a diversi cambi di policy sulle window da parte delle major, e non è ancora chiaro se siano eventi transitori o un definitivo cambio di rotta tra distribuzione ed esercizio. Questo cambio di policy è stato accompagnato da accordi tra i grandi studios e i principali circuiti cinematografici internazionali che, a fronte di una window ridotta, ottengono condizioni economiche più vantaggiose. Sono cambiamenti molto pericolosi. Specialmente in Italia, dove si rischia di penalizzare la maggior parte dell’esercizio che non ha la forza dei gruppi internazionali per accedere a nuove condizioni economiche che salvaguardino la redditività delle sale. Un’assoluta deregulation del mercato sul tema delle finestre sarebbe pericolosa ed è necessario un disegno di legge che tenga conto delle nuove dinamiche del settore accelerate dalla pandemia. È poi importante che si equipari il prodotto italiano a quello internazionale. Il superamento della legge Bonisoli quindi, con un nuovo strumento normativo che riguardi tutto il prodotto destinato alla sala, non solo quello italiano. È arrivato il momento che produttori, distributori ed esercenti, con l’aiuto del Governo, riscrivano le regole di un mercato che per crescere e attrarre nuovi investimenti ha bisogno di un perimetro chiaro e uguale per tutti». (p.s.)



© Valerio Parrini

# INNANZITUTTO CHIAREZZA

FRANCESCO SANTALUCIA, ESERCENTE  
DI MULTICINEMA GALLERIA DI BARI

«Le trasformazioni avvenute in questo periodo di pandemia hanno spinto il mercato a una maggiore flessibilità sulla window. Per questo i 105 giorni di finestra theatrical sarebbero anacronistici nello scenario attuale. Allo stesso tempo, però, è evidente la necessità di riscrivere le regole del gioco. Innanzitutto, è fondamentale la chiarezza verso il mercato, ma soprattutto verso il pubblico. Lo spettatore deve essere al corrente del periodo che intercorre tra l'uscita in sala e la release on demand. Non si può assistere a scelte arbitrarie e discontinue da parte delle singole distribuzioni. Decisioni altalenanti come quelle di Disney, che ha portato in sala *Nomadland* e *Crudelia* in contemporanea sulla sua piattaforma (il primo senza sovrapprezzo, il secondo in Premium vod), non offrono chiarezza allo spettatore che si trova ancora più disorientato.

Oggi identifico una window ideale attorno ai 60-75 giorni. Si potrebbe scendere a 30 giorni per quei film, italiani o internazionali, che in un breve lasso di tempo non riescono a superare al box office un tetto prestabilito, o che escono velocemente dalla programmazione nei cinema. Bisogna prevedere certe deroghe, non possiamo essere troppo rigidi. Non condivido, invece, i termini del "decreto finestre": 30 giorni è davvero troppo poco, specialmente senza applicare alcuni tipo di distinzione tra tipologie di film, risultati in sala, ecc.». (p.s.)



© Pietro Coccia



© Fabio Lovino - courtesy of Lucky Red

# CONSIDERARE LE ESIGENZE DELLE MOLTEPLICI TIPOLOGIE DI FILM

ANDREA OCCHIPINTI, CEO DI LUCKY RED

«Oggi dovremmo concentrarci soprattutto sulla ripartenza, sulla centralità dello spettatore a cui offrire la migliore opportunità possibile in termini di esperienza e contenuti. Prima di prendere qualsiasi decisione su come ottimizzare lo sfruttamento dei film in sala, bisognerebbe attendere che il mercato torni alla normalità e sfruttare l'immediato futuro per interpretare e soppesare i cambiamenti e le tendenze del pubblico, a livello italiano ma anche internazionale: non possiamo rischiare di prendere decisioni avventate per poi scoprire tra sei mesi che siamo disallineati rispetto al resto del mondo e dover ripensare tutto da capo. In futuro sarà richiesta una grande apertura e duttilità, perché andranno considerate le esigenze delle molteplici tipologie di film: ci sono titoli che restano in sala per poco tempo e che non possono essere trattati allo stesso modo di quelli con grandi potenzialità commerciali che vengono programmati per cinque o sei settimane. Inoltre, non potrà esserci un trattamento diverso tra film italiani e stranieri, non sarebbe accettabile neanche in termini di libera concorrenza. Auspico un dialogo costruttivo su tutti questi temi, e assoluta flessibilità in attesa che il mercato torni alla normalità. Vanno protetti tutti i comparti della filiera, non dobbiamo e non possiamo fare errori, siamo tutti interdipendenti». (p.s.)

# SPAGNA, DISTRIBUZIONE ED ESERCIZIO A CONFRONTO

**THOMAS J. CIAMPA**, SVP THEATRICAL DISTRIBUTION ITALY & SPAIN AND LOCAL PRODUCTIONS ITALY DI WARNER BROS. ENTERTAINMENT, E **RAMÓN BIARNÉS**, AMMINISTRATORE DELEGATO DI ODEON CINEMAS GROUP - SUD EUROPA (SPAGNA, ITALIA, GERMANIA E PORTOGALLO), FANNO IL PUNTO SUL MERCATO CINEMATOGRAFICO NEL PAESE IBERICO

# Mai smettere di crederci

PRIMA DISTRIBUZIONE SPAGNOLA PER QUOTA DI MERCATO NEL PERIODO DI PANDEMIA, WARNER BROS. HA SOSTENUTO CON FORZA IL CINEMA NEL PAESE IBERICO. THOMAS J. CIAMPA RACCONTA GLI SFORZI E I SUCCESSI DELLA MAJOR, MA ANCHE LE CRITICITÀ E LE SFIDE CHE L'INDUSTRIA È CHIAMATA AD AFFRONTARE

Thomas J. Ciampa, SVP  
Theatrical Distribution  
Italy & Spain and Local  
Productions Italy di Warner  
Bros, Entertainment

## **In che modo Warner Bros. ha gestito i suoi film in uscita in questo periodo di pandemia e quali risultati ha raggiunto?**

Ad un anno esatto dalla fine del lockdown e dalla riapertura dei cinema in Spagna, siamo orgogliosi di poter affermare che Warner è stata tra gli artefici fondamentali della ripartenza del settore cinematografico.

Dal 20 maggio 2020, infatti, abbiamo offerto quasi 100 titoli di catalogo alle sale, un investimento significativo per la nostra società dato che non tutti erano disponibili in formato digitale.

Una scommessa vincente considerando che a maggio il ritorno nei cinema della trilogia de *Il Signore degli Anelli* ha registrato un eccezionale risultato di 1,5 milioni di euro a 20 anni di distanza dal debutto della saga nelle sale.

D'altra parte, durante questo lungo anno, non c'è stata una sola settimana senza prodotto Warner nei cinema spagnoli. Ben 97 i titoli che abbiamo distribuito in questo lasso di tempo, tra cui spiccano nel 2020 *Tenet* (7,5 milioni di euro al box office) e nel 2021, quando tutti i cinema d'Europa erano chiusi, *Wonder Woman 1984* (3,7 milioni), *Tom and Jerry* (2,5 milioni) e lo straordinario successo di *Godzilla vs. Kong* che con 6,2 milioni ha registrato il miglior ➤

© Riccardo Ghilardi (courtesy of Warner Bros. Entertainment Italia)

risultato tra i titoli di questa importante franchise. Tutto questo si è tradotto in una quota di mercato del 30% dalla riapertura ad oggi, che sale al 34% se prendiamo in considerazione il periodo gennaio/maggio 2021. Un risultato che ci posiziona in testa alla classifica dei distributori con un notevole distacco dal secondo classificato.

## **Come giudica il fatto che, tra alti e bassi, la Spagna abbia sostanzialmente tenuto quasi sempre aperte le sale?**

Non è stato facile. Dobbiamo tener presente che dopo il primo lockdown generale, il governo centrale ha affidato la gestione della pandemia alle regioni, di conseguenza abbiamo dovuto fare i conti con 17 diversi regolamenti e altrettanti diversi modi di gestire l'emergenza. Le uscite sono state quindi discusse e programmate a livello regionale (cosa mai accaduta prima), adattandole a chiusure parziali o totali, limitazioni di capacità, coprifuoco, ecc. In questo modo, anche se non potevamo distribuire un contenuto a livello nazionale, era possibile uscire nelle regioni "aperte" posticipando la release nelle altre in cui la situazione era più complessa, in attesa che i dati migliorassero. Un lavoro complicato e faticoso svolto in maniera eccellente dal team spagnolo. Siamo felici dei nostri sforzi che hanno contribuito a far sì che le sale siano state in grado di rimanere aperte quasi ininterrottamente per tutto il periodo della pandemia.

## **Come fotografa la situazione attuale del mercato spagnolo e quali sono le sfide più urgenti?**

Nonostante gli sforzi del settore, il mercato registra al momento un -61% rispetto allo scorso anno, -80% rispetto al 2019. È chiaro che la pandemia influenzi ancora significativamente le scelte dei consumatori (paura degli spazi chiusi, restrizioni di vario genere ecc.) e che questo si rifletta direttamente sul mercato.

È altresì vero che, con il progredire della campagna vaccinale e la conseguente diminuzione dei casi e delle restrizioni sanitarie, bisogna credere nella ripresa, posizionando titoli di forte richiamo che possano potenzialmente diventare eventi cinematografici. Infatti, è indubbio che in questo periodo a mancare sia proprio il

prodotto, la cui importanza è fondamentale per invertire il trend attuale.

Dobbiamo infine tener conto che durante questi mesi di pandemia abbiamo assistito ad una crescita del consumo casalingo dei prodotti di intrattenimento attraverso le piattaforme, quindi i nostri sforzi sono essenziali non solo alla sopravvivenza delle sale ma anche a dare la possibilità a più persone di riprendere l'"abitudine" di andare al cinema. Una sfida, quest'ultima, da vincere insieme all'esercizio che dovrà assicurare la più calorosa accoglienza e fidelizzazione per garantire allo spettatore, con il nostro contributo, l'unicità dell'esperienza cinematografica.

## **Quando immagina si risolleverà il box office nel Paese?**

Non appena il pubblico, che ha smesso di andare al cinema per paura del virus, capirà che i cinema sono spazi totalmente sicuri e troverà contenuti di suo gradimento. Nel 2019, in Spagna, dopo una crisi economica senza precedenti, abbiamo registrato il più alto numero di spettatori (106 milioni) degli ultimi 10 anni. Questo ci fa ben sperare che superata questa terribile emergenza, gli spettatori torneranno ad affollare le sale, se possibile più numerosi di prima. Del resto, credo profondamente che la visione sul grande schermo sia la scelta preferita del pubblico e l'unico vero modo di godere a pieno della visione di un film.

## **Come giudica la campagna nazionale "La cultura es segura"?**

È stata un'iniziativa molto importante che ha consentito ai cinema di restare aperti e ha garantito un flusso di presenze più o meno costante alle sale. I protocolli di sicurezza nei cinema spagnoli sono stati supervisionati da professionisti e tutte le autorità coinvolte hanno capito che promuovere il tempo libero "controllato" in uno spazio sicuro era la scelta giusta. Per questo tutti gli attori coinvolti sono stati attivi nel sostenere e supportare questa campagna. La miglior prova della buona riuscita di questa importante iniziativa resta il fatto che dalla riapertura non è stato registrato un singolo caso di infezione da Covid nei cinema. Il grande merito di questa iniziativa è stato anche quello di aver consentito a tanti spettatori di continuare a frequentare la sala, attenuando le complessità di una ripartenza. (p.s.) **BC**

Ramón Biarnés,  
amministratore delegato  
di Odeon Cinemas  
Group - Sud Europa  
(Spagna, Italia, Germania  
e Portogallo)

# Stiamo uscendo dal tunnel

FIDUCIOSO IN QUESTA RIPARTENZA, RAMÓN BIARNÉS RACCONTA LA RESISTENZA DELL'ESERCIZIO E DEL CIRCUITO CINESA IN SPAGNA

## **In che modo Cinesa ha gestito i suoi cinema in Spagna durante questi 15 mesi di pandemia?**

Dalla riapertura dei nostri cinema nel giugno dello scorso anno, la sicurezza dei nostri clienti e dipendenti è stata per noi una priorità assoluta. Seguendo i protocolli e le raccomandazioni del Ministero della Salute, abbiamo adottato tutte le misure necessarie sin dal primo momento per garantire la massima sicurezza all'interno delle nostre sale. In questo senso, abbiamo stabilito flussi di entrata e di uscita, mantenendo sempre la distanza nelle code e nelle aree comuni, adeguando la capienza e la distanza tra i posti in sala, rispettando le normative di ogni comunità autonoma. Abbiamo anche rafforzato i protocolli di pulizia e in molteplici punti sono presenti dispenser con gel idroalcolico. Infine, per evitare sovraffollamenti nelle aree comuni, abbiamo scaglionato gli orari dei vari spettacoli a seconda delle sale a disposizione, venendo incontro alle esigenze del pubblico. Per questo incoraggiamo l'acquisto online dei biglietti e dei prodotti da bar (perlomeno in quelle comunità dove le normative vigenti consentono il consumo di cibo nel cinema). E, naturalmente, formiamo e aggiorniamo costantemente il nostro personale su protocolli e misure di sicurezza.

## **Tutti i vostri cinema sono attualmente aperti?**

Sì, stiamo parlando di 40 strutture targate Cinesa, per un totale di 515 sale.

## **State valutando la chiusura o la vendita di qualche vostra proprietà?**

Al momento non stiamo prendendo in considerazione alcuna chiusura o vendita.

## **In che periodo dell'anno prevede una stabilizzazione del box office spagnolo?**

È difficile prevedere una data esatta. Ma con il potenziamento della campagna vaccinale e con un graduale allentamento delle misure (sempre più flessibili), mi auguro che si possa tornare a una certa normalità per il terzo trimestre dell'anno.

## **Qual è la situazione dell'esercizio in Spagna in questo momento?**

Ovviamente la situazione derivata dal Covid-19 ha comportato spese e investimenti molto elevati per ogni struttura. Nonostante le difficoltà, pian piano stiamo vedendo la luce alla fine del tunnel e i vaccini stanno arrestando la diffusione del virus. Inoltre, abbiamo sempre più anteprese che incoraggiano le persone a tornare al cinema per godersi i film sul grande schermo. Il vantaggio di Cinesa è quello di appartenere al maggiore circuito cinematografico mondiale: AMC. (p.s.)



© courtesy of Cinesa (1), iStock (1)

# GLI AFFARI? MEGLIO FARLI DI PERSONA

DOPO L'EDIZIONE ONLINE DELLO SCORSO ANNO, ORA IL MARCHÉ DU FILM TORNA IN PRESENZA. IN PROGRAMMA A CANNES DAL 6 AL 15 LUGLIO, L'EVENTO INDUSTRY SARÀ L'OCCASIONE PER FAR RINCONTRARE FACE TO FACE I PIÙ IMPORTANTI PROFESSIONISTI DEL SETTORE AUDIOVISIVO DEL MONDO. CE NE PARLA L'EXECUTIVE DIRECTOR JÉRÔME PAILLARD

di **Valentina Torlaschi**



Jérôme Paillard, Executive Director del Marché du Film di Cannes





**R**itorno sulla Croisette. Se la pandemia aveva costretto a dirottare online l'edizione 2020 del Marché du Film, quest'anno l'evento industry è nuovamente in presenza. Dal 6 al 15 luglio, in parallelo al Festival di Cannes, oltre 12.500 professionisti del settore audiovisivo provenienti da tutto il mondo tornano a fare networking e a negoziare affari, tra la presentazione di oltre 4.000 film e progetti, e centinaia tra panel e conferenze. In quest'intervista l'Executive Director Jérôme Paillard ripercorre le sfide e le opportunità di organizzare quest'edizione così speciale del Marché du Film e getta uno sguardo all'industria cinematografica di domani.

**Dopo l'edizione online del 2020, quest'anno il Marché du Film torna in presenza. Perché era così importante tornare sulla Croisette?**

Dopo un anno e mezzo di videochiamate su Zoom, Teams, WhatsApp e quant'altro, tutti i professionisti del cinema – come del resto tutte le persone normali – erano davvero esausti di meeting virtuali. È tangibile la necessità di tornare a fare affari guardandosi negli occhi. Non di meno, chi lavora nel cinema e ama questa forma di arte e intrattenimento, ha una gran voglia di tornare a vedere i film su grande schermo anche durante i Festival e i Mercati. Il bisogno di tornare alla normalità è ineluttabile nella vita normale, così come in quella professionale.

**In che modo il fatto di aver costruito un'edizione virtuale l'anno scorso ha cambiato il vostro approccio nell'organizzare l'edizione fisica di quest'anno?**

La pandemia ha agito da acceleratore per tanti processi e tendenze già in atto. Già prima del Coronavirus, si percepiva una velata esigenza di ridurre i viaggi per questioni economiche, ma anche per una crescente sensibilità ambientale. Ora questa esigenza è diventata più forte: in futuro, si continuerà a prendere parte a eventi in giro per il mondo, certo, ma non necessariamente a tutti gli appuntamenti, o ogni anno. Ecco perché, per questa e per le prossime edizioni del Marché, manterremo una formula ibrida in presenza e online.

**Ci spieghi meglio.**

Chi non potrà essere fisicamente a Cannes, potrà comunque partecipare accreditandosi al Marché du Film Online (quest'anno il costo è di 169 euro, ndr). In questo modo potrà prendere parte a una selezione di proiezioni e incontri che saranno disponibili anche in versione virtuale. Ovviamente, l'offerta per chi è in loco è estremamente più ricca e importante, però con la formula online si avrà comunque la possibilità di vedere film, frequentare panel e fare networking.

**In generale, quali sono secondo lei i punti di forza e i limiti dei Film Market online?**

Iniziamo col ricordare che nell'ultimo anno, grazie ai Film Market virtuali, gli affari sono potuti continuare (quasi) a pieno ritmo. Se una pandemia come quella del Coronavirus fosse successa 20 anni fa, ci sarebbe stato uno stop totale, con una crisi devastante. Un vantaggio immenso innescato dai mercati online è poi la possibilità di ampliare i propri partecipanti, includendo professionisti che, per svariate ragioni (in primis di budget), non hanno mai preso parte a questi appuntamenti. I mercati online hanno un forte potenziale di inclusione e diversità. L'anno scorso abbiamo ricevuto molti feedback positivi da persone che ci hanno detto: «È stato fantastico, non ero mai riuscito a venire prima a Cannes, e invece finalmente ho partecipato, ho capito come funziona. Per piacere, continuate». E, ovviamente, noi continueremo.

**E i limiti dei Mercati virtuali quali sono?**

Il fatto di incontrarsi faccia a faccia fa la differenza negli affari. Nei Film Market in presenza puoi percepire di persona le reazioni dall'altra parte e negoziare di conseguenza. Poi, un fattore che è molto importante nel processo di business è il passaparola. Questo aspetto non è rimpiazzabile online, neanche dai social network. I giudizi sui film e le indiscrezioni su chi ha comprato cosa che si diffondono e si amplificano nei corridoi del Palais o nelle code per entrare in sala sono elementi preziosi per i buyers e i distributori. E poi c'è quella che po- ➤

tremmo definire “l’opportunità del caso”: la possibilità di conoscere nuove persone ed entrare in contatto con nuovi potenziali partner, semplicemente parlando in coda prima di vedere un film. Esistono tools e app che cercano di ricreare questo meccanismo (per esempio i blind meeting) ma non è la stessa cosa.

## **Prima del Marché du Film vero e proprio di luglio, avete organizzato l’evento online Pre-Cannes Screenings (21-25 giugno 2021). Perché?**

Per rispondere alle esigenze dei sales agent: per loro era necessario avere un momento prima del Marché di luglio nel quale presentare i tanti film che avevano già pronti sui propri scaffali, ma che non rientravano nella selezione del Festival. Sarebbe stato controproducente mostrare tutto il catalogo a luglio.

## **E le altre sezioni?**

Per il resto, tutte le altre sezioni sono confermate: Cannes Next, Cannes XR, Door, Animation Days, Frontières & Fantastic 7 (dedicate al cinema di genere), le sezioni di pitching di Goes to Cannes, Shoot the Book! (sugli adattamenti letterari)...

## **Con la crescente importanza del mercato cinematografico cinese, tornerà anche la sezione Bridging the Dragon.**

Certamente. Bridging the Dragon (la sezione dedicata al mercato audiovisivo asiatico) è un appuntamento sempre più di richiamo al Marché. Giunta alla sua sesta edizione, quest’anno Bridging the Dragon propone una due giorni di full-immersion sulla Cina con panel, conferenze, speed meeting, aperta alle

Oltre alle questioni urgenti sull’inclusività e sulla parità di genere citate prima, segnalo, nella sezione di Cannes Next, una serie di approfondimenti sull’intelligenza artificiale e sulla “virtual production” nel settore audiovisivo: un ambito che si sta ampliando moltissimo, che ha avuto un’accelerazione con la pandemia e che ha conseguenze intricate dal punto di vista legale, come la regolamentazione del copyright nella riproduzione digitale nei film di oggi di personaggi e attori del passato.

## **Qual è la sua mission come direttore del Marché du Film in questo momento così particolare?**

In realtà è un po’ la stessa di sempre: aiutare i professionisti del settore a incontrarsi, a fare affari, a realizzare i loro film, a trovare il pubblico per i loro prodotti. La differenza rispetto al passato è che ora bisogna essere molto più flessibili e disponibili all’ascolto delle necessità dei nostri accreditati. È necessario trovare il miglior compromesso tra la sostenibilità economica del Marché e le difficoltà economiche dei nostri clienti.

## **L’industria cinematografica sta attraversando grandi trasformazioni, come l’ascesa dei servizi streaming e la riduzione delle finestre. Quali sono secondo lei le sfide più urgenti da affrontare?**

Rimarranno le sfide che ci sono sempre state in passato: trovare buone idee e trovare come produrle. Personalmente sono fiducioso che il settore theatrical continuerà a essere centrale anche in futuro. Certo, non tutti i film avranno una distribuzione nei cinema, ma non lo vedo come un aspetto negativo. Inoltre, non penso che la sala sarà deputata solo ai grandi blockbuster; ci sarà un grande spazio anche per i film d’autore, e soprattutto per quei film che riusciranno a parlare alla nostra anima.

## **Tra quanto sarà possibile, secondo lei, tornare ai livelli pre-Covid per il box office mondiale?**

Forse sei mesi, forse un anno, non so. Il fatto positivo è che, con la riapertura dei cinema, un po’ in tutto il mondo il pubblico sta dimostrando di aver voglia di tornare a vedere un film su grande schermo.



## **Quali sono le novità dell’edizione 2021 del Marché du Film?**

La novità più rilevante è il programma ImpACT. Si tratta di una serie di incontri, laboratori e approfondimenti per esplorare temi scottanti quali inclusione, diversità, sostenibilità, tutela delle minoranze, parità di genere. L’aspetto interessante è che si approfondirà come queste questioni vengono affrontate non solo a livello di contenuti (quindi nelle sceneggiature), ma anche nel processo di realizzazione filmica (quindi, giusto per fare un esempio, nella composizione del cast tecnico).

società di produzione, di vendita, di post-produzione e distributori. Ci saranno appuntamenti sia in presenza che online.

## **E che dire della sezione Meet the Streamer?**

È una sezione sempre più strategica. Del resto il numero di Ott e di professionisti nel campo delle piattaforme che partecipano al Marché cresce in maniera cospicua di anno in anno.

## **Quali sono i temi principali delle conferenze di quest’anno?**

# Ciné n.10 Giornate di Cinema

20—23  
luglio 2021

Palazzo dei Congressi  
Riccione

## Viva il cinema al cinema!

[cinegiornate.it](http://cinegiornate.it)

# FRANCIA, TUTTI AL CINEMA!

GLI OTTIMI INCASSI DELLA RIAPERTURA, LA FIDUCIA PER UN BOX OFFICE ESTIVO PROMETTENTE, LA SICUREZZA CHE LO STREAMING NON SCALFIRÀ MAI L'UNICITÀ DELL'ESPERIENZA CINEMATOGRAFICA. C'È OTTIMISMO NEL MONDO DELL'ESERCIZIO FRANCESE. LO DIMOSTRANO LE PAROLE DI MARC-OLIVIER SEBBAG, DELEGATO GENERALE DELLA FNCF - FÉDÉRATION NATIONALE DES CINÉMAS FRANÇAIS



A sinistra, il poster della campagna promozionale per il ritorno in sala #TousAuCinéma

**L**o scorso 19 maggio i cinema francesi hanno riaperto, registrando ottimi risultati. Nel solo primo giorno di riavvio delle attività – un mercoledì – si sono contate circa 310.000 presenze: se si considera la capienza ridotta al 35% e l'obbligo di coprifuoco alle 21:00, secondo l'analisi del direttore di ComScore Eric Marti, sono numeri che possono essere tranquillamente equiparati a un qualsiasi mercoledì pre-Covid. Allargando lo sguardo sulla prima settimana di ripresa delle proiezioni (dal 19 al 26 maggio), i cinema francesi hanno infine totalizzato oltre 2 milioni di spettatori; per fare un confronto, nella stessa settimana del 2019 – dunque senza le restrizioni dovute alla pandemia – gli spettatori erano stati 2,4 milioni. Insomma, «è stato un enorme successo». A dirlo, Marc-Olivier Sebbag,

delegato generale della FNCF - Fédération Nationale des Cinémas Français (l'associazione di categoria che raggruppa gli esercenti francesi, ovvero l'equivalente d'Oltralpe della nostra Anec). Oltre a commentare i numeri della ripartenza, nell'intervista che ha rilasciato a *Box Office*, Sebbag ha anche parlato della campagna di promozione curata da FNCF per incentivare il ritorno in sala, della fiducia verso un box office estivo che si preannuncia promettente, del futuro dell'esercizio in Francia. Un futuro dove, a sua detta, il ruolo crescente degli Ott non rappresenterà nessun problema per le sale.

**FNCF riunisce al suo interno quasi tutti i 6.000 cinema francesi, dai grandi circuiti fino alle sale d'es-sai, passando per i piccoli cinema di provincia. Quante e quali strutture hanno riaperto lo scorso 19 maggio, primo giorno della ripresa delle attività?**

Tutti hanno riaperto, ovvero 2.045 cinema per 6.117 schermi.

**In che modo FNCF ha supportato il processo di riapertura delle sale?**

Abbiamo lavorato a stretto contatto con il Governo a partire da marzo 2021 per definire il protocollo sanitario da adottare nel momento della ripresa delle attività di esercizio. Successivamente, nelle due settimane precedenti alla riapertura, ci siamo concentrati sulle attività di comunicazione e promozione. In particolare, abbiamo collaborato con la stampa per sottolineare l'importanza sociale e culturale della riapertura delle sale e per far conoscere le regole da seguire in sala per la sicurezza di tutti.

**Parlando di comunicazione, che tipo di attività sono state pianificate per incentivare il ritorno in sala?**

La FNCF ha costruito una campagna promozionale sull'intero territorio francese per le prime due settimane di apertura. Principalmente abbiamo realizzato uno spot di 30 secondi dal titolo #TousAuCinéma (Tutti al cinema) sulla magia di tornare a guardare un film sul grande schermo. Il filmato è stato diffuso in Tv e sul web.



Un momento dei preparativi per la riapertura del multiplex UGC Cine Cite Les Halles, a Parigi, il 18 maggio 2021

### Un evento importante sul piano della promozione è sempre stato la Fête du cinéma.

Sì, per questo abbiamo deciso di riproporre la Fête du cinéma nel solito periodo. Quest'anno l'evento è in programma dal 30 giugno al 4 luglio: cinque giorni in cui l'ingresso in sala, per qualsiasi spettacolo, costa solo 4 euro. Da fine giugno, poi, cade la restrizione sulla capienza e possono essere venduti il 100% dei posti in sala. Un appuntamento importante per festeggiare il ritorno al cinema.

### Come giudicate i protocolli sanitari adottati dai cinema?

Penso che sia stato raggiunto il miglior compromesso possibile tra sicurezza degli spettatori e sostenibilità economica per le sale. Abbiamo lavorato a stretto contatto col Governo affinché le restrizioni andassero gradualmente ad allentarsi da maggio a luglio. Così, a livello di capienza, la percentuale è salita pian piano: 35% dal 19 maggio al 9 giugno, 65% dal 10 giugno al 30 giugno, e 100% da luglio in poi.



Marc-Olivier Sebbag, delegato generale della FNCF - Fédération Nationale des Cinémas Français. Fondata nel 1945, la Federazione riunisce quasi tutti i 6.000 cinema francesi, dai grandi circuiti fino alle sale d'essai e ai piccoli cinema di provincia

### Il Governo francese ha stanziato incentivi per le sale che hanno riaperto?

Sì, i cinema hanno ricevuto aiuti economici che progressivamente andranno a diminuire fino a esaurirsi alla fine di agosto. La speranza è che gli incassi, a fine estate, tornino a livelli soddisfacenti.

### E nei mesi di chiusura su che tipo di aiuti pubblici hanno potuto contare le sale?

Si è trattato di una serie di supporti diversi, da piani di prestiti agevolati ai supporti per i salari, passando per i sussidi del Fonds de solidarité, fino agli aiuti specifici per il settore culturale e cinematografico.

### Qual è stata l'offerta di film alla riapertura?

Soprattutto nei primi weekend la programmazione ha visto in cartellone film francesi, con l'eccezione di qualche

titolo internazionale come *Tom & Jerry*, *Nomadland* o il manga *Demon Slayer*.

### Le produzioni nazionali sono riuscite a compensare l'assenza in cartellone dei grandi blockbuster americani?

In parte sì. Non essendoci stati, almeno nelle prime settimane di riapertura, grossi titoli hollywoodiani in uscita, i film francesi hanno trovato spazio per delle release su grande scala e hanno ottenuto ottimi risultati. Giusto per fare degli esempi, nella prima settimana di riapertura, il film più visto è stato la commedia nazionale *Adieu les Cons* con oltre 500mila presenze, senza dimenticare che altri due titoli francesi (*Envole-moi* e *Mandibules*) hanno attirato oltre 100mila spettatori ciascuno.

### In che modo il ruolo sempre crescente degli OTT sta influenzando lo scenario dell'esercizio in Francia?

Non penso che l'affermarsi delle piattaforme rappresenti più di tanto un problema o una concorrenza per le sale cinematografiche. L'esperienza theatrical rimane qualcosa di unico. È forse più un problema per la Tv tradizionale e la Pay-Tv.

### Attualmente com'è regolamentata in Francia la durata delle window?

La finestra di esclusiva theatrical per un film è di 4 mesi, che scende a 3 mesi per i titoli a basso budget.

### Quali sono le vostre aspettative sul cinema francese per i prossimi mesi?

Siamo molto ottimisti per il futuro e speriamo che già nel corso dell'estate si possa tornare, o perlomeno avvicinarsi, ai livelli pre-Covid.

### Quali sono le sfide più urgenti che l'industria cinematografica francese dovrà affrontare nei prossimi mesi?

Principalmente direi il risanamento dei debiti e il ritorno a una certa salute economica del settore che consenta di tornare a investire, perché la pandemia ha portato a un altissimo livello di indebitamento del comparto. (v.t.)

# GRANDI PER GRANDI

UN VIAGGIO OLTRECONFINE TRA I PIÙ IMPORTANTI STUDIOS EUROPEI CHE IN QUESTI ANNI HANNO OSPITATO PRODUZIONI INTERNAZIONALI DI RICHIAMO. DALLA GERMANIA ALLA BULGARIA, PASSANDO PER IL REGNO UNITO, ECCO GLI STUDI CINEMATOGRAFICI CHE, GRAZIE A MAESTOSI SET RICOSTRUITI E TECNOLOGIE ALL'AVANGUARDIA, PUNTANO A DIVENTARE LA HOLLYWOOD DEL VECCHIO CONTINENTE

di Elisa Grado



# STUDIOS

# FILM



Potsdam, Germania

## Studio Babelsberg

**SONO STATI GIRATI QUI:** *L'isola dei cani, Mute, Bastardi senza gloria, Homeland, Identity, V per Vendetta, Conspiracy, Grand Budapest Hotel, Sense8, Captain America: Il primo vendicatore, Il canto della rivolta, Monuments Men, The Reader, Cloud Atlas, Il pianista, Charlie's Angels*



A Potsdam, a 30 chilometri da Berlino, ci sono gli studi cinematografici più antichi del mondo, un luogo magico dove la tradizione si coniuga con le tecnologie più avanzate. Gli Studio Babelsberg, fondati nel 1912, si sono trasformati insieme alla storia tedesca: lì Fritz Lang ha girato *Metropolis*, Marlene Dietrich ha interpretato *L'Angelo azzurro*, durante il nazismo sono stati ambientati molti film di propaganda o a carattere antisemita ed è poi diventato il centro della DEFA, la produzione cinematografica statale della Repubblica Democratica Tedesca. Dopo la caduta del muro di Berlino gli studi sono stati privatizzati e si sono aperti ai grandi film hollywoodiani, restando da allora in continua ascesa. Oggi gli Studio Babelsberg contano 21 teatri di posa, fra i quali tre specializzati nelle riprese con effetti speciali e green screen, e offrono il Volucap, il primo studio volumetrico nell'Europa continentale, dotato di 32 telecamere che scannerizzano e ricostruiscono in 3D il corpo umano per consentire progetti VR e AR. Fra i teatri di posa che hanno visto passare la storia del cinema c'è il mitico Marlene-Dietrich-Halle costruito proprio nel 1926 per *Metropolis*, 5.400 metri quadrati e un'altezza di 14 metri, dotato nella stessa struttura anche di una hall centrale di 2.000 metri quadrati, e due ulteriori studi minori. Fra quelle pareti sono stati girati anche *Bastardi senza gloria* di Quentin Tarantino, *L'uomo nell'ombra* di Roman Polanski, ma anche serie Tv come *Homeland*. Nel nuovo complesso Neue Film, a qualche chilometro dalle strutture centrali, sorgono inoltre due studi giganteschi, uno di più di 8.000 metri quadrati e l'altro di oltre 7.000. Il backlot dei Babelsberg include una strada metropolitana in quattro stili diversi, con 54 facciate di case, e un enorme green screen esterno, mentre fra i servizi alle produzioni c'è anche il più grande magazzino europeo di oggetti di scena. Tra le star che hanno calcato i teatri di posa di Babelsberg ci sono Kate Winslet, Matt Damon, Natalie Portman, Tom Cruise, Brad Pitt, Tom Hanks, George Clooney e Kristen Stewart, ed ora sta per arrivare la nuova miniserie Netflix *1899*, che sarà girata proprio col sistema Volucap.

© Courtesy of Studio Babelsberg (3)



Londra, Regno Unito

# Pinewood Studios

**SONO STATI GIRATI QUI:** *Full Metal Jacket, Batman, The Nevers, Red Dwarf, Pirati dei Caraibi - Oltre i confini del mare, Crudelia, Jupiter's Legacy, 1917, il Dottor Dolittle, Jurassic World - Il regno distrutto, Dumbo, Star Wars: L'ascesa di Skywalker, Eyes Wide Shut, Casino Royale, Star Wars - Il risveglio della forza, Charlie e la fabbrica di cioccolato, Spectre, Black Widow, No Time to Die.*



Insieme agli Shepperton Studios, con i quali hanno costituito un unico gruppo nel 2001, i Pinewood Studios di Londra sono il complesso di infrastrutture per il cinema più grande del Regno Unito, e anche il più famoso: la loro storia è indissolubilmente legata al mito di James Bond. Situati entrambi a una trentina di chilometri dal centro di Londra, Pinewood e Shepperton comprendono insieme 40 teatri di posa, tra i quali il mitico teatro 007 costruito nel 1976 per le riprese di *La spia che mi amava*, ampio quasi 5.500 metri quadrati e dotato di vasca per le riprese subacquee. Lì sono stati ricostruiti i templi cambogiani di *Lara Croft: Tomb Raider*, la galleria del Louvre

di *Il codice Da Vinci* e la sala del fiume del cioccolato di *Charlie e la fabbrica di cioccolato*.

I Pinewood Studios sono stati inaugurati il 30 settembre 1936, e la loro intensa attività è stata fermata solo durante la seconda guerra mondiale quando sono stati requisiti dal Governo per farne dei magazzini di stoccaggio. Alla fine del conflitto la ripresa è stata rapida, ma il boom è arrivato solo negli anni '60 quando le grandi produzioni americane hanno cominciato a frequentare gli studi su larga scala portando in Gran Bretagna star mondiali come Gregory Peck, Marilyn Monroe, Sophia Loren ed Elizabeth Taylor. Nel 1962, con *Licenzia di uccidere*, è iniziata la saga di James Bond che negli anni '70, insieme al franchise di *Superman*, ha fugato lo spettro della crisi finanziaria. Dopo un paio di decenni a basso regime, a causa della sfavorevole politica fiscale britannica, i Pinewood vedono una rinascita dagli anni Duemila e cominciano a ospitare decine di franchise ad alto budget, da *Star Wars* a *Jurassic World*, fino ai film dell'universo Marvel. Gli Studios offrono anche un teatro di posa con vasca sempre riempita e con temperatura controllata, una delle più grandi vasche esterne d'Europa, e tre ettari di spazi esterni più uffici di produzione e officine.



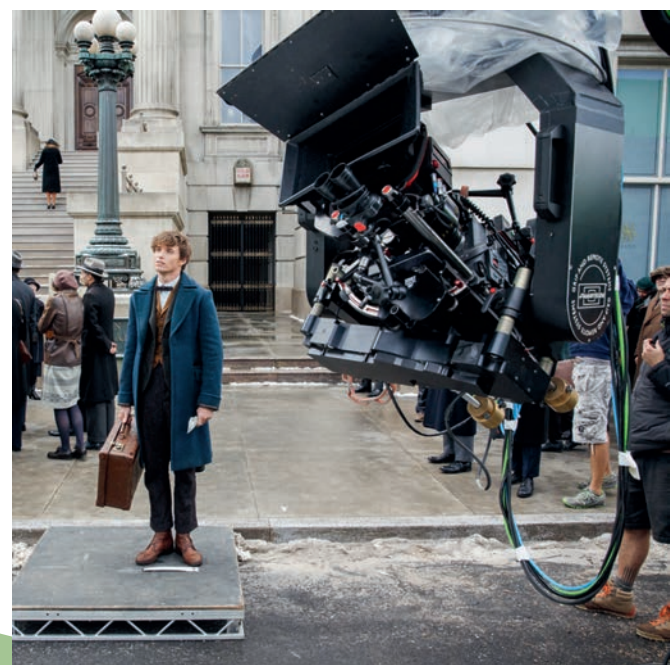
© Gettyimages (2), Courtesy of Pinewood-Shepperton Studios (2)

Londra, Regno Unito

# Warner Bros. Studios Leavesden

**SONO STATI GIRATI QUI:** tutto il franchise di Harry Potter, Star Wars Episodio I - La minaccia fantasma, Animali fantastici e dove trovarli, Kingsman, L'ora più scura, Alien Covenant, Il cavaliere oscuro, The Batman, Mission: Impossible - Fallout, F9, Wonder Woman 1984, Spider-Man Far From Home, Venom: La furia di Carnage

I Warner Bros. Studios Leavesden, situati a 29 chilometri a nord-ovest di Londra, sono la dimora storica del franchise di Harry Potter, che ha occupato quegli spazi coi suoi set permanenti per un intero decennio. Costruiti sulle strutture di una ex fabbrica di aerei e dell'aeroporto Leavesden Aerodrome, attivo durante la Seconda Guerra Mondiale, sono stati convertiti nel 1994 quando EON, la casa di produzione di *GoldenEye*, ha trovato già completamente prenotati i Pinewood Studios, location tradizionale della saga di Bond. Scoperta la disponibilità degli spazi di Leavesden, EON ha velocemente trasformato i grandi hangar in studi di posa attirando successivamente molte grandi produzioni americane. I Leavesden Studios sono stati acquistati nel 2012 da Warner, che ne ha fatto la sua base permanente in Europa e uno studio di livello mondiale, grazie anche a 100 milioni di dollari di investimento in ampliamenti e ristrutturazioni. Oggi Warner Bros. Studios Leavesden conta 19 teatri di posa per un totale di quasi 50mila metri quadrati, una vasca interna filtrata e riscaldata più una esterna da 5.000 metri quadrati (per immaginare la dimensione basti pensare che, per riempirla d'acqua, servono dieci giorni), 29 laboratori per le lavorazioni di set, la post-produzione e gli effetti speciali, e oltre 40 ettari di backlot. Gli spazi esterni comprendono una grande varietà di superfici e terreni, aree erbose e boschi, con orizzonti differenti, piani o collinari, con al centro l'ex pista di atterraggio e attorno una carreggiata larga sette metri.

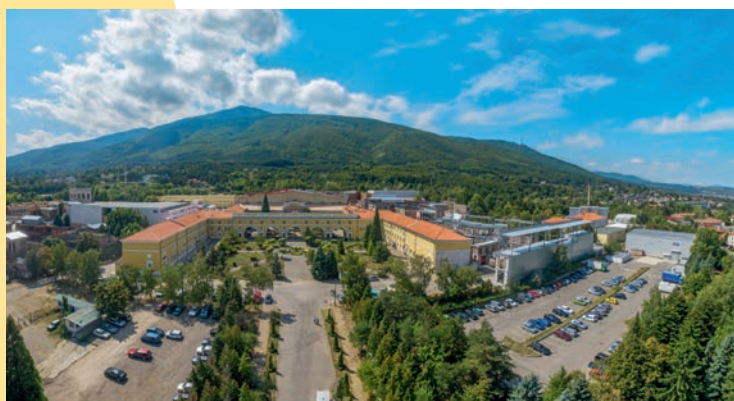
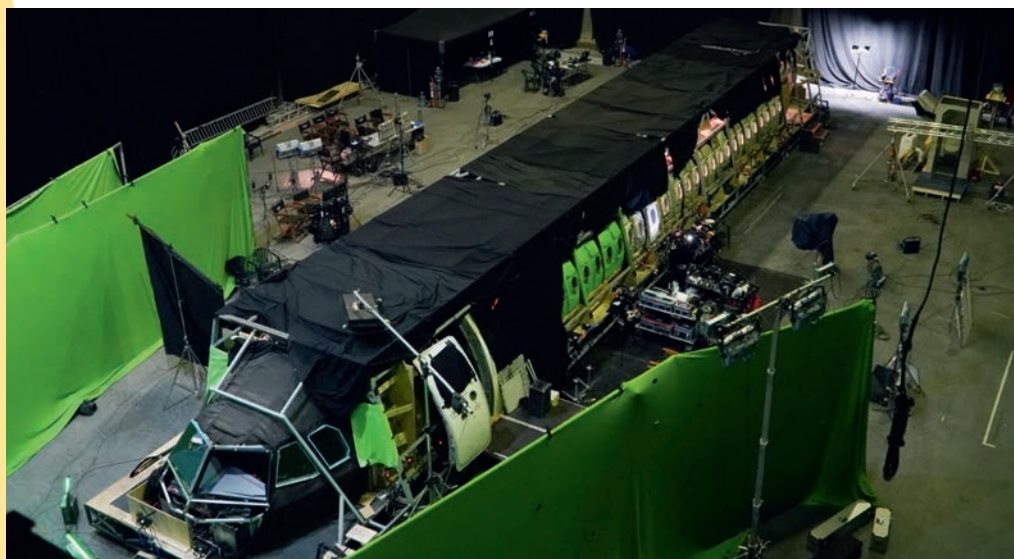


© Courtesy of Warner Bros. Studios Leavesden  
(1). Heyday Films/Warner Bros. (2)

Sofia, Bulgaria

# Nu Boyana Film Studios

**SONO STATI GIRATI QUI:** *300 - L'alba di un impero, I mercenari 3, Attacco al potere 2 e 3, Come ti ammazzo il bodyguard, Loving Pablo, Black Dahlia*



Con set che riproducono intere parti di Londra e New York, un teatro di posa dedicato alla motion-capture e una location naturale di foreste proprio alle sue spalle, Nu Boyana Film Studios a Sofia, in Bulgaria, è uno degli studi cinematografici europei più frequentati dalle majors, soprattutto per girare film d'azione. Con un vantaggio: lo studio è concepito come uno sportello unico che mette a disposizione della produzione ospite non solo spazi e teatri di posa, ma tutti i servizi necessari per la realizzazione del film, dall'idea iniziale alla post-produzione: troupe, attrezzature per il video e il suono, stunt-men, veicoli, costumi, arredi scenici, più di 200 artisti degli effetti visivi e una società creativa interna (B2Y) specializzata in pubblicità, cortometraggi e video musicali.

Gli studios attuali sono gli eredi dell'ex Boyana Film Studio di proprietà statale, fondato nel 1962 e in piena attività fino agli anni '90: fra i suoi set, durante il periodo comunista, sono stati prodotti quasi 600 lungometraggi. Dopo aver superato la crisi finanziaria degli anni '90 concentrandosi sulla fornitura di servizi per produzioni ad alto budget, come *Piccolo Buddha* di Bertolucci e *Underground* di Kusturica, nel 2007 lo studio viene privatizzato e

diventa l'odierno Nu Boyana Film, riconfigurato nell'estate scorsa a causa Covid-19 con un protocollo di severe misure di sicurezza. Gli studi offrono dieci teatri di posa, dai 600 ai 1.800 metri quadrati, più una vasca di 1200 metri quadrati per le riprese marine. Tra i grandi progetti internazionali che lo abitano in questi mesi c'è anche *Memory*, il nuovo film di Martin Campbell con Liam Neeson, Guy Pearce e Monica Bellucci.

© Courtesy of Nu Boyana Film Studios (4)

Izvorani (Bucarest), Romania

## Castel Film Studios

**SONO STATI GIRATI QUI:** *Beowulf*, *Alien Abduction*, *Gwyn – La principessa dei ladri*, *Borat*, *Ghost Rider*, *Seven Sisters*, *The Silent Valley*, *Harley and the Davidson*



A Izvorani, quaranta chilometri a nord di Bucarest, sorgono i Castel Film Studios nati nel 1992 su iniziativa del produttore Vlad Paunescu, tra una foresta e un fiume, quando in Romania non esistevano grandi infrastrutture per il cinema. Fino al 1995 lo studio si specializza in film dell'orrore, poi in film per famiglie e fantasy, puntando sul vantaggio dei bassi costi di produzione rumeni che permettono di costruire mondi interi: la prima produzione di una major è *Train de Vie* di Radu Mihaileanu, nel 1997, e la prima ad alto budget *Ritorno a Cold Mountain* di Anthony Minghella, nel 2002. Castel Film diventa un fornitore diretto di Paramount, Twentieth Century-Fox e Universal Studios, servendo anche molte produzioni italiane, fra le ultime la serie *La vita promessa 2* di Ricky Tognazzi.

Castel Film Studios è oggi uno dei più grandi teatro di posa dell'Europa continentale: ognuno dei suoi dieci teatri di posa, dai 600 metri quadrati a 3.354 metri quadrati, è dotato di sale polifunzionali a supporto e lo studio offre anche una vasca profonda 20 metri con finestre di cristallo che consentono al regista riprese subacquee "a secco". Nella sua area esterna di 26 ettari i set fissi, ovvero il villaggio western, un largo scorcio di strada urbana, una periferia americana, una chiesa gotica e un paese medievale, sono in continua evoluzione. Le ultime trasformazioni sono state realizzate per ambientare Parigi e New York per la nuova versione di *Il giro del mondo in 80 giorni* con David Tennant, coprodotta anche da Rai.

© Courtesy of Castel Film Studios (4)

DALL'AUTORE DI JOHN WICK  
**NON SOTTOVALUTARE MAI NESSUNO**

IO SONO  
**NESSUNO**

**DAL 1 LUGLIO**  
**#SoloAlCinema**

Budapest, Ungheria

# Korda Studios

**SONO STATI GIRATI QUI:** *Hellboy II: The Golden Army*, *I Borgia*, *The Last Kingdom*, *Black Widow*, *Midsommar*, *Gemini Man*, *Blade Runner 2049*, *Inferno*, *The Martian*

Tra gli studios cinematografici europei più giovani e all'avanguardia figurano certamente i Korda Studios, casa abituale delle maggiori produzioni internazionali di cinecomic, film di fantascienza e d'azione. È lì che Ridley Scott ha ricostruito il Pianeta Rosso di *The Martian* e la Los Angeles del futuro di *Blade Runner 2049*, e dove sono state girate anche molte scene del nuovo cinecomic Marvel *Black Widow* con Scarlett Johansson. Posizionato a 30 chilometri a ovest di Budapest, nel villaggio vinicolo di Etyek, Korda Studios

è stato inaugurato nel 2007 e include 15mila metri quadrati di teatri di posa, compreso il cosiddetto "superstage", tra i più grandi dell'Europa continentale, di ben 6.000 metri quadrati per un'altezza di 20 metri. Il primo film prodotto ai Korda Studios è stato *Hellboy*

*II: The Golden Army* di Guillermo del Toro, ma gli studi sono diventati a lungo anche il set principale della serie di Netflix *The Last Kingdom*.

Ai 15 ettari di spazio esterno disponibile per la costruzione di nuove location, si aggiungono 10 ettari di imponenti standing sets su tre temi: un intero lotto riproduce una parte del quartiere di Brooklyn, a New York, il secondo set è dedicato all'Italia rinascimentale, da Firenze al Vaticano, ed è stato realizzato per la serie tv *I Borgia*, il terzo è un villaggio medievale del XIII secolo, completo di interni e della facciata di una fortezza. I Korda Studios, da qualche anno, sono orientati a operare in modo ancora più strutturale nel sistema cinema ungherese e nelle sue opportunità: oltre ai tradizionali servizi alla produzione e post-produzione, che alloggiavano in quasi 10mila metri quadrati di locali produttivi, magazzini e officine, offrono anche una consulenza legale e finanziaria di guida agli incentivi fiscali rivolti a chi decide di girare sul territorio.





Official Broadcaster

# TOKYO 2020

23 luglio - 8 agosto 2021

scopri l'offerta su [raipubblicita.it](https://raipubblicita.it)

**Rai Pubblicità**

Praga, Repubblica Ceca

## Barrandov Studios

**SONO STATI GIRATI QUI:** *Knightsfall, Jack Ryan, Amadeus, Mission Impossible, The Bourne Identity, Casino Royale, G.I. Joe: La nascita dei cobra, Le cronache di Narnia: il leone, la strega e l'armadio, La signora dello zoo di varsavia, Jojo Rabbit*

I Barrandov Studios, a Praga, sono tra i più imponenti e longevi studios cinematografici d'Europa, con quasi novant'anni di storia e 2.500 film cechi e stranieri girati fra i suoi spazi. Gli studios sono particolarmente amati dalle major hollywoodiane come set per fantasy e grandi action movie, come *Mission Impossible* e *Bourne Identity*. Già nei primi anni dopo la fondazione, nel 1933, Barrandov contava 300 dipendenti fissi e aveva cominciato ad attrarre produttori

stranieri come UFA, MGM e Paramount. I tre enormi teatri di posa interconnessi che ancora oggi rimangono il cuore dello studio sono stati costruiti durante l'occupazione della Cecoslovacchia da parte della Germania nazista, mentre il teatro di posa per effetti speciali con tunnel di retroproiezione e il serbatoio attrezzato per le riprese subacquee sono sorti nel successivo periodo della nazionalizzazione. Negli anni '60 i Barrandov Studios hanno ospitato Miloš Forman, Jirí

Menzel, Vera Chytilová e tutti gli autori più importanti della Nová vlna, la nuova onda che ha affermato il giovane cinema ceco in tutto il mondo. Nel 1989, dopo la "rivoluzione di velluto", Barrandov è stato privatizzato e ha fatto fronte alla crisi del cinema nazionale ospitando sempre più i film internazionali, inaugurando nel 2006 anche un nuovo teatro di posa di 4.000 metri quadrati con 13 metri liberi per la costruzione in altezza. Oggi, con i suoi 13 teatri di posa, 160mila metri quadrati di backlot e un set permanente che riproduce la Parigi medievale del XIV secolo, Barrandov è frequentatissimo anche dalle produzioni ad alto budget delle piattaforme: presto apriranno negli studi praghensi il set di *The Gray Man* con Ryan Gosling e Chris Evans, il primo kolossal di Netflix da duecento milioni di dollari, e di *Spaceman* con Adam Sandler e Carey Mulligan, sempre targato Netflix. Sono uno dei pochi studi cinematografici al mondo che offre la possibilità di visite guidate durante il normale funzionamento degli studios.



© Courtesy of Barrandov Studios (4)

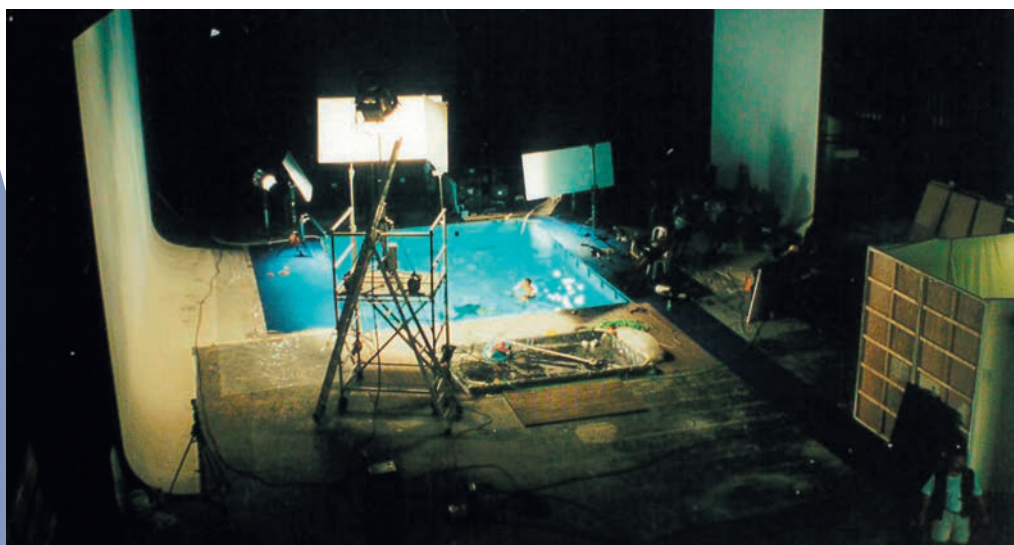




Nizza, Francia

## La Victorine

**SONO STATI GIRATI QUI:** *Amanti perduti, Mio zio, Caccia al ladro, Mai dire mai, Magic in the Moonlight, Effetto notte, La pazza di Chaillot, Il leone in inverno, Ronin*



Un vero luogo di culto del cinema europeo e francese è La Victorine, complesso di strutture per il cinema sorto a Nizza nel 1919 su un terreno di 7 ettari. La Victorine diventa un centro importante per il cinema muto sotto la guida, dal 1924, del regista americano Rex Ingram, è tra i primi a trasformarsi per l'avvento del cinema sonoro e, durante la Seconda Guerra Mondiale, ospita autori celebri come Julien Duvivier, Marcel Carné e Jacques Becker. Nel tempo a La Victorine lavorano John Houston, Michael Caine, Katharine Hepburn (per *La pazza di Chaillot* e *Il leone in inverno*), Robert De Niro (per *Ronin*) Alfred Hitchcock (per *Caccia al ladro*) e François Truffaut, che nel 1973 ci gira il film più iconico sulla vita di set, *Effetto notte*. Dagli anni Duemila, a parte per qualche importante produzione d'autore come *Magic in the Moonlight* di Woody Allen, l'attività degli studios si è progressivamente ridotta, ma dal 2017 La Victorine è gestita direttamente dalla città di Nizza che proprio in questi mesi si sta impegnando in un rilancio in tre direzioni: gli studios avranno un polo dedicato alle riprese ed alla produzione, con la costruzione di un nuovo teatro di posa di 3.000 metri quadrati che si aggiungerà ai dieci già esistenti, un centro di accoglienza per le aziende che operano nel settore audiovisivo e dei corsi di formazione sul cinema, avviati a partire dal settembre 2022.

© Courtesy of La Victorine (4)



# BEST MOVIE

LA RIVISTA DI CINEMA PIÙ DIFFUSA IN ITALIA



IN DIGITAL EDITION



WWW.BESTMOVIE.IT

# WANDA LASCIA HOLLYWOOD



DOPO AVER PERSO IN SEI ANNI 32 MILIONI DI DOLLARI PER SALVARE IL SUO IMPERO, IL MILIARDARIO CINESE WANG JIANLIN, A CAPO DI DALIAN WANDA GROUP, HA VENDUTO AD APRILE LA MAGGIORANZA DELLE QUOTE DI AMC, LA CATENA DI CINEMA AMERICANA ACQUISTATA PER 2,6 MILIARDI NEL 2012. MA LA PANDEMIA E LE PRESSIONI DELLA CINA PER IL RIENTRO DEI CAPITALI NON BASTANO A SPIEGARE IL CLAMOROSO DIETROFRONT, CHE FOTOGRAFA I MUTATI RAPPORTI DI FORZA TRA L'INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA AMERICANA E QUELLA CINESE, FORTE DI UN MERCATO IN PIENO RIGOGGIO

di **Ilaria Ravarino**

Una marcia indietro iniziata nel 2018 e conclusa con una sterzata da testacoda giusto pochi mesi fa. E così, quel che nel 2012 sembrava l'inizio di una favola distopica – l'avanzata dei colossi cinesi nella storica industria cinematografica americana – oggi si rivela come la spia di un futuro altrettanto straniante: la fuga di quegli stessi colossi da un'industria in difficoltà. Dietro all'addio di Wanda Group a AMC, consumatosi ad aprile dopo una lunga serie di manovre finanziarie, c'è la storia dell'evoluzione del rapporto di forze tra Hollywood e Pechino, ribaltatosi clamorosamente nell'arco di dieci anni.

Nell'agosto 2012 Dalian Wanda Group, il conglomerato immobiliare e di intrattenimento guidato dal miliardario oggi 66enne Wang Jianlin,

acquista AMC Theatres, al tempo la seconda più grande catena di cinema degli Stati Uniti, con 346 multiplex e un totale di 5.034 schermi tra Stati Uniti e Canada. La notizia fa il giro del mondo: con un azzardo da 2,6 miliardi di dollari, Dalian Wanda Group mette a segno la terza più grande acquisizione di una società statunitense da parte di un investitore cinese (dopo Morgan Stanley e Blackstone) trasformandosi nel più grande proprietario di cinema al mondo. Nel 2012 gli schermi cinematografici in Cina sono 13.118 contro i 39.662 degli Stati Uniti. E Wanda, di quelle due torte, possiede una fetta consistente: circa 5.000 schermi da una parte e dall'altra dell'Oceano.

Negli anni successivi, l'assalto alla diligenza di Hollywood prosegue senza tregua: nel 2013 la quota di Wanda in AMC è dell'80%, e alla fine del 2014, come riporta *The Hollywood Reporter*, il gruppo comunica profitti dalla filiera cinematografica per 900 milioni di dollari. Il 2016 è l'anno del picco: Wanda acquista a gennaio lo studio hollywoodiano Legendary Entertainment per 3,5 miliardi di dollari, a settembre annuncia una partnership "strategica" con Sony Pictures Entertainment (obiettivo: «rafforzare l'influenza culturale cinese» cofinanziando i film della major e aprendo loro il mercato interno) e a novembre compra la casa di produzione americana Dick Clark Productions per un miliardo. A fine anno Wanda possiede il 6% di tutti gli schermi in Cina – diventati nel frattempo 41.169 – e il 13% di quelli americani (arrivati a 40.604 a fine 2016).

Ma le attività sempre più concentrate fuori dai confini nazionali, e la conseguente fuga di capitali all'estero, preoccupa le autorità cinesi, che a partire dal 2017 cominciano a prendere di mira con pesanti sanzioni Wanda, il gruppo HNA (oggi proprietario al 25% di Hilton) e altri importanti investitori transfrontalieri. Nel settembre del 2018 Wanda è costretta a vendere a Silver Lake Partners una

sto del mondo, causando la chiusura di centri commerciali, cinema, parchi a tema, hotel ed eventi sportivi del gruppo, i nodi vengono al pettine. Nodi che, nel caso delle sale, si erano già fatti piuttosto intricati nel corso dell'anno, quando la compagnia aveva registrato una perdita di 149 milioni di dollari dalla filiera cinematografica, dovuta alla concorrenza delle piattaforme di streaming online.

L'emergenza sanitaria, quindi, aggrava una situazione già difficile: nel 2020 Wanda Film Holding Co. (produzione e sale) registra perdite per un miliardo di dollari, i ricavi di Wanda Commercial Management (centri commerciali, hotel) crollano del 50%, mentre Wanda Sports Group (proprietaria fino al 2018 dell'Atletico Madrid) perde due terzi del suo valore commerciale. Nell'ottobre 2020 Wanda detiene ancora il 37,7% di AMC, e con esso il 64,5% dei diritti di voto della società, ma a fine anno riduce la partecipazione al 23,1%. La situazione, a questo punto, precipita: in un mese, tra febbraio e marzo 2021, la presenza e il potere di voto di Wanda scendono al 9,8%, cifra che cala ad aprile fino al 6,8%.

All'inizio del 2021 il numero degli schermi in Cina è pari a 75.581 unità, mentre quello degli Stati Uniti è di 40.998 (174 in meno del 2019). E mentre Hollywood prova a ripartire, l'industria cinematografica del Paese del Dragone si è rimessa in moto ormai da mesi. In un mercato sempre più autarchico ma in piena ascesa, il business delle sale in Cina diventa ogni mese più appetibile.

Ed è qui che oggi Wang Jianlin, dopo aver perso in sei anni 32 miliardi di dollari cercando di salvare il suo impero, cerca riscatto e fortuna. Giocandosi la partita, più comodamente, in casa sua.



Sopra l'imprenditore miliardario cinese Wang Jianlin, presidente di Dalian Wanda Group



quota di azioni AMC per 600 milioni di dollari, restando ancora in possesso del 60% del totale.

Quando poi a fine 2019 la pandemia si abbatte prima sulla Cina e poi sul re-

# RISCOMMETTIAMO sul fascino del CINEMA

REALIZZA SOLO FILM CHE VEDREBBE SUL GRANDE SCHERMO, NON TEME UNA RIDUZIONE DELLA WINDOW E USCIREBBE CON UN SUO FILM IN ESTATE (MA A CERTE CONDIZIONI). EDOARDO LEO È ORMAI UN ARTISTA COMPLETO, PRONTO A USCIRE CON DUE FILM DA REGISTA E IMPEGNATO SU PIÙ FRONTI. IL SUO SOGNO? TRA I TANTI, LANCIARE LA CARRIERA CINEMATOGRAFICA DI GIOVANI TALENTI

di Paolo Sinopoli



**N**on si accontenta facilmente Edoardo Leo. Se infatti la commedia è il suo habitat naturale – «la definirei la mia vera passione» – nel corso degli anni ha messo alla prova il suo talento spaziando tra i generi e selezionando progetti sempre più ambiziosi: da *Perfetti sconosciuti* alla trilogia di *Smetto quando voglio*, da *Non ci resta che il crimine* a *La Dea fortuna* e *18 regali*, solo per citarne alcuni. E proprio nell'ultimo anno segnato dalla pandemia ha firmato la regia di due nuovi film, anche se non nasconde le difficoltà che ha dovuto affrontare dal punto di vista artistico e professionale. «All'inizio della pandemia ho attraversato una fase di stallo creativo in cui scrivevo e leggevo poco, dettata soprattutto dall'interruzione delle riprese di *Lasciarsi un giorno a Roma* a una settimana dal primo ciak. Fortunatamente a luglio siamo stati i primi a tornare sul set, anche se ero appesantito da una situazione complessa tra tamponi, mascherine e misure di sicurezza. È stato essenziale il confronto con la mia squadra che, oltre ad aver voglia di tornare in azione, aveva bisogno

di lavorare e aveva rinunciato a diversi progetti per realizzare questo film. Mi riferisco a un team di professionisti, ma soprattutto di amici, che in trent'anni di attività nel cinema e nel teatro non mi ha mai mollato. Così, sostenuto dal loro impegno e stupito dell'immane sforzo quotidiano di medici e infermieri, ho deciso di riscommettere sul presente e di tornare sul set nonostante le difficoltà».

### **Dal punto di vista autoriale, cambia il modo di scrivere a seconda del media di riferimento, che sia cinema, piattaforma o broadcaster?**

Normalmente, quando sorge un'idea non si pensa subito alla destinazione finale. Ammetto, però, che ultimamente tendo a immaginare se un determinato progetto sia più adatto per il cinema o per lo streaming. Ma non sempre è un vantaggio e si rischia di sbagliare. Come quando ho proposto alle piattaforme, senza successo, il mio ultimo film da regista *Non sono quello che sono*. Visti i risvolti drammatici e violenti, ero convinto potesse essere un titolo perfettamente in target per lo streaming e alla fine, invece, l'ho realizzato per il grande schermo. Ma certo ci sono delle differenze ben specifiche a seconda del media di riferimento. Quando scrivo per il cinema, mi relaziono con il produttore/distributore e identifichiamo un target. Ci si rivolge, però, a una platea indefinita, difficilmente catalogabile a priori. Cambia tutto, invece, quando si tratta di streaming. Le piattaforme conoscono a fondo i loro abbonati a livello di numeri, abitudini e gusti. In quest'ultimo caso, si rischia di realizzare film con una linea editoriale dettata unicamente da chi fruisce il contenuto, limitando così la libertà creativa e la sperimentazione. Non voglio insinuare che sia un male lavorare su commissione, anche la Fontana di Trevi o la Cappella Sistina sono nate così. Ma è anche vero che i grandi maestri che hanno innovato il linguaggio del cinema sono quelli che hanno battuto strade sconosciute e singolari. Fellini, ad esempio, non si rivolgeva a un determinato pubblico, bensì a un suo immaginario ben definito, e proprio attraverso i suoi lavori finiva per creare una platea di appassionati. Diciamo che sarebbe utile ispirarsi al modello americano.

### **Ci spieghi.**

In America gli sceneggiatori scrivono di loro iniziativa. I registi hanno accesso a una lunga lista di sceneggiature già pronte e raramente firmano gli script dei loro stessi film. Inoltre, esistono figure come gli showrunner che guidano la lavorazione delle opere. Si tratta di un modello radicalmente diverso da quello europeo, dove quasi tutti i registi sono anche autori delle loro opere e faticano a confrontarsi con altre voci. Dobbiamo decidere se continuare ad adattarci a questo sistema, o se percorrere nuove vie che consentano di allargare gli orizzonti artistici.

### **In che modo il Covid ha influenzato la scrittura e la progettazione di un film?**

I più colpiti sono stati certamente gli autori di commedie. In questo momento, infatti, è estremamente difficile fotografare la situazione contemporanea in chiave umoristica. Chi andrebbe a vedere un film con i personaggi che indossano la mascherina? Nessuno, ovviamente. D'altra parte è impossibile essere attuali senza le mascherine. Per questo abbiamo dato vita a film slegati dalla realtà, come se il Covid non fosse mai accaduto. Non va poi dimenticato che il cinema è un media piuttosto lento: dal sorgere di un'idea all'uscita di un film trascorrono quasi due anni. Tra qualche anno, forse, riusciremo a raccontare questo momento storico anche sul grande schermo. Confrontandomi con registi e sceneggiatori, in questi mesi ho notato in tutti una certa stasi. Del resto, nei momenti di grande crisi l'uomo fatica a produrre opere d'arte, perché la sua mente è costantemente assorbita da problemi più grandi. Serve tempo per riacquisire lucidità e per far sedimentare gli avvenimenti drammatici di questo tempo.

### **Lei ha sempre difeso l'esperienza in sala. Come giudica le forti pressioni all'orizzonte sempre più orientate verso una riduzione della prima window?**

Non temo una riduzione della window e sono certo che il cinema non ne risentirebbe. «Vedere un film» e «andare al cinema» sono due azioni completamente diverse. Al cinema si va in compagnia, è un'esperienza sociale >



Edoardo Leo sul set di *Lasciarsi un giorno a Roma*

e condivisa in cui lo spettatore vuole confrontarsi ed emozionarsi insieme ad altre persone. Inoltre, più film si vedono e più viene voglia di andare al cinema. Quando ero adolescente, mi sono formato guardando in Tv i grandi capolavori della settimana arte trasmessi dalla Rai il sabato sera. Oggi, grazie alle piattaforme, un ragazzino vede molti più film di quanti ne vedessi io da giovane, e questo porterà inevitabilmente alla nascita di nuovi spettatori.

**Da autore e fruitore di contenuti, come immagina la futura convivenza tra piattaforme e cinema? Come si stabilizzerà in futuro questo doppio filone?**

Il cinema si sta gradualmente eventizzando e sarà sempre più il luogo privilegiato per vedere grandi blockbuster e film di grandi autori, da Quentin Tarantino a Paolo Virzì. Le piattaforme, oltre a sviluppare contenuti ad hoc e a valorizzare nuovi autori, saranno fondamentali anche per recuperare i film che il pubblico non riesce a vedere in sala. Per questo la grande sfida del cinema, specialmente quello italiano, sarà creare l'appeal necessario per invogliare il pub-

blico a vedere subito un film sul grande schermo, senza attendere gli sfruttamenti successivi.

**So che lei è coinvolto nella campagna di comunicazione per il rilancio del cinema.**

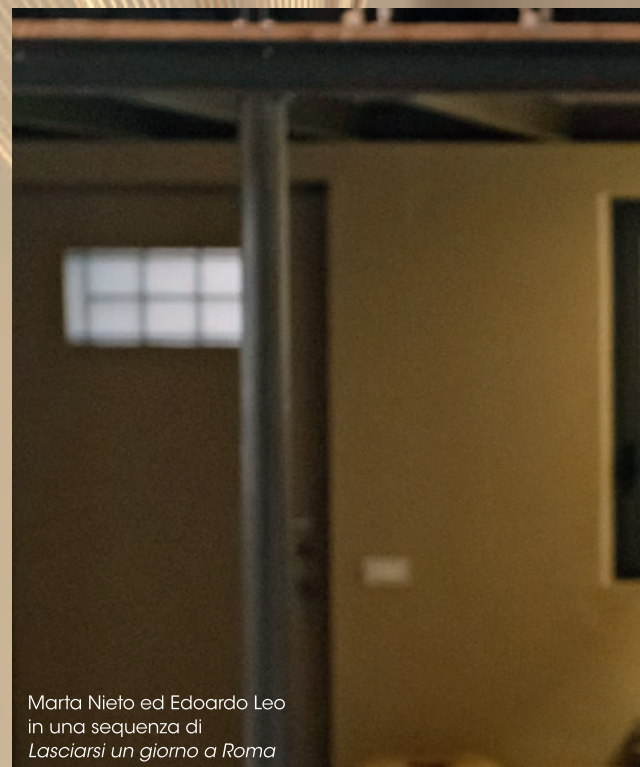
Sì, tutta l'industria sta costruendo una campagna per invogliare le persone a tornare in sala. Noi attori e registi dovremo metterci in gioco personalmente su questo fronte. Inoltre, in futuro dovremo sfruttare queste campagne di comunicazione per allungare la stagione, che ormai si limita a otto mesi all'anno, e investire questo trend. Vanno instillate nuove abitudini nello spettatore e serviranno film importanti posizionati nei mesi più deboli come giugno e luglio.

**Lei uscirebbe con un suo film in estate?**

Se mi venisse garantita una campagna marketing adeguata e una tenuta più lunga, uscirei con un mio film, magari andando anche a promuoverlo in prima persona in diversi cinema in tutta Italia. Si dovrebbe poi investire di più sulle aeree che offrono le prime visioni (non solo rassegne), aumentandone il numero.

**Qual è la sfida maggiore del cinema in questa fase di ripartenza?**

Far percepire la sala come una forma di intrattenimento necessaria, senza influire sulla leva del prezzo. Come è normale spendere 8 euro per un cocktail, dovrebbe esserlo anche acquistare un biglietto



Marta Nieto ed Edoardo Leo in una sequenza di *Lasciarsi un giorno a Roma*





Edoardo Leo dietro la cinepresa mentre dirige *Non sono quello che sono*

del cinema allo stesso prezzo. Non è un problema di spesa, bensì di abitudine. Allo stesso tempo, però, andrebbero fatte iniziative più incisive per le famiglie, che sono la categoria con minor potere di acquisto. Sui giovani, invece, bisognerebbe investire in attività di comunicazione per far avvertire la sala come un'esperienza cool e all'avanguardia.

### Come giudica lo stato della commedia cinematografica in Italia?



Sono sempre stato un grande appassionato della commedia italiana, ma è difficile dare un giudizio netto. È molto soggettivo e a volte basta un solo grande film per salvare un'intera stagione di titoli mediocri. Ma certamente negli anni si è alzato molto il livello delle storie e della confezione artistica. In questo senso autori come Virzì, Genovese e Özpetek hanno dato il contributo maggiore.

### Quali sono i criteri con cui seleziona i progetti da regista o da attore?

Scelgo film che, da spettatore, vorrei vedere al cinema. Poi cerco di non ripetermi mai, di spostare l'asticella sempre più in alto. Se da una parte, infatti, il pubblico si aspetta storie in linea con i suoi gusti e con le sue aspettative, dall'altra a volte viene piacevolmente sorpreso da titoli che si trasformano in fenomeni o cult. Basti pensare al successo di *Perfetti sconosciuti* e della trilogia di *Smetto quando voglio*. Per questo, anche se ho sempre amato le commedie, recentemente mi sono messo alla prova anche con titoli più drammatici come *18 regali* di Francesco Amato e *La Dea fortuna* di Özpetek. Poi nell'ultimo anno ho realizzato due film da regista: *Lasciarsi un giorno a Roma*, sulla fine delle relazioni di lungo corso, e il violento *Non sono quello che sono*.

### Sono in arrivo in sala diversi film che la vedono in veste di regista e/o di attore. Ci può raccontare qualcosa?

Tengo molto al docufilm *Power of Rome* di Giovanni Troilo, un avventuroso viaggio tra gli imperatori dell'antica Roma; sarà un film estremamente visionario e ricco di effetti speciali, prodotto da Italian International Film, Sky e Vision Distribution.

Tra gli altri film terminati ricordo il sequel *Non ci resta che il crimine* di Massimiliano Bruno e *Lasciarsi un giorno a Roma*, che dovrebbe uscire in autunno. *Non sono quello che sono* lo descriverei come il film più autoriale della mia carriera e la sua uscita in sala dipenderà dal passaggio a un festival internazionale. Da tre anni sono poi al lavoro su un documentario su Gigi Proietti, da me diretto e prodotto, di cui sto tirando le ultime fila. Sono in una fase della vita in cui apprezzo l'idea di produrre film e mi piacerebbe lanciare anche qualche giovane talento accompagnandolo nel suo percorso di crescita.

### Si concepisce più sceneggiatore, attore, o regista?

Mi definisco da sempre un attore che dirige film, anche perché non ho mai smesso di recitare a teatro.

### Il film più amato e quello che l'ha ispirato maggiormente?

*C'eravamo tanto amanti* di Ettore Scola.

### Quello della sua carriera a cui è più legato?

Il mio esordio alla regia, *18 anni dopo*.

### Nel corso della sua carriera ha lavorato con grandi registi. Con chi le piacerebbe recitare?

Sono stato fortunato, perché ho lavorato con i registi che ammiro di più. Ma tra gli autori italiani, mi piacerebbe recitare per Paolo Virzì.

### Il suo sogno nel cassetto?

È un cassetto bello pieno e ci vorrà tempo per dare vita a tutti i progetti. Intanto mi auguro che i miei prossimi due film da regista ricevano l'attenzione che meritano dal pubblico.



© Getty Images (1), Andreea Micconi (2), Andreea Pirrallo (1)

John Belushi  
e Dan Aykroyd  
insieme a Chicago  
per promuovere  
*The Blues Brothers* (1980)



© Gettyimages



thewashingmachine.it

## UNO SPETTACOLO DI TARGET.

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

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

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



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

NON CI SONO PIÙ REGOLE



LA  
**NOTTE DEL GIUDIZIO**  
PER SEMPRE

DA GIOVEDÌ 8 LUGLIO  
#SOLOALCINEMA



lanottedelgiudizio-ilm.it lanottedelgiudizio #LaNotteDelGiudizio



# Italian Cinema

—BOXOFFICE— www.e-duesse.it

*SET*  
*Italian productions*  
*in development*

**SET**  
Le produzioni italiane  
in sviluppo

**Cristina Priarone**

## A REFERENCE POINT FOR AUDIOVISUAL

The President of Italian Film Commissions reflects on her first eighteen months leading the national association, and talks about funds, regional assistance, attracting national and international productions, the relaunch of cinemagoing and the return of shooting on set

**Cristina Priarone**

## UN RIFERIMENTO PER L'AUDIOVISIVO

La presidente di Italian Film Commissions fa un bilancio di questo primo anno e mezzo alla guida dell'associazione nazionale, tra fondi, sostegni regionali, attrazione di produzioni nazionali e internazionali, rilancio del cinema e ripartenza dei set

**REPORTAGE**  
*Costumes made*  
*by Sartoria Tirelli*

**REPORTAGE**  
I costumi  
della Sartoria Tirelli

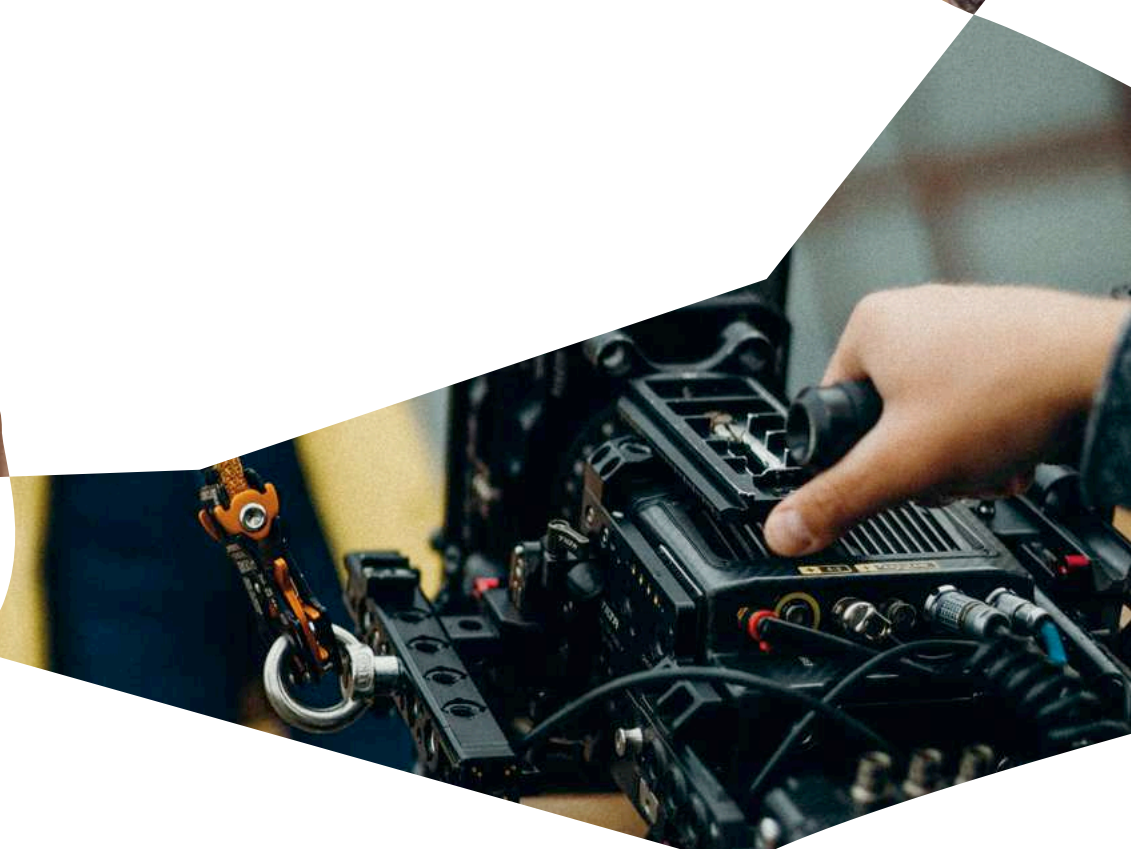
# Audio-Visual Producers Summit 2021

## Matera 7-10 July

**Creativity** and **business** in a networking event, **conference** and awards in Matera, designed to discover upcoming trends, **new opportunities** and partnerships for those creating, financing, producing, distributing and broadcasting, in the **global scripted space**.

get in touch to know more about the event:  
[info@avpsummit.it](mailto:info@avpsummit.it)

[apaonline.it](http://apaonline.it)    [lucanafilmmcommission.it](http://lucanafilmmcommission.it)



## AVPSummit Matera 2021

Organized by      For      In Association with      Supported by





© Courtesy of Italian Film Commissions

## ItalianCinema

Anno XXV N. 9/10  
del 15/30 giugno 2021

Supplemento al numero di Box Office n. 9/10 del 15/30 giugno 2021

**Direttore responsabile** Vito Sinopoli  
**Responsabile di redazione** Paolo Sinopoli  
**Redazione** Valentina Tortaschi  
**Hanno collaborato** Ilaria Ravarino  
**Grafica e fotolito** Emmegi Group Milano  
**Coordinamento tecnico** Paola Lorusso  
plorusso@e-duesse.it  
**Traffico** Elisabetta Pifferi  
elisabetta.pifferi@e-duesse.it  
**Traduzioni** AMROS Media Solutions

Informativa resa ai sensi degli articoli 13 - 14  
Regolamento UE 2016 / 679 GDPR  
(General Data Protection Regulation)

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

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

**Stampa** 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 COMMUNICATIONS S.r.l.**  
Viale Giulio Richard, 1 - Torre A - 20143 Milano  
Tel. 02.277961 - Fax 02.27796300

Questo numero di *Italian Cinema* è stato chiuso in redazione il 4 giugno 2021

L'ENERGIA ELETTRICA NECESSARIA PER LA STAMPA DI QUESTO VOLUME È STATA PRODOTTA DA UN IMPIANTO FOTOVOLTAICO

**ANES** ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA DI SETTORE

SCOPRI COME ABBONARSI A BOX OFFICE



Scopri tutte le offerte di abbonamento su:  
<http://abbonamenti.e-duesse.it/>  
servizioabbonamenti@e-duesse.it  
Tel. 02/277961



### 06 Cover Story

#### A REFERENCE POINT FOR AUDIOVISUAL

Cristina Priarone, President of Italian Film Commissions, reflects on her first eighteen months at the association's helm, discussing funding, the relaunch of cinemagoing and the return to shooting on set

#### UN RIFERIMENTO PER L'AUDIOVISIVO

Cristina Priarone, presidente di Italian Film Commissions, fa un bilancio di questo primo anno e mezzo alla guida dell'associazione, tra fondi, rilancio del cinema e ripartenza dei set

### 14 Focus

#### FORTHCOMING PRODUCTIONS WITH AN INTERNATIONAL FLAVOUR

A look at 10 Italian productions being developed that have appeal for foreign markets too

#### PRODUZIONI IN CANTIERE DAL SAPORE INTERNAZIONALE

Uno sguardo a dieci produzioni italiane in sviluppo appetibili anche per i mercati esteri



## 22 Set

### ITALY FOR MOVIES: YOUR GUIDE TO THE BEST LOCATIONS

A portal, managed by the Istituto Luce Cinecittà, to unearth locations and funding opportunities in Italy

### ITALY FOR MOVIES: LA GUIDA PER LE MIGLIORI LOCATION

Un portale, gestito da Istituto Luce Cinecittà, per scovare location e opportunità di finanziamento in Italia

## 24 Film Commission

### ROMA LAZIO FILM COMMISSION'S WIDE HORIZONS

A look at the organisation involved in international deals, discovering new locations and promoting environmental sustainability

### I VASTI ORIZZONTI DI ROMA LAZIO FILM COMMISSION

Uno sguardo all'organizzazione tra accordi internazionali, ricerca di nuove location e sostenibilità ecologica

## 26 Cannes

### MORETTI'S BLOCK

Three Floors has been chosen to run in the main competition at the Cannes Film Festival

### IL PALAZZO DI MORETTI

Tre piani è stato selezionato in Concorso alla 74ª edizione del Festival di Cannes

## 28 Costumi

### CINEMA WEARS TIRELLI

A journey through Italy's most prestigious costume house for theatre, opera and film

### IL CINEMA VESTE TIRELLI

Un viaggio nella più prestigiosa sartoria dello spettacolo e del cinema in Italia

# Matera hosts the first Audio-Visual Producers Summit

Over four days this summer, Matera will be the capital of worldwide audiovisual production. From July 7 – 10, the city will host the first edition of the Audio-Visual Producers Summit, a key new event for the Italian and international AV industry. There will be a series of meetings with leading exponents in the industry, with a specific focus on TV series and TV movies productions, digital platforms and on global market scripted productions. Panel discussions include one on Diverse Storytelling, reflecting on how to

make stories more inclusive, with speakers such as producer Janet Yang, one of The Hollywood Reporter's 50 "Most Powerful Women in Hollywood". There is also a conference on "Production Goes Green", presenting the Green Production Guide (GPG) from the Producers Guild of America (PGA), an important tool to promote sustainable production, with a strong message about climate change also through storytelling. There will be interventions from two of the co-founders of the PGA's Green Task Force: Katie Carpenter and Lydia Dean Pilcher.



Audio-Visual  
Producers  
Summit 2021

Matera 7-10 Luglio



## A Matera il primo Audio-Visual Producers Summit

Per 4 giorni Matera diventerà la capitale della produzione audiovisiva mondiale. Dal 10 al 7 luglio, la città ospiterà infatti la prima edizione dell'Audio-Visual Producers Summit, nuovo evento di punta dell'industria audiovisiva italiana e internazionale. In programma, una serie di incontri con esponenti di primo piano del settore, incentrati sulla realizzazione di serie e film per la Tv, le piattaforme digitali e per il mercato globale della produzione scripted. Tra i panel in calendario, quello sul Diverse Storytelling dove si rifletterà sulle possibilità di una

narrazione più inclusiva; tra i relatori, la produttrice Janet Yang, nominata da The Hollywood reporter tra le 50 "Most Powerful Women in Hollywood". Inoltre anche la conferenza "Production Goes Green", che presenterà la Green Production Guide (GPG) di PGA, il principale strumento progettato per promuovere pratiche di produzione sostenibili e un forte messaggio sul clima anche attraverso lo storytelling. Interverranno due delle co-fondatrici della Green Task Force di PGA: Katie Carpenter e Lydia Dean Pilcher.





FESTIVAL DE CANNES  
COMPÉTITION  
SÉLECTION OFFICIELLE 2021

NANNI MORETTI DOMENICO PROCACCI RAI CINEMA  
PRESENTANO

MARGHERITA BUY  
RICCARDO SCAMARCIO  
ALBA ROHRWACHER  
ADRIANO GIANNINI  
ELENA LIETTI  
ALESSANDRO SPERDUTI  
DENISE TANTUCCI  
NANNI MORETTI

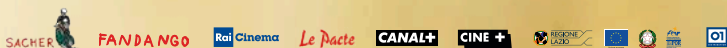
UN FILM DI  
**NANNI MORETTI**



SOGGETTO E SCENEGGIATURA  
**NANNI MORETTI FEDERICA PONTREMOLI VALIA SANTELLA**  
DAL ROMANZO DI **ESHKOL NEVO**  
"TRE PIANI" NERI POZZA EDITORE  
AIUTO REGISTA **CIRO SCOGNAMIGLIO**  
ORGANIZZATORE GENERALE **LUIGI LAGRASTA**  
SUONO IN PRESA DIRETTA **ALESSANDRO ZANON**  
COSTUMI **VALENTINA TAVIANI**  
SCENOGRAFIA **PAOLA BIZZARRI**  
MONTAGGI **CLELIO BENEVENTO**  
MUSICA **FRANCO PIERSANTI**  
FOTOGRAFIA **MICHELE D'ATTANASIO**  
UNA COPRODUZIONE **SACHER FILM - FANDANGO**  
CON **RAI CINEMA (ITALIA)**  
**LE PACTE - FRANCE 3 CINEMA (FRANCIA)**  
CON LA PARTECIPAZIONE DI  
**CANAL+ CINE+ FRANCE TELEVISION**  
REALIZZATO CON IL SOSTEGNO DELLA  
**REGIONE LAZIO FONDO REGIONALE PER**  
IL CINEMA E L'AUDIOVISIVO  
PROGETTO COFINANZIATO DALL'**UNIONE EUROPEA**  
PRODOTTO DA  
**NANNI MORETTI E DOMENICO PROCACCI**  
REGIA **NANNI MORETTI**

# PIANI TER

DAL **23 SETTEMBRE** AL CINEMA



Cristina Priarone, President of  
Italian Film Commissions

Cristina Priarone, Presidente  
di Italian Film Commissions

# A REFERENCE POINT for AUDIOVISUAL

Cristina Priarone, President of Italian Film Commissions, reflects on her first eighteen months at the association's helm, with funds for attracting national and international productions, regional assistance, the relaunch of cinemagoing and the return of shooting on set

by Paolo Sinopoli

© Courtesy of Italian Film Commissions (7)

**I**talian Film Commissions (IFC) has now established itself as an indispensable reference point for national and international cinema and audiovisual productions. The association comprises 20 film commissions and offers a long list of services – such as access to local financial resources, location scouting and help with logistics – to incentivise investments in Italian territory. For the past eighteen months or so, IFC has been led by President Cristina Priarone, who brings her longstanding experience in the field working at the Roma Lazio Film Commission, of which she is still General Manager.

Some people are lucky enough to have a settling in period when they get a new job, but Cristina Priarone was immediately plunged into one of the most critical times facing Italy. In fact, she was appointed at the end of January 2020, shortly before the outbreak of the pandemic and the subsequent lockdowns that paralysed the entire country, starting with the film and audiovisual industry. «In this disturbing and entirely new scenario, I thought it was important for the association to offer useful support for the film commissions and regional territories in handling the crisis in the audiovisual industry», explains Cristina Priarone. «Thanks to IFC's coordination, valuable national guidelines for the sector were distributed →

## Un riferimento per l'audiovisivo

Cristina Priarone, presidente di Italian Film Commissions, fa un bilancio di questo primo anno e mezzo alla guida dell'associazione, tra fondi per attrarre produzioni nazionali e internazionali, sostegni regionali, rilancio del cinema e ripartenza dei set

di Paolo Sinopoli

Italian Film Commissions è ormai un riferimento imprescindibile per le produzioni nazionali e internazionali del cinema e dell'audiovisivo.

Composta da 20 film commission, l'associazione fornisce una lunga serie di servizi come l'accesso alle risorse finanziarie locali, la ricerca delle location e l'assistenza logistica, incentivando gli investimenti sul territorio italiano. A guidare IFC da oltre un anno e mezzo è la presidente Cristina Priarone, forte della lunga esperienza acquisita sul campo in Roma Lazio Film Commission, di cui è ancora direttore generale. Ma mentre ad alcuni è concesso un periodo di rodaggio, Cristina Priarone è stata immediatamente catapultata in uno dei momenti più critici del Bel Paese. La sua nomina, infatti, è giunta a

fine gennaio 2020, a breve distanza dallo scoppio della pandemia e dai conseguenti lockdown che hanno immobilizzato il Paese, a partire dall'industria cinematografica e audiovisiva. «In questo scenario sconvolgente e del tutto inedito, ho ritenuto importante che l'associazione fosse per le film commission e i territori regionali un supporto utile per la gestione dell'emergenza nel settore audiovisivo», spiega Cristina Priarone. «Tramite IFC, le preziose linee guida nazionali per il settore sono arrivate in modo coordinato sui territori regionali. Un'attività associativa efficace, a mio parere, porta avanti con uguale risonanza l'azione come player di settore e l'attenzione al singolo associato, comprende e accresce le specificità vincenti e nel contempo eleva la categoria di riferimento verso una crescita comune. La peculiare varietà regionale del nostro Paese lo rende unico, e lo rende anche di successo quando punti di forza specifici vengono portati a sistema in un'ottica di valorizzazione reciproca».

### **In che modo IFC ha fatto fronte a un anno così difficile, segnato da uno stop forzato del mondo del cinema?**

L'emergenza ha rafforzato la collaborazione dell'intero settore, in particolare per la realizzazione del Protocollo sanitario per la tutela dei lavoratori, che ha messo l'Italia in grado di essere tra i primi Paesi a far ripartire i set. Grazie al lavoro delle associazioni di categoria e ai sindacati, si è arrivati rapidamente alla stesura del Protocollo condiviso e sottoscritto anche da IFC, che



*Riserva Naturale Monte Navegna e Cervia, Varco Sabino*

# Cover Story

Calascio, Rocca (Aquila),  
Abruzzo

throughout the regional territories. I believe it is effective for the association to continue its actions as an industry player and at the same time pay attention to each individual member with equal measure, identifying and boosting their specific winning attributes, while at the same time, elevating the entire category and spurring on a common growth. Our country's distinctive regional variety makes it unique, and when all strengths of each region are brought together into a system, it helps stimulate reciprocal development».

**How has IFC handled such a tough year, where the world of cinema was forced to stop?**

The crisis has strengthened collaboration throughout the entire sector, especially on the drafting of the health protocol to protect [AV] workers, which meant Italy was one of the first countries ready to start shooting on set again. Thanks to the work of the industry associations and trade unions, we were able to devise a shared Protocol – that IFC has also signed – which has proved to be particularly effective for widespread actions on the ground. Indeed, one of the strengths of the film commissions is to react simultaneously on an international level and with local actions. From this perspective, IFC's initiative with Netflix is symbolic: an emergency measure for workers who had been badly affected during the first lockdown and the enforced shutdown of sets.

IFC also continued its promotion of Italy and

the industry online, at the Italian Pavilion at Cannes, in Mumbai during Ficci Frames, in the Usa at the American Film Market and in other international occasions to maintain contact with industry players and keep the strategic attention on our territories. Moreover, it promoted the various initiatives of the individual Film Commission association members, who organised online events such as masterclasses and webinars. The crisis brought to light the film commissions' flexibility, as they were able to be of service even during lockdown, as well as always keeping the door open for the creation and development of new projects.

**What are the main services IFC offers?**

IFC offers its associates coordination activities, which capitalise on the backbone of synergies with the institutions and national industry associations and those on a local level too. It develops institutional relations to carry out joint promotional activities, for example the work done in the 'Coordination of Film Commissions and Regions' forum at the General Directorate for Film within the Ministry of Culture. This includes various working groups on topics such as access to cultural heritage sites for AV productions, the harmonisation of regional funds, international promotion and image education. We provide our members with a constant stream of information on audiovisual subjects, such as European competition calls, international events and regulations, and we run training initiatives for members' staff. Finally, IFC has oversight on issues such as virtual sets, workplace gender balance and environmental sustainability.

Over the years, IFC has helped some regions to set up a film commission where one was lacking or needed support. For example, within the IFC membership in 2020,

we saw the Veneto Film Commission come into operation, the formalisation of the Emilia-Romagna Film Commission's association involvement, the evolution of Umbria Film Commission into a Foundation and Film Commission d'Abruzzo joining us for the first time. And as for Molise, we're hoping it will soon have a new associated structure, so we can complete the national landscape of the Film Commissions.

**Can we say that national production is back working at full capacity today?**

As soon as it was possible to return to work, also thanks to the adoption of the health protocols, productions went back on set to finish projects that had been interrupted and to start up productions born from the boom in demand for AV content and requests from both traditional broadcasters and from the OTTs. There is a significant amount of production going on, which we as Film Commissions deal with directly, in the requests for assistance and the professionals who come here to shoot.

**Was the support fund of one million euros made available by Netflix and managed by IFC a success? How was the money distributed?**

The IFC Netflix fund of one million euros for crews quickly distributed a contribution of 800 euros to more than 1,100 industry professionals across the whole of Italy. It was an excellent collaboration, where IFC and Netflix worked reciprocally, combining local and international requests, local procedures and the organisational approach of a major market player, in the common effort to react quickly, transparently and effectively to help the workers.

**What new steps have been taken to make Italian territory even more at-** →

si è dimostrata particolarmente efficace per azioni capillari sul territorio. Uno dei punti di forza delle film commission, infatti, è l'agire contemporaneamente su coordinate di grande respiro internazionale e su linee d'azione locali. Emblematica, da questo punto di vista, è stata l'iniziativa di IFC con Netflix, una misura emergenziale per i lavoratori che hanno risentito fortemente del primo lockdown e della chiusura dei set. IFC ha inoltre continuato online l'azione di promozione del Paese e del settore, nell'ambito dell'Italian Pavilion a Cannes, a Mumbai durante Ficci Frames, negli Usa all'American Film Market e in altre occasioni internazionali, per mantenere il contatto con gli operatori e l'attenzione strategica verso i nostri territori. Inoltre, ha promosso le varie iniziative delle singole film commission associate, che hanno realizzato eventi online come masterclass e webinar. Il periodo d'emergenza ha messo in luce la flessibilità delle film commission per mantenersi anche in lockdown al servizio dei propri interlocutori, oltre a mantenere sempre aperta la porta della creazione e dello sviluppo di nuovi progetti.

**Quali sono i servizi principali forniti da IFC?**

IFC offre attività di coordinamento per gli associati, capitalizzando anche a livello locale il patrimonio dell'azione sinergica con le istituzioni e le associazioni nazionali di settore. Sviluppa relazioni istituzionali per realizzare attività di promozione congiunta, specie in contesti internazionali. Agisce come leva per percorsi di sviluppo, come per esempio il lavoro svolto nel "Coordinamento Film Commission e Regioni" presso la DG Cinema del MIC. In tale ambito sono attivi gruppi di lavoro su temi come l'accesso ai Beni Culturali per le produzioni audiovisive, l'armonizzazione dei fondi regionali, la promozione internazionale e l'educazione all'immagine. Offre un flusso costante di informazione ai soci sui temi dell'audiovisivo, come bandi europei, eventi internazionali e normative, e dà vita a iniziative

di training per il personale delle strutture associate. Infine, IFC presidia temi come i virtual set, il gender balance in ambito lavorativo e la sostenibilità ambientale. Negli anni IFC ha accompagnato alcune Regioni verso la realizzazione di una film commission dove mancava, o dove andava sostenuta. Il 2020, ad esempio, ha visto all'interno di IFC l'entrata operativa di Veneto Film Commission, la formalizzazione dell'adesione della Emilia-Romagna Film Commission, la realizzazione in Fondazione della struttura Umbria Film Commission e il nuovo ingresso associativo della Film Commission d'Abruzzo. Anche rispetto al Molise ci auguriamo che a breve si possa avere una nuova struttura associata, per completare il quadro nazionale delle Film Commission.

**Possiamo dire che oggi la situazione produttiva nazionale sia tornata a pieno regime?**

Appena è stato possibile riprendere le lavorazioni, anche grazie all'adozione dei protocolli sanitari, le produzioni sono tornate sui set per terminare i progetti interrotti e per avviare le produzioni richieste dall'incrementata offerta di prodotti audiovisivi, sia da parte dei broadcaster tradizionali che dagli OTT. Vi è una dimensione produttiva importante in corso, che come film commission tocchiamo direttamente nelle richieste di assistenza e di professionisti che ci giungono.

**Ha avuto successo il fondo di sostegno di un milione di euro messo a disposizione da Netflix e gestito da IFC? In che modo è stato ripartito?**

Il fondo IFC Netflix per le troupe da un milione di euro, messo a disposizione da Netflix e gestito da IFC, ha erogato in poco tempo un contributo di 800 euro a oltre 1.100 maestranze del settore su tutto il territorio italiano. È stata un'ottima collaborazione in cui IFC e Netflix hanno reciprocamente saputo coniugare istanze locali e internazionali, procedure di strutture locali e approccio organizzativo di un grande player di mercato, nello sforzo comune di agire con rapidità, trasparenza ed efficacia per dare aiuto ai lavoratori.

tractive for international productions?

As national coordinator, we work for the constant, widespread promotion of Italian audiovisual funds and Italy's locations. We have created a constant dialogue with the professionals of reference and international institutions to promote Italy and its industry in continuous actions, as well as conducting promotional initiatives for the industry itself. We are following a strategy that integrates the classic side of a promotional "event" while also building constant collaborations and international exchanges, especially in the realm of co-productions.

What's more, we have spent a lot of time and energy on the huge work to revise the procedures for calculating the tariffs for using Italian cultural heritage works and sites for filming, in collaboration with the Director of the General Directorate for Film at the ministry, Nicola Borrelli and with the General Directorate for Museums, Massimo Osanna. The goal is to make cultural heritage sites and works more accessible, with simplified tariffs and clear response timetables, in line with the best international standards. It also aims to promote sites and cultural heritage works that are less familiar to the general public, offering unusual settings for national and international productions.

On that subject, it is important to mention the Italy for Movies portal, made by the General Directorate for Film and IFC, in partnership with Istituto Luce Cinecittà. It promotes a renewed selection of Italy's artistic and cultural locations as well as information on the audiovisual funds available on the ground. The aim is to flaunt Italy's many beauties, from its well-known classics to its lesser-known gems.

**Apart from film festivals, how does IFC build links with other countries? Do you collaborate with the trade body ICE or other institutions?**

Festivals, markets and fairs are the appointed places where we conduct promotion and develop the relationships necessary to create projects with added value for the territories. Above all, our participation in the Italian Pavilion is a significant opportunity for IFC to develop a systemic approach, which is even more important now because of the pandemic, and it has become a permanent

*Gola del Furlo,  
Pesaro-Urbino, Marche*

platform where we can continue the promotional work we do on site, during the festivals. It is important to thank Cinecittà Luce for this opportunity.

IFC has been working with the Italian Trade Agency ICE for years now, involved in numerous initiatives to support the internationalisation of companies in the industry and to increase the spread of AV products emanating from the territories. We recently started working with the National Tourism Agency (ENIT) on joint promotional activities for the international sector, on subjects linked to beauty, territory and audiovisual activities in the Italian regions.

In addition, we have started a collaboration with the international European Producers Club association to arrange meetings with international producers to discuss co-productions, which are attracted by the many regional incentives available. And then we are planning industry activities with the Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation, in collaboration with Italian AV industry bodies, ANICA and APA.

#### **What are the biggest problems currently facing the Italian film commissions?**

They suffer when regional policies don't give them stability and solidity over time, thus hampering their ability to plan wide-ranging actions, also on the international scene. The film commissions react "externally" by projecting their territory, its resources and its talents in a wider international dimension, whereas "internally" they attract productions and investments. To be successful in this role they need to be supported and given stability and tools to use.

#### **What other support measures could the regions and the government make available for the FCs?**

Many regions have made great efforts to provide audiovisual funds. Now it is important to think of tools that act to support creativity, professional training and environmental sustainability, to think of the industry's future and the development of new entrepreneurial and creative players. Without forgetting the importance of creating ad hoc tools for activities in the small Italian villages, in terms of audiovisual cultural activities, training and business development. →

#### **Quali passi avanti sono stati fatti per rendere più attrattivo il territorio italiano per le produzioni internazionali?**

Come coordinamento nazionale lavoriamo per la promozione costante e capillare dei fondi italiani per l'audiovisivo e delle location italiane, abbiamo reso assiduo il dialogo con referenti professionali e istituzionali internazionali per promuovere il territorio italiano e la sua industria in azioni costanti, oltre alle iniziative promozionali di settore. Stiamo seguendo una logica che integri la dimensione classica dell'"evento" promozionale con la costruzione di modalità di collaborazione e confronto internazionale costanti, nella dimensione coproduttiva in particolare. Abbiamo inoltre dedicato molte energie al grandissimo lavoro realizzato in collaborazione con il direttore Nicola Borrelli della DG Cinema del MiC e con il direttore Massimo Osanna della DG Musei, per la revisione dei protocolli per il calcolo delle tariffe di concessione dei Beni culturali italiani per le riprese. Un lavoro che vuole rendere più accessibili i Beni culturali secondo coordinate di semplificazione delle tariffe e di tempistica certa, in accordo con i migliori standard internazionali, e che mira inoltre alla promozione di siti e Beni meno noti al grande pubblico, per offrire ambientazioni inconsuete alle produzioni nazionali e internazionali. A questo proposito è importante segnalare il portale Italy for Movies, realizzato da DG Cinema del MiC e IFC, in collaborazione con Istituto Luce Cinecittà, che promuove un'offerta rinnovata del patrimonio artistico e culturale, in sinergia con i fondi per l'audiovisivo disponibili sui territori, alla scoperta delle bellezze italiane dalle più classiche alle meno conosciute.

#### **Oltre ai festival cinematografici, in che modo IFC coltiva legami con i Paesi esteri? Collaborate con l'ICE o altre istituzioni?**

I festival, i mercati e le fiere di settore sono i luoghi deputati, oltre che alla promozione, anche allo sviluppo delle relazioni necessarie a creare progetti di valore aggiunto per i

territori. Innanzitutto la partecipazione all'Italian Pavilion costituisce un'opportunità di sistema di rilevanza per IFC che si è strutturata sempre più ora che, anche a causa della pandemia, è diventata una piattaforma permanente che permette di continuare il lavoro di promozione che si realizza in loco, durante i festival. È importante ringraziare Cinecittà Luce per questa opportunità.

Con ICE - Italian Trade Agency, già da anni IFC partecipa a numerose iniziative rivolte a sostenere l'internazionalizzazione delle aziende del settore e ad incrementare la diffusione dei prodotti audiovisivi che nascono sui territori. Con ENIT Agenzia Nazionale del Turismo è nata una recente collaborazione per realizzare attività di promozione congiunte rivolte al settore internazionale, sui temi legati a bellezza, territorio, e audiovisivo nelle regioni italiane. Con l'Associazione internazionale EPC European Producer's Club è stato avviato un percorso di collaborazione per far incontrare produttori internazionali su progetti di coproduzione, attratti dai numerosi incentivi regionali disponibili. È inoltre attiva la programmazione di attività per il settore con MAECI, in collaborazione con Anica e Apa.

#### **Quali sono attualmente le criticità maggiori per le film commission italiane?**

Queste soffrono quando le politiche regionali non offrono loro stabilità e solidità nel tempo, impedendo così di programmare azioni di ampio respiro anche sullo scenario estero. Le film commission agiscono "in uscita" proiettando il proprio territorio, le sue risorse e i suoi talenti in una più ampia dimensione internazionale, e "in entrata" attraendo produzioni e investimenti. Per giocare con successo questo ruolo è importante sostenerle e dotarle di stabilità e strumenti.

#### **Quali altre misure di sostegno le Regioni e il Governo potrebbero mettere a disposizione delle FC?**

Molte Regioni hanno fatto un grande cammino nel mettere a disposizione fondi per l'audiovisivo. Ora è

# Cover Story

Capri, Campania

**There is an increasing demand for green film sets, with protocols that respect the environment. Are the services offered by the regions in step with this trend?**

Every manufacturing and economic industry must play its part in developing and implementing sustainable processes and products. And so, the audiovisual sector must also review its own impact on the environment. Regional AV policies must support this process of change. Many regions, such as Trentino and Sardinia, have been working on these aspects for some time, with excellent results and also producing many best practices.

Camogli (Genova), Liguria



**Are there any film commissions that have not yet joined IFC?**

I'll take advantage of this question to clarify that, as set out in the Cinema Law, "the film commissions are structures of the regions or the autonomous regions" with the aim to promote the territory and stimulate the growth of the industry. At the moment, all the film commissions in the regions and autonomous provinces have signed up to IFC, and we hope to welcome Molise soon to complete the national panorama.

**How has this year been for the Roma Lazio Film Commission?**

Roma Lazio FC constantly promotes the region and its resources, always



working to develop a recognised international dimension. Thanks to steady contacts with professionals abroad, the presence on international boards, the organisation of many co-production meetings and creating foreign partnerships we have built up an important pool of international opportunities to be exploited by the territory and the sector.

The Lazio regional authority, and its President Nicola Zingaretti, capitalised on this heritage by creating Lazio Cinema International, an ad-hoc fund for co-productions, which proved to be very useful in the crisis, when the promotion of the territory never stopped

importante pensare a strumenti che agiscano a sostegno della creatività, della formazione professionale e della sostenibilità ambientale, per pensare anche al futuro del settore e alla crescita di nuovi player imprenditoriali e creativi. Senza dimenticare l'importanza di dare vita a strumenti ad hoc per azioni sui piccoli borghi italiani, in termini di attività culturali audiovisive, formative e di sviluppo imprenditoriale.


**È in crescita la domanda di "set green", con protocolli che rispettino**

Approfitto di questa domanda per chiarire che, come indicato nella Legge Cinema, "le film commission sono strutture di rilevanza regionale, o delle province autonome" con lo scopo di promuovere il territorio e incentivare la crescita del settore. Al momento le Film Commission regionali e delle Province Autonome esistenti sono tutte associate ad IFC, auspichiamo di poter accogliere anche il Molise per completare il panorama nazionale.

#### **Che bilancio fate di Roma Lazio Film Commission in questo anno?**

Roma Lazio FC promuove costantemente il territorio della regione e le sue risorse, lavorando sempre per lo sviluppo di una riconosciuta dimensione internazionale. Un contatto assiduo con i professionisti esteri, la presenza in board internazionali, la realizzazione di molti incontri di coproduzione e di attività in partnership estere hanno costruito un importante patrimonio di opportunità internazionali a disposizione del territorio e del settore. Questo patrimonio è stato capitalizzato dalla Regione Lazio con il presidente Nicola Zingaretti attraverso la creazione di Lazio Cinema International, fondo ad hoc sulla coproduzione, che si è rivelato anche molto utile nell'emergenza dove, grazie ai contatti con gli operatori internazionali, la promozione del territorio non si è mai fermata. È stato un anno impegnativo per tutti, ma come film commission della regione capitale siamo stati chiamati a un maggiore carico operativo per dare risposte al settore nella fase di emergenza. La nostra attività con la presidenza di Luciano Sovena, si sviluppa su molte e diversificate linee di assistenza: dalla fase di ricerca coproduttori e di sviluppo dei progetti a quella di ricerca location e facilitazioni, a quella in fase di set, anteprima e promozione. Inoltre siamo attivi per la formazione del settore e per il sostegno e lo stimolo di attività culturali audiovisive sul territorio regionale, che assumono particolare valore dove vi è carenza di sale cinematografiche.



thanks to our contacts with international operators. It was a tough year for everyone, but as the film commission of the capital region, we had to deal with an increased workload to give answers to the industry during the emergency. Our activities under the presidency of Luciano Sovena covered many different lines of support: from searching for co-producers and the development of projects to scouting for locations and facilities, to assistance on set, the premiere and promotion. In addition, we are active in industry training and support, and we encourage audiovisual cultural activities in the regions, which are of particular value in places without any cinemas. 

#### **l'ambiente. I servizi che offrono le regioni sono al passo coi tempi?**

Ogni settore produttivo ed economico deve fare la propria parte verso la realizzazione di processi e prodotti sostenibili. Anche per l'audiovisivo è necessario rimodulare il proprio impatto sull'ambiente. Le politiche regionali per l'audiovisivo devono sostenere questo processo di cambiamento. Molte regioni, come Trentino e Sardegna, lavorano da tempo su questi aspetti con ottimi risultati anche in termini di best practice.

#### **Ci sono film commission non ancora associate a IFC?**

# FORTHCOMING productions with an INTERNATIONAL flavour

There are genre films, cinecomics and biopics, blockbuster war and historical stories, arthouse films delving into the history of Italy and mysteries of the soul and of faith. These are titles from a film industry that is mature, solid and ready for global challenges. A look at ten Italian productions with international appeal that will get everyone talking next season

by Ilaria Ravarino

## PRODUZIONI IN CANTIERE DAL SAPORE INTERNAZIONALE

Sono film di genere, cinecomic e biopic, kolossal bellici e storici, opere d'autore che indagano la storia d'Italia e i misteri dell'anima e della fede, titoli che raccontano di un'industria cinematografica matura, solida e pronta alla sfida oltreconfine. In sviluppo dieci produzioni italiane di respiro internazionale che la prossima stagione faranno parlare di sé

di Ilaria Ravarino

# DIABOLIK 2 E 3

© 01 Distribution



*The big screen adventures of the masked thief are being turned into a film franchise. Created in 1962 from the pens and the imaginations of sisters Angela and Luciana Giussani, the graphic novels were first brought to cinemas by Mario Bava in 1968. Now there are plans for two new chapters to follow the first Diabolik, coming out in Italy on December 16, to form a trilogy. Filming on Diabolik 2 and 3 is scheduled for October 2021, once again directed by the brothers Marco and Antonio Manetti.*

**STRENGTHS:** With two sequels planned, *Diabolik* is an Italian cinecomic with international ambitions. The character's charisma and the expert direction from the masters of Italian genre moviemaking, add extra weight to the project.

**Director/Regia:**

Marco Manetti, Antonio Manetti

**Cast:** Luca Marinelli

**Screenwriters/Sceneggiatura:**

Marco Manetti, Antonio Manetti

**Production/Produzione:**

Mompracem, Rai Cinema

*Le avventure su grande schermo del ladro mascherato, nato nel 1962 dalla penna e dalla fantasia delle sorelle Angela e Luciana Giussani, e portato la prima volta al cinema già nel 1968 da Mario Bava, diventano un franchise cinematografico, con la messa in cantiere di due nuovi capitoli - dopo il primo Diabolik, in uscita in Italia il prossimo 16 dicembre 2021 - a comporre una trilogia. Le riprese di Diabolik 2 e 3 sono previste per il mese di ottobre 2021, sempre per la regia dei fratelli Marco e Antonio Manetti.*

**PUNTI DI FORZA:** Con due sequel in cantiere, *Diabolik* si presenta come un cinecomic italiano con ambizioni internazionali. Il carisma del personaggio, e la sapiente regia dei maestri del genere italiano, soffiando sulle vele del progetto.

# L'IMMENSITÀ

© Getty Images



*The story of a society captured at a time of change, namely Italy in the 1970s, seen through an intimate portrait of a family. This is the story of a symbiotic love, between Clara and her children, a world suspended between neighbourhoods in construction and TV shows still in black and white, new social achievements and old family models. A journey along the cusp between modernity and preservation, tradition and innovation, told with a sure hand and a sensitive approach.*

**STRENGTHS:** Emanuele Crialese returns to directing nine years after *Terraferma*, winner of the Jury Prize at Venice; plus the star power of Penelope Cruz, back working in Italy after *Twice Born*.

**Director/Regia:** Emanuele Crialese

**Cast:** Penelope Cruz

**Production/Produzione:**

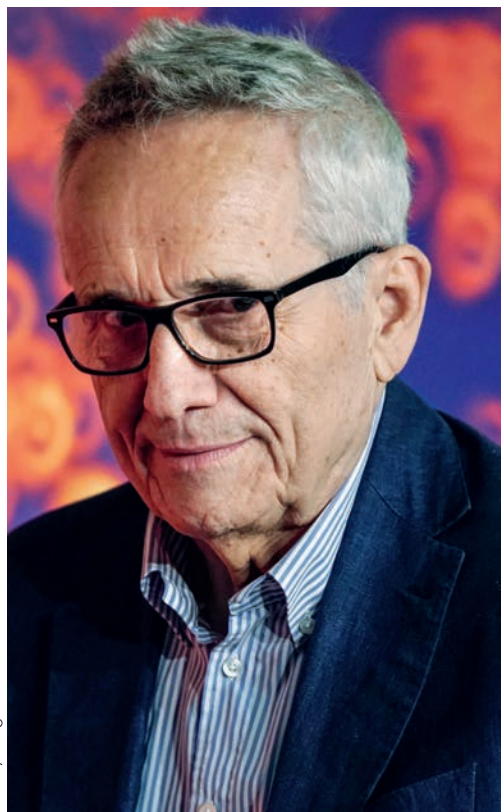
Wildside, Warner Bros Ent. Italia, Canal Plus, France 3

**Foreign sales/Venditore estero:** Pathé International

*Il racconto di una società, quella italiana degli anni '70, colta in un momento di svolta attraverso il ritratto intimo di una famiglia. La storia è quella di un amore simbiotico: quello tra Clara e i suoi figli, in un mondo sospeso tra quartieri in costruzione e televisioni in bianco e nero, nuove conquiste sociali e vecchi modelli di famiglia. Un viaggio in bilico tra modernità e conservazione, tradizione e innovazione, raccontato con mano sicura e sguardo sensibile.*

**PUNTI DI FORZA:** Emanuele Crialese alla regia a nove anni da *Terraferma*, premio della giuria a Venezia; lo star power di Penelope Cruz, di nuovo in Italia dopo *Venuto al mondo*.

# LA CONVERSIONE



© Getty Images

*The plot unfolds around a true story of young Edgardo Mortara, a Jewish boy from Bologna who was taken from his birth family, baptised and raised as a Catholic under the custody of Pope Pius IX. The case turned into a political battle between the papacy and Italian democracy. Bellocchio is interested in the mystery of conversion, told from the viewpoint of an artist who is agnostic. Shooting on the film, which starts from the kidnapping of the child and continues until the capture of Rome, is due to start in spring 2022.*

**STRENGTHS:** Bellocchio returns to a favourite theme, the conflict between religion and power, daring to go where Spielberg failed, after announcing a similar project in 2014.

**Director/Regia:**

Marco Bellocchio

**Screenwriters/Sceneggiatura:**

Stefano Massimi, Susanna Nicchiarelli

**Production/Produzione:**

IBC Movie, Kavac Film con Rai Cinema

*Il racconto si snoda intorno alla storia vera del piccolo Edgardo Mortara, un bambino ebreo di Bologna che nel 1858 fu allontanato dalla sua famiglia di origine, battezzato e allevato da cattolico sotto la custodia di Papa Pio IX. Il caso si trasformò in una battaglia politica che oppose il papato alla democrazia italiana. A interessare Bellocchio è il mistero della conversione, raccontato con l'approccio di un artista agnostico: le riprese del film, che partirà dal rapimento del bambino fino al racconto della presa di Porta Pia, inizieranno nella primavera 2022.*

**PUNTI DI FORZA:** Bellocchio torna a trattare un tema a lui caro, il conflitto tra religione e potere, osando dove Spielberg, che aveva annunciato un progetto analogo nel 2014, ha fallito.

# IL SERGENTE DELLA NEVE



© Getty Images

*Inspired the eponymous novel by Mario Rigoni Stern, the film is about the withdrawal from Russia in January 1943, when the column of Italian Alpine troops withdrawing from the stronghold on the River Don head for the frozen Russian Steppe, hoping to flee from the enemy. Everything seems to be going well: the Russians don't realise the Italian soldiers have retreated and continue to attack the stronghold. Until the time has come for the sergeant to leave his position with his team, when he is suddenly stunned. And his fate will change forever.*

**STRENGTHS:** The first war blockbuster from Matteo Rovere, an expert and capable explorer of film genres, boosted by a novel that Ermanno Olmi had also considered adapting for the cinema in the past.

**Director/Regia:**

Matteo Rovere

**Screenwriter/Sceneggiatura:**

Matteo Rovere

**Production/Produzione:**

Groenlandia con Rai Cinema

*Ispirato all'omonimo romanzo di Mario Rigoni Stern, il film racconta la Ritirata di Russia nel gennaio 1943 quando la colonna di alpini in ritirata dal caposaldo sul fiume Don si riversa nelle gelide steppe russe, nella speranza di sfuggire al nemico. Tutto sembra procedere a gonfie vele: i russi, ignari della ritirata degli alpini, seguivano ad attaccare il caposaldo. Tuttavia, quando arriva anche per il sergente il momento di abbandonare la posizione con la sua squadra, rimane di colpo stordito. E il suo destino cambierà per sempre.*

**PUNTI DI FORZA:** Il primo kolossal bellico di Matteo Rovere, esperto e solido esploratore dei generi cinematografici, forte di un romanzo il cui adattamento, in passato, fu preso in considerazione anche da Ermanno Olmi.

# LA CHIMERA



© Getty Images

*After winning the Best Screenplay prize at Cannes for her most recent feature film, Happy as Lazzaro, Rohrwacher is back with La Chimera (the name evokes the monster from Greek mythology, part lion, part goat, part dragon, and is the symbol of dreams or illusions) to tell a story set in the countryside, this time in Tuscany. The film is about something that happens a lot but is not often discussed: the theft of archaeological finds and their subsequent sale on the black market.*

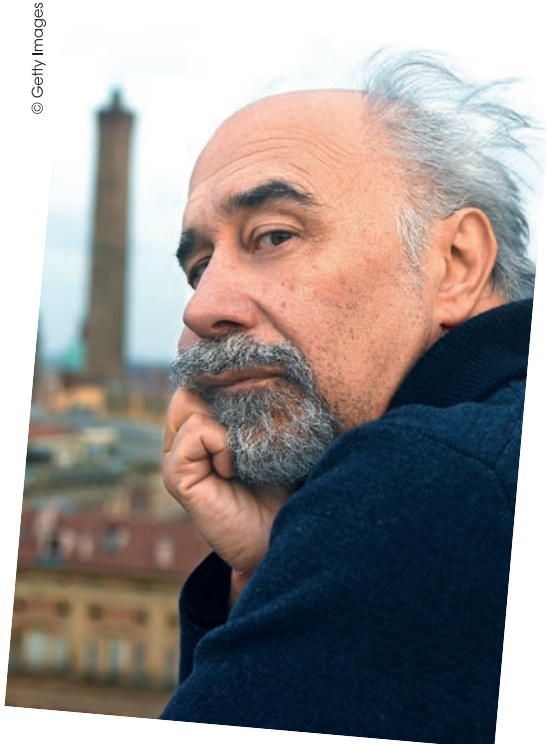
**STRENGTHS:** The fourth feature from Alice Rohrwacher, one of the top stars among Italian filmmakers who is also much appreciated abroad.

**Director/Regia:**  
Alice Rohrwacher  
**Production/Produzione:**  
Tempesta, Rai Cinema

*Dopo la vittoria a Cannes per la sceneggiatura del suo più recente lungometraggio, Lazzaro Felice, Rohrwacher torna con Chimera (il nome richiama il mostro della mitologia greca, tra leone capra e drago, diventato simbolo di sogno o illusione) a raccontare una storia ambientata nelle campagne, questa volta in Toscana. Il soggetto del film ha a che fare con una pratica diffusa ma poco raccontata: quella dei furti dei reperti archeologici e della loro successiva vendita sul mercato nero.*

**PUNTI DI FORZA:** Quarto lungometraggio di Alice Rohrwacher, una delle stelle di punta del firmamento degli autori italiani e molto apprezzata all'estero.

# LUBO



© Getty Images

*Based on Il seminatore, a novel by Mario Cavatore, the film is about a true story that happened in Switzerland in 1939, when Yenish traveller Lubo Moser, from an itinerant population that the Swiss state does not recognise, and in fact views as social plague, has his three children taken away from him by the state. This act of violence will change Lubo forever, poisoning his soul and pushing him to plan his revenge, which will have unexpected consequences.*

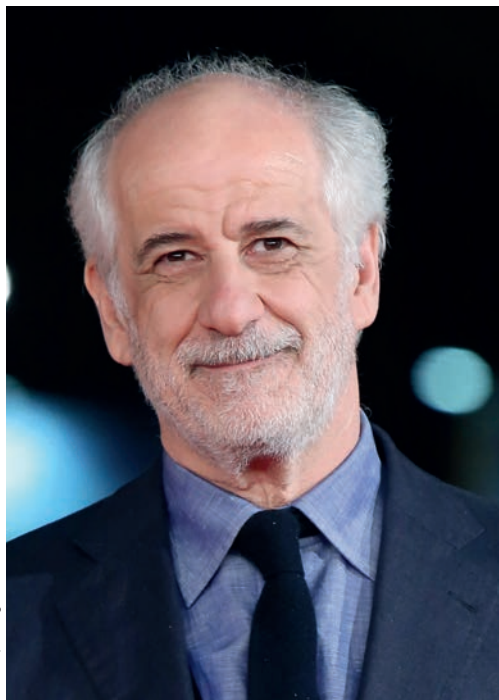
**STRENGTHS:** A reflection on the meaning of justice and the blurred boundaries between good and evil, in the hands of an author in a state of grace, triumphing at the last season of the David di Donatello awards.

**Director/Regia:**  
Giorgio Diritti  
**Screenwriters/Sceneggiatura:**  
Giorgio Diritti, Chiaffredo Valla  
**Production/Produzione:**  
Rodeo Drive, Aranciafilm, Rai Cinema

*Ispirato al romanzo Il seminatore di Mario Cavatore, il film racconta una vicenda realmente accaduta nella Svizzera nel 1939, quella dello jenisch Lubo Moser, zingaro cui lo Stato svizzero - non riconoscendo il nomadismo, anzi considerandolo una piaga sociale - sottrae tre figli. Un atto di violenza destinato a cambiare Lubo per sempre, avvelenandone l'anima e spingendolo a mettere a punto un progetto di vendetta che avrà risvolti inaspettati.*

**PUNTI DI FORZA:** Una riflessione sul senso di giustizia e sui labili confini tra il bene e il male, nelle mani di un autore in stato di grazia, trionfatore alla scorsa stagione dei David di Donatello.

## IL RITORNO DI CASANOVA



© Getty Images

*Loosely based on the story of the same name by Arthur Schitzler, the film develops through two time periods told in parallel. On the one hand is the story of the protagonist, Casanova, now old and looking back at his many memories. On the other, there is an important Italian director about to shoot a film called Casanova's Return, who ends up falling in love with a much younger woman on set, and she is expecting his child.*

**STRENGTHS:** Oscar®-winner Gabriele Salvatores and a histrionic Toni Servillo, two outstanding names in Italian filmmaking working together for the first time.

**Director/Regia:** Gabriele Salvatores  
**Cast:** Toni Servillo, Sara Serraiocco, Fabrizio Bentivoglio, Natalino Balasso  
**Screenwriters/Sceneggiatura:** Gabriele Salvatores, Umberto Contarello, Sara Mosetti  
**Production/Produzione:** Indiana Production con Rai Cinema

*Liberamente ispirato al racconto omonimo di Arthur Schitzler, il film si snoda su due piani temporali raccontati in parallelo. Da una parte la storia del protagonista Casanova, ormai anziano e alle prese con i tanti ricordi di una vita. Dall'altra quella di un importante regista italiano, sul punto di girare un film intitolato Il ritorno di Casanova, che durante le riprese finirà per innamorarsi di una donna molto più giovane di lui, dalla quale aspetterà un figlio.*

**PUNTI DI FORZA:** Il premio Oscar Gabriele Salvatores e l'istrionico Toni Servillo, due fuoriclasse del cinema italiano, per la prima volta insieme.

## CHIARA



© Getty Images

*After Nico and Eleanor Marx, Nicchiarelli is now making her third biopic of a woman, this time focusing on Saint Clare of Assisi, showing her sometimes stormy relationship with Francis of Assisi. Founder of the Order of (Saint) Clare, Chiara was canonised as Saint Clare in 1255 by Pope Alexander IV in Anagni Cathedral, and her story was recently made for television in the Lux Vide miniseries, Clare and Francis.*

**STRENGTHS:** The final part in a trilogy of great portraits of women. After rock legend Nico and Eleanor Marx's battle for rights, Nicchiarelli squares up to the subject of faith for the first time.

**Director/Regia:** Susanna Nicchiarelli  
**Production/Produzione:** Vivo film con Rai Cinema

*Dopo Nico ed Eleanor Marx, Nicchiarelli si cimenta con la terza biografia al femminile, dedicandosi alla vita e alle opere di santa Chiara d'Assisi, raccontata nel rapporto - a volte tormentato - con Francesco D'Assisi. Fondatrice dell'ordine delle Clarisse, la donna fu canonizzata come santa Chiara nel 1255 da Alessandro IV nella cattedrale di Anagni, ed è stata portata recentemente in Tv dalla miniserie Chiara e Francesco di Lux Vide.*

**PUNTI DI FORZA:** L'ultimo capitolo di una trilogia di grandi ritratti di donne. Dopo la forza del rock di Nico e la lotta per i diritti di Marx, Nicchiarelli si confronta per la prima volta con il tema della fede.

ROMA  
LAZIO  
FILM  
COMMISSION

# MADE FOR CINEMA WHERE CINEMA IS MADE

Vulci (Viterbo) - Lazio



FESTIVAL DE CANNES

06-17 JULY 2021

[www.italianpavilion.it](http://www.italianpavilion.it)

[WWW.ROMALAZIOFILMCOMMISSION.IT](http://WWW.ROMALAZIOFILMCOMMISSION.IT)



ROMA



Italian Film Commissions



## THE PALACE



© Getty Images

*The Palace is set in a large hotel in the Swiss Alps on New Year's Eve in 1999, at the epilogue of an entire millennium, when the lives of the guests intertwine with those of the hotel staff.*

**STRENGTHS:** At the age of 87, Polanski goes back to writing with director Jerzy Skolimowski, who was the screenwriter on his debut film, *Knife in the Water*.

**Director/Regia:**

Roman Polanski

**Screenwriters/Sceneggiatura:**

Roman Polanski, Jerzy Skolimowski

**Production/Produzione:**

Eliseo Entertainment con Rai Cinema

*Ambientato nella notte di Capodanno del 1999, all'epilogo del millennio, The Palace si snoda all'interno di un imponente hotel tra le alpi svizzere, dove si incrociano le vite degli ospiti e degli impiegati dell'albergo.*

**PUNTI DI FORZA:** A 87 anni Polanski torna a scrivere insieme al regista Jerzy Skolimowski, già sceneggiatore della sua pellicola d'esordio *Il coltello nell'acqua*.

## I PROMESSI SPOSI



© Getty Images

*Adapted six times for the cinema – the most recent in 1964 by Mario Maffei – the novel by Alessandro Manzoni, written in 1827, is set between 1628 and 1630 in Lombardy during Spanish rule, and it was the first historical novel in Italian literature. The love story between Renzo and Lucia, blocked and held hostage to natural (the plague) and human forces (the interest of Don Rodrigo), is an absolute classic in Italian culture.*

**STRENGTHS:** The talent of Pietro Marcello, who has already transposed *Martin Eden* by Jack London, here at the service of the most famous and oft-adapted novel in Italian literature.

**Director/Regia:**

Pietro Marcello

**Production/Produzione:**

IBC Movie, Avventurosa con Rai Cinema

*Adattato sei volte per il cinema – l'ultima nel 1964 da Mario Maffei – il romanzo di Alessandro Manzoni, scritto nel 1827, si ambienta tra il 1628 e il 1630 in Lombardia, durante il dominio spagnolo, e fu il primo esempio di romanzo storico della letteratura italiana. La storia d'amore tra Renzo e Lucia, contrastata e osteggiata da cause naturali (la peste) e umane (l'interesse di Don Rodrigo), è un grande classico della cultura del Paese.*

**PUNTI DI FORZA:** Il talento di Pietro Marcello, già alle prese con il *Martin Eden* di Jack London, qui al servizio del romanzo più famoso, e adattato, della letteratura italiana.



MARCO POCCIONI, MARCO VALSANIA E RAI CINEMA PRESENTANO

GIUSEPPE  
MAGGIO

GUGLIELMO  
POGGI

MICHELE  
RAGNO

EMILIO  
SOLFRIZZI

FABRIZIO  
FERRACANE

PAOLO  
CALABRESI

MAURIZIO  
LOMBARDI

GIULIA  
PETRUNGARO

E CON GIANFRANCO GALLO CON LA PARTECIPAZIONE DI PAOLA MINACCIONI E CON NINO FRASSICA

# SCHOOL OF MAFIA

UN FILM DI ALESSANDRO PONDI



MARCO POCCIONI, MARCO VALSANIA E RAI CINEMA PRESENTANO "SCHOOL OF MAFIA" UN FILM DI ALESSANDRO PONDI CON GIUSEPPE MAGGIO, GUGLIELMO POGGI, MICHELE RAGNO, EMILIO SOLFRIZZI, FABRIZIO FERRACANE, PAOLO CALABRESI, MAURIZIO LOMBARDI, GIULIA PETRUNGARO, GIULIO CORSO, MARIO PUPELLA, TONY SPERANDEO, MONICA VALLERINI E CON GIANFRANCO GALLO CON LA PARTECIPAZIONE DI PAOLA MINACCIONI E CON NINO FRASSICA. SOGGETTO E SCENEGGIATURA ALESSANDRO PONDI, PAOLO LOGGI, RICCARDO IRRERA, MAURO GIAMANI. CASTING ANNA PENNELLA. AMPLI REGIA MATTEO ALBANO. DIRETTORE DI PRODUZIONE GIUSEPPE MANZI. FONICO DI PRESA DIRETTA MARIO IACUONE. VFX SUPERVISOR LUCA SAVIOTTI. TRUCCO CRISTINA AMADIO. ACCONCIATURE DONATELLA BORGHESI. COSTUMI SABRINA SPISSU. SENOGRAFIA MARCELLO DI CARLO. MUSICHE ORIGINALI DI CRIS CIAMPOLI. MONTAGGIO MARCO SPOLETINI. FOTOGRAFIA VLADAN RADOVIC. ORGANIZZATORE GENERALE DAVIDE TOVI. PRODUTTORE ESECUTIVO FRANCESCA DI DONNA. PRODOTTO DA RODEO DRIVE CON RAI CINEMA. DIBETTO DA ALESSANDRO PONDI.

OPERA REALIZZATA CON IL SOSTEGNO DELLA REGIONE LAZIO - FONDO REGIONALE PER IL CINEMA E L'AUDIOVISIVO



Rai Cinema



segui su



## DAL 24 GIUGNO AL CINEMA

# Italy for Movies: your guide to the best locations

The General Directorate for Film and Audiovisual in the Ministry of Culture has created a portal to discover locations and funding opportunities in Italy. It is being managed by the Istituto Luce Cinecittà

As more and more major international productions choose Italy for their locations (*House of Gucci* being just one of the latest examples), producers now have an invaluable tool to unearth the best settings for their films. It is a dedicated portal called **Italy for Movies** ([www.italyformovies.it](http://www.italyformovies.it)) with information on Italian locations and incentives offered by the national institutions and those in the territories. The General Directorate for Film and Audiovisual at the **Ministry of Culture** is behind the project, being run by the **Istituto Luce Cinecittà**.

For people wanting to shoot in Italian locations, **Italy for Movies** is the first step in the “production journey”, with a rich database of information and links to more detailed information, for example the film commissions and authorities giving out funding. In more detail, to facilitate shooting, professionals can consult the **Location** section, with a vast selection of Italy’s rich and varied heritage and landscapes. Whereas the **Incentives** section allows you to discover all the subsidies available for shooting an audiovisual work in Italy.

But Italy for Movies is not only for industry professionals. The portal also has a role in promoting tourism in the Italian territories, relaunching locations used in film as inspiring places to visit. Indeed, the portal provides a map of films, TV series and videogames shot in Italy, further enhanced by original, themed itineraries.



© Courtesy Istituto Luce Cinecittà (2)

## Italy for Movies: la guida per le migliori location

La direzione generale Cinema e Audiovisivo del Ministero della Cultura ha creato un portale per scovare location e opportunità di finanziamento in Italia. A gestirlo, Istituto Luce Cinecittà

Se sono sempre più numerose le grandi produzioni internazionali che scelgono l'Italia come location (*House of Gucci* è solo uno degli ultimi esempi), i produttori hanno uno strumento indispensabile per scovare i migliori scenari del Paese per i loro film. Si tratta di **Italy for Movies** ([www.italyformovies.it](http://www.italyformovies.it)): un portale dedicato alle location italiane e agli incentivi alla produzione delle istituzioni nazionali e territoriali, voluto dalla Direzione Generale Cinema e Audiovisivo del **Ministero della Cultura** e gestito da **Istituto Luce Cinecittà**. Per chi è interessato a girare in Italia, **Italy for Movies** si propone come la prima tappa del “viaggio produttivo” fornendo un database ricco di informazioni che rimanda inoltre, per approfondimenti, ai

siti delle Film Commission o delle istituzioni che erogano i finanziamenti. Nel dettaglio, per agevolare le riprese, gli addetti ai lavori possono consultare la sezione **location**, la quale contiene una vasta selezione del ricco e variegato patrimonio italiano, e la sezione **incentivi**, che permette di districarsi tra le novità e i finanziamenti disponibili.

Ma Italy for Movies non è solo per gli addetti ai lavori. Il portale vuole essere anche uno strumento di promozione turistica del territorio italiano rilanciando le location del cinema come appassionanti mete di viaggi. Per farlo, il portale fornisce una mappa di film, serie Tv e videogame girati in Italia, arricchita di originali itinerari tematici.

# FILMING IN ITALY WITH

NOTORIOUS  
P I C T U R E S



**TAX CREDIT  
UP TO 40%**

**COUNTLESS LOCATION  
OPPORTUNITIES**

**SUPPORT IN THE ACCESS  
TO REGIONAL FUNDS**

**ENGLISH SPEAKING  
CREWS**

**FILMING  
STUDIOS**

**EXECUTIVE PRODUCTION  
SERVICES**

**PRODUCTION  
LOGISTICS**

**BUDGETING  
AND SCHEDULING**

**...AND MUCH MORE!**

**CONTACT US:** [notoriouspictures.it](http://notoriouspictures.it) | [inforoma@notoriouspictures.it](mailto:inforoma@notoriouspictures.it)

# Roma Lazio Film Commission's wide horizons

Constantly searching for new locations and international deals while also making forays into literature and environmental sustainability. These are the tasks facing Roma Lazio Film Commission

**T**he Roma Lazio Film Commission is continually widening its horizons. Each year, the organisation handles around 300 requests to support audiovisual productions as well as the development of special projects and location scouting. Apart from this, Roma Lazio FC also organises events and showcases in the region, training initiatives and the development of international co-productions.

Regarding the promotion of Lazio Region funding, in addition to the Cinema Fund of nine million euros for local productions, Roma Lazio FC also places considerable emphasis on international projects, with the Lazio Cinema International fund of 10 million euros purely for co-productions. It has also struck partnerships abroad, for example with Israel for the "Crossing Script" project and with Germany for "Creative Residences", organised together with the Mediendboard di Berlino Brandeburgo.

The search for new locations never stops, comprising the recent mapping initiative with the Regional Institute of the Ville Tuscolane (IRVIT) to promote the noble villas in the Castelli Romani area and with the Association of Parks and Gardens in Italy (APGI) and the Gar-

den Route Italia portal, to promote the gardens and parks in the Lazio region.

What's more, from 2019, Roma Lazio FC has also set its eyes on literature, with the project "L'immagine stregata - schermi e storie", which will enable 12 finalists from Italy's top literary prize, the Strega, to present ideas and suggestions for making a film or TV series from their books. And finally, Roma Lazio FC is increasingly green, promoting the adoption of protocols to help productions be environmentally sustainable.



Villa Grazioli, Grottaferrata, Roma

## I vasti orizzonti di Roma Lazio Film Commission

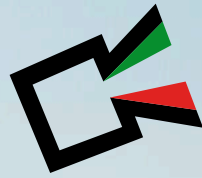
Ricerca costante di nuove location, accordi internazionali, ma anche sconfinamenti nella letteratura e sostenibilità ecologica. Ecco le sfide di Roma Lazio Film Commission

Sono sempre più vasti gli orizzonti d'azione di Roma Lazio Film Commission. Ogni anno l'organizzazione accoglie circa 300 richieste per il sostegno alla produzione di opere audiovisive, nonché per lo sviluppo di progetti speciali e per la ricerca location. Oltre a ciò, Roma Lazio FC si dedica all'organizzazione di eventi e rassegne sul territorio, a iniziative formative e allo sviluppo della coproduzione internazionale. Sul fronte della promozione dei fondi della Regione Lazio, oltre al Fondo Cinema di 9 milioni di euro per le produzioni laziali, Roma Lazio FC punta fortemente anche sui progetti internazionali con il Fondo Lazio Cinema International da 10 milioni dedicato alle coproduzioni. E poi con partnership oltreconfine, come quella con Israele attraverso il progetto "Crossing Script" e quella con la Germania grazie alle "Residenze Creative" organizzate con Mediendboard di Berlino Brandeburgo.

Costante è poi l'attività di ricerca di nuove location. In tale ambito sono state promosse di recente iniziative di mappatura con IRVIT - Istituto Regionale delle Ville Tuscolane per la promozione delle ville nobiliari dell'area dei Castelli Romani e con APGI - Associazione Parchi e Giardini d'Italia e il portale Garden Route Italia per la promozione dei giardini e parchi del Lazio. Inoltre, dal 2019, Roma Lazio FC ha aperto il suo sguardo alla letteratura con il progetto "L'immagine stregata - schermi e storie" che consente ai 12 autori finalisti del Premio Strega di presentare idee e suggerimenti per la realizzazione di film o serie Tv tratti dal loro libro. Infine, Roma Lazio FC è sempre più green, promuovendo l'adozione di protocolli che aiutino le produzioni a essere ecologicamente sostenibili.



Palazzo Rospigliosi, Zagarolo, Roma



Italian Film Commissions

[www.italianfilmcommissions.it](http://www.italianfilmcommissions.it)



**FESTIVAL DE CANNES**

06-17 JULY 2021

[www.italianpavilion.it](http://www.italianpavilion.it)

Bologna, Emilia-Romagna Film Commission, [filmcom@regione.emilia-romagna.it](mailto:filmcom@regione.emilia-romagna.it)



### TRE PIANI

**DIRECTOR/REGIA:** Nanni Moretti

**CAST:** Riccardo Scamarcio, Margherita Buy, Alba Rohrwacher, Adriano Giannini, Elena Lietti, Nanni Moretti, Denise Tantucci, Alessandro Sperduti, Anna Bonaiuto, Paolo Graziosi, Tommaso Ragno, Stefano Dionisi

**SCREENWRITERS/SCENEGGIATURA:** Nanni Moretti, Federica Pontremoli e Valia Santella

**PRODUCTION/PRODUZIONE:** Sacher Film e Fandango, con Rai Cinema e Le Pacte

**DISTRIBUTION/DISTRIBUZIONE:** 01 Distribution (Italia), Le Pacte (Francia), The Match Factory (worldwide)

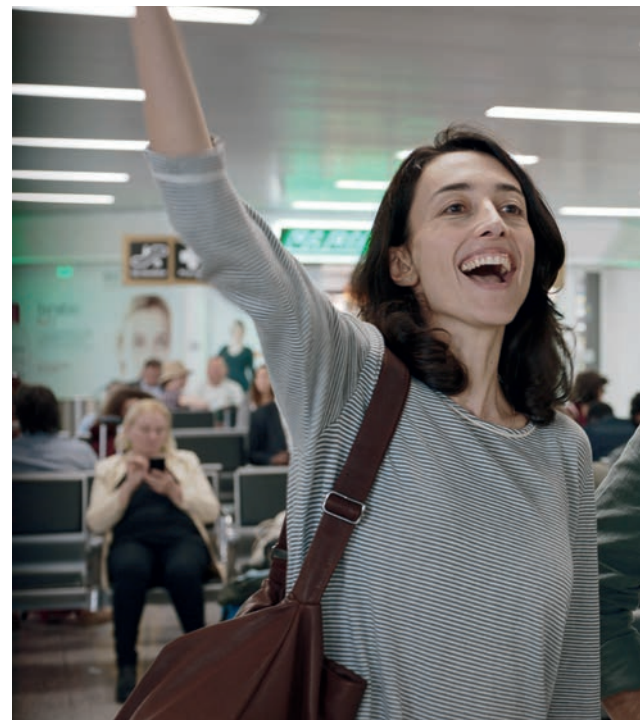


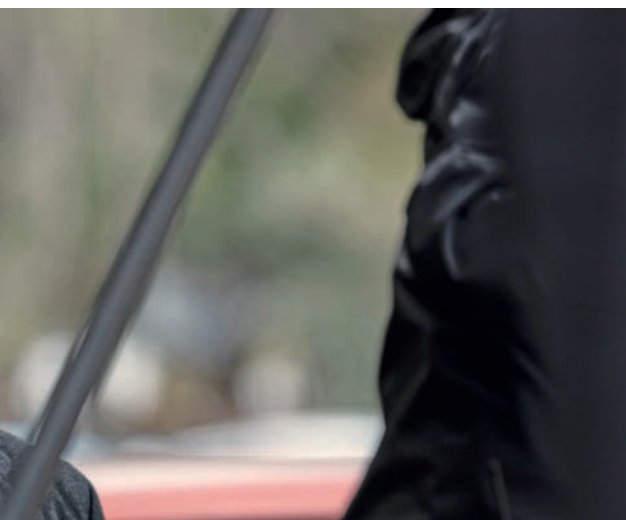
# Moretti's block

Based on the eponymous novel by Israeli author Eshkol Nevo, *Three Floors* has been chosen to run in the main competition at the Cannes Film Festival. It is the first time in Moretti's career he has made a film based on someone else's story, and it required a lot of preparation, with a 16-week set and one single location – a building in the heart of Rome – where all the events unfold

**T**hree families, three apartments in the same building in a generic Italian city, and three stories of everyday lives that intertwine in the film much more than in the novel. The plots are brought together through a sound storytelling idea: to describe the lives of three families through Freud's three concepts of self: the id, ego and superego. The first story, on the first floor of the building, revolves around the character played by Riccar-

do Scamarcio, an instinctive and passionate man – representing Freud's id, primordial instincts – tormented by the suspicion that something terrible happened to his daughter when she was being looked after by the neighbours. In the second story, on the second floor, there's Monica (Alba Rohrwacher), with a husband (Adriano Giannini) who is always absent and a newborn baby girl. Monica feels like she's going mad, as she thinks she's being spied on





by a crow: she embodies the Freudian ego, the realistic side mediating between instinct and rational censorship. In the third story, on the top (third) floor, is Moretti himself, playing a severe judge in conflict with his son (Alessandro Sperduti; the wife is Margherita Buy), who the author Nevo described as incarnating the superego: prohibition, control, rationality. While there are differences between the film and the book (starting with the Italian setting, but also in the development of some plot lines) the way *Three Floors* develops is the same as in Nevo's pages, "through the

central core of human relations: from the need for love to betrayal, from suspicion to the fear of letting oneself go", with characters that are "human and profound, always ready to get back up and fight again, despite the blows life inflicts on them". This is a long-awaited film, the first Moretti has made from someone else's story (the author was not involved), with a significant budget, a 16-week set and an ensemble cast combining actors who are Moretti regulars (Buy) and many working with him for the first time (Scamarcio, Rohrwacher, Tantucci and Sperduti). **(ir)**

## Il palazzo di Moretti

Tratto dall'omonimo romanzo dello scrittore israeliano Eshkol Nevo, *Tre piani* è stato selezionato in Concorso al Festival di Cannes. È il primo film nella carriera di Moretti che il regista realizza da un soggetto non suo, con un importante lavoro di preparazione alle spalle, un set di 16 settimane e un'unica location – un palazzo nel cuore di Roma – in cui ambientare le vicende narrate

Tre famiglie, tre appartamenti nello stesso condominio in una generica città italiana e tre storie di vita quotidiana che si intrecciano, nel film, più di quanto non accada nel romanzo. A unire le diverse vicende c'è una solida idea narrativa: descrivere la vita di tre famiglie sulla base delle tre diverse istanze freudiane della personalità, Es, Io e Super-io. Al centro della prima storia, al primo piano del palazzo, c'è il personaggio interpretato da Riccardo Scamarcio, un uomo istintivo e passionale – rappresenta l'es freudiano, le pulsioni primordiali – travolto dal sospetto che qualcosa di terribile sia accaduto alla sua bambina mentre veniva accudita dal vicino. Nella seconda storia, al secondo piano, c'è Monica (Alba Rohrwacher) che ha un marito assente (Adriano Giannini), una bambina appena nata e crede di impazzire, convinta di essere spiata da un corvo: incarna l'io freudiano, la mediazione tra istinto e censura razionale. Nella terza storia, all'ultimo

piano del palazzo (il terzo), lo stesso Moretti incarna il severo giudice in conflitto con il figlio (Alessandro Sperduti; la moglie è Margherita Buy), che per Nevo incarna le istanze del super io: il divieto, il controllo, la razionalità. Pur con le distanze che il film prende dal romanzo (a partire dall'ambientazione italiana, ma anche nello sviluppo di alcune delle vicende) *Tre piani* si inoltra, esattamente come le pagine di Nevo, "nel cuore delle relazioni umane: dal bisogno di amore al tradimento; dal sospetto alla paura di lasciarsi andare", con personaggi "umani e profondi, sempre pronti, nonostante i colpi inferti dalla vita, a rialzarsi per riprendere a lottare". Un film a lungo atteso che segna la prima volta di Moretti con un soggetto non suo (lo scrittore non è stato coinvolto), un budget importante, un set di 16 settimane e un cast corale con attori da sempre vicini al regista (Buy) e molte prime volte (Scamarcio, Rohrwacher, Tantucci, Sperduti). **(ir)**

CINEMA

WEARS

# Tirelli

Founded in 1964, Tirelli Costumi is Italy's most prestigious costume house for the cinema, theatre and opera. Adored by Visconti and Fellini, Pasolini and Zeffirelli, the company has served as the playground for the genius of Piero Tosi and costume designers such as Milena Canonero, Gabriella Pescucci and Maurizio Millenotti. The business is open to innovation, without betraying its vocation for art and its hallmark of craftsmanship

by Ilaria Ravarino





A seamstress working on a costume at the Sartoria Tirelli

Un sarto al lavoro su un costume all'interno della Sartoria Tirelli

liberty atelier in the heart of Rome and an enormous warehouse in the industrial zone of Formello, in the green of Veio park, north of the Capital. The historic studio, the workshop of the *Dolce Vita* – and place of refuge for Zeffirelli, Visconti, Fellini and De Sica – and the new setting welcoming creatives from international TV series. Past and present, tradition and innovation, though with two constants: craftsmanship and the insistence on quality. This, simple, very Italian formula has enabled Tirelli Costumi – founded in 1964 by the tailor Umberto Tirelli – to grow, develop and prosper, with a presence throughout almost the entire history of cinema. It has picked up 17 Oscars® (the first in 1973 for *Casanova* by Federico Fellini); worked with two of Italy's greatest costume designers, Piero Tosi for cin-

A

ema and Pier Luigi Pizzi for opera; collaborated internationally with Martin Scorsese (*The Age of Innocence*), Miloš Forman (*Amadeus*), Anthony Minghella (*The English Patient*), Sophia Coppola (*Marie Antoinette*), Hugh Hudson (*Chariots of Fire*) and more recently, with Ridley Scott (*House of Gucci*: 350 pieces by Tirelli, including many original costumes for Lady Gaga) and Baz Luhrmann (*Elvis*).

After more than 40 years, in 2007 the costume house – led by Roman Dino Trappetti, who became manager in 1990 after the death of his friend and business partner Umberto Tirelli – finally achieved its founder's dream. To bring together under one roof all the original costumes, donations and collections owned by the sartoria. It wasn't just a whim but a clever intuition. Indeed, over the last 15 years, the Formello →

## IL CINEMA VESTE TIRELLI

Fondata nel 1964, la Tirelli Costumi è la più prestigiosa delle sartorie dello spettacolo e del cinema in Italia. Amata da Visconti e Fellini, Pasolini e Zeffirelli, è stata il campo di gioco del genio di Piero Tosi e di quello di costumisti come Milena Canonero, Gabriella Pescucci e Maurizio Millenotti. Un'azienda capace di aprirsi al nuovo, senza tradire la sua vocazione all'arte e l'identità artigianale

di Ilaria Ravarino

L'atelier liberty nel cuore di Roma e il magazzino sterminato nell'area industriale di Formello, nel verde del vejano a nord della Capitale. Il laboratorio storico, bottega della *Dolce Vita* – rifugio di Zeffirelli e Visconti, Fellini e De Sica – e il nuovo ambiente che accoglie i creativi delle serie Tv internazionali. Il passato e il presente, la tradizione e l'innovazione. Con due costanti: l'impostazione artigianale

e l'attaccamento per la qualità. È una formula semplice, e molto italiana, quella che ha permesso alla sartoria Tirelli Costumi, fondata nel 1964 dal sarto emiliano Umberto Tirelli, di crescere, svilupparsi e prosperare fino a oggi, attraversando praticamente tutta la storia del cinema: 17 Oscar (il primo nel 1973 per il *Casanova* di Federico Fellini), il legame con due dei più grandi costumisti



The Sartoria Tirelli made the costume of the protagonist in *Pinocchio*

La Sartoria Tirelli ha realizzato il costume del protagonista di *Pinocchio*

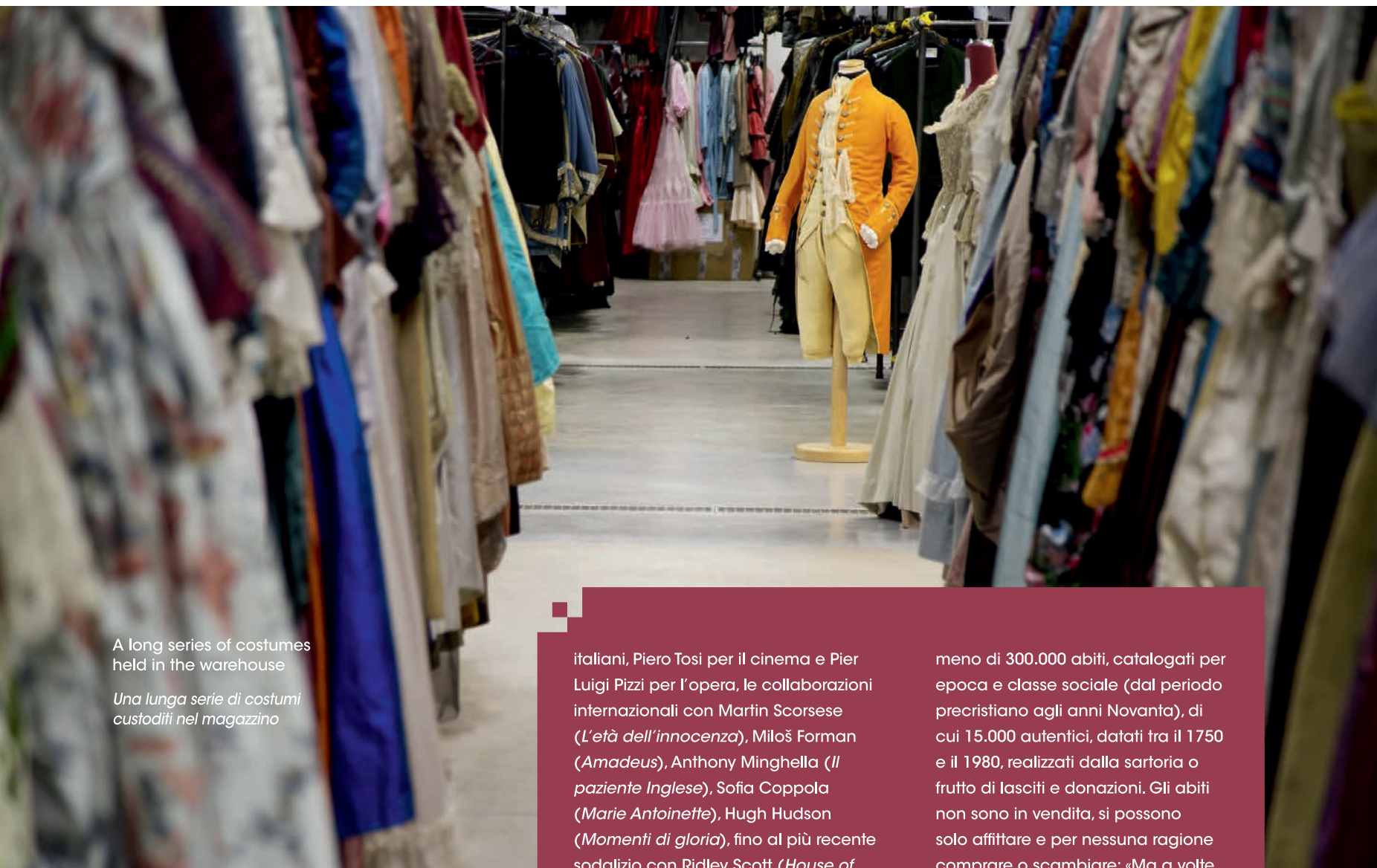
warehouse has been a strategic reference point for film costume designers, but also those from opera, TV series and theatre, whether they are working in or passing through Rome.

Built to replace six small warehouses in the West of the capital, the Formello warehouse is a 6,000-square-metre building with just under 300,000 costumes, catalogued by period and social class (from the pre-Christian era to the 1990s), of which 15,000 are period garments from 1750 to 1980, either made by the atelier, bequeathed or donated to the company. The costumes are not for sale, they can only be rented, and cannot be bought or exchanged for any reason at all: «But sometimes something gets lost, let's say», sighs Luca Trappetti, the warehouse operations manager and Dino's nephew.

Oscar-nominated costume designer Massimo Cantini Parrini, found inspiration for Matteo Garrone's *Pinocchio* here, and today he is browsing through boxes and looking at hats. He says going into this environment «is a bit like entering Tutankhamon's tomb. You never forget the first time, mine was in the 1990s. And even today, a dream becomes reality: I love wandering around, finding inspiration in what I see».

The central corridor is dotted with posters and mannequins, with the clothes →





A long series of costumes held in the warehouse

Una lunga serie di costumi custoditi nel magazzino



italiani, Piero Tosi per il cinema e Pier Luigi Pizzi per l'opera, le collaborazioni internazionali con Martin Scorsese (*L'età dell'innocenza*), Miloš Forman (*Amadeus*), Anthony Minghella (*Il paziente Inglese*), Sofia Coppola (*Marie Antoinette*), Hugh Hudson (*Momenti di gloria*), fino al più recente sodalizio con Ridley Scott (*House of Gucci*: 350 pezzi da Tirelli, fra cui molti abiti originali per Lady Gaga) e Baz Luhrmann (*Elvis*).

Dal 2007, dopo più di quarant'anni di storia, la sartoria – sotto la guida del romano Dino Trappetti, subentrato alla direzione dell'azienda nel 1990, dopo la morte dell'amico e socio Umberto Tirelli – ha finalmente coronato il sogno del fondatore: quello di riunire in un unico ambiente i pezzi unici, le donazioni e le collezioni della sartoria. Non un capriccio ma un'intuizione necessaria, che ha reso negli ultimi 15 anni il magazzino di Formello un punto di riferimento strategico per i costumisti di cinema, ma anche di opera, serie Tv, teatro di prosa e lirico, al lavoro o di passaggio a Roma. Costruito in sostituzione di sei piccoli depositi nel quadrante ovest della Capitale, il magazzino si estende per 6.000 metri quadri e contiene poco

meno di 300.000 abiti, catalogati per epoca e classe sociale (dal periodo precristiano agli anni Novanta), di cui 15.000 autentici, datati tra il 1750 e il 1980, realizzati dalla sartoria o frutto di lasciti e donazioni. Gli abiti non sono in vendita, si possono solo affittare e per nessuna ragione comprare o scambiare: «Ma a volte è successo che qualcosa sia andato perso, diciamo», sospira Luca Trappetti, direttore operativo del magazzino e nipote di Dino.

Entrare in questo ambiente, racconta il candidato all'Oscar Massimo Cantini Parrini, che qui ha trovato ispirazione per il *Pinocchio* di Matteo Garrone, e alla Tirelli oggi si aggira fra scatoloni e cappelli, «è un po' come entrare nella tomba di Tutankhamon. La prima volta non te la scordi mai, la mia fu negli anni Novanta. È ancora oggi un sogno che diventa realtà: adoro vagare negli spazi, lasciandomi ispirare da quel che vedo». Dal corridoio centrale, punteggiato di locandine e manichini, di "relle" (gli appendiabiti, in gergo) e costumi storici appoggiati alle pareti (tra gli altri: quelli disegnati da Salvador Dalí per l'*As You Like It* di Luchino Visconti, la *Medea* di Pier Paolo Pasolini, gli



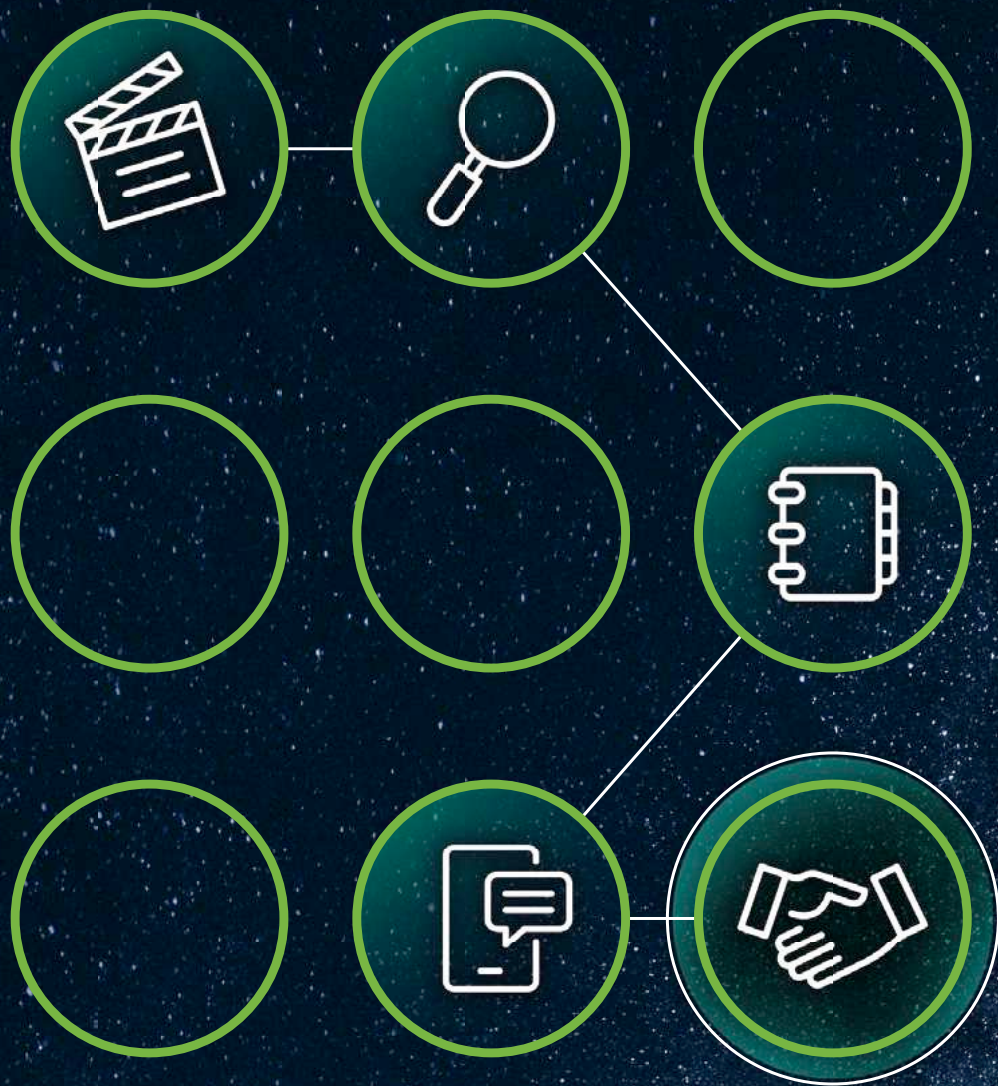
The costumes produced by the Sartoria Tirelli also include the one worn by Eva Green in her lead role in the series *Penny Dreadful*

*Tra i costumi della Sartoria Tirelli anche quello indossato dalla protagonista Eva Green nel serial Penny Dreadful*

rails and historic costumes leaning up against the walls (some examples: those designed by Salvador Dalì for *As You Like It* by Luchino Visconti, Pier Paolo Pasolini's *Medea* and the costumes for *The Leopard* designed by Tosi). Branching off are six large spaces divided by time period. Luca Trappetti again: «A philological reconstruction of costumes, a careful selection of fabrics, the research for detail and realistic finishing are why clients choose Tirelli».

There are Italian clients, such as Paolo Sorrentino who 'constructed' part of his film *Youth* here and all of his *The Hand of God*, or Susanna Nicchiarelli with *Miss Marx* and Pupi Avati with *Vita di Dante*, along with those from international productions. Today, Sharon Gilham, costume designer on the Amazon original series *The Wheel of Time*, is here thumbing through a rail of electric blue and gold dresses, describing the experience as «Like travelling through time and genres. Here you find cinema, but you also bump into opera. Everything becomes a suggestion. And the staff are extremely helpful».

While the atelier is Tirelli's institutional face, with the administrative offices and tailoring departments, the warehouse is its operations hub. And there are only a dozen people working here: two warehousemen – one old-timer with the his-



# unlock the film industry\_

Powered by



Co-funded by the  
European Union



Creative  
Europe  
MEDIA

**CINANDO**  
Join & Connect



Dino Trappetti took over managing the company in 1990, after the death of his friend and business partner, Umberto Tirelli

Dino Trappetti è subentrato alla direzione dell'azienda nel 1990, dopo la morte dell'amico e socio Umberto Tirelli

toric memory of the internal geography, and the other younger, more recent arrival – four seamstresses designing and measuring, the operations manager and a couple of office workers.

«The great thing is that it's a family style setup: the staff love Tirelli, and I love them», explains Dino Trappetti. «And I'm keen to make sure this dynamic stays the same. Good materials, excellent cutters and extraordinary talents. This is how you keep the level high».

In the last year, Covid has also meant remote working (a van is about to leave the warehouse with costumes for an opera in Minnesota). But the only real change brought about by the pandemic has been in the clients: «In the last year, more than half our work was commissioned by television series». *Dickinson*, *My Brilliant Friend 3*, *Vikings*, *Bridgerton*, even *Game of Thrones*, which rented armour from Tirelli for training the warriors: «The ever-progressing new actually searches us out, thank goodness», concludes Dino Trappetti “and everything passes through here today, emanating from our small, great treasure trove in Formello. Costumer designers land at Fiumicino airport, hop in a taxi, arrive here, choose what they want and then leave. It's a kind of supermarket. Though one of extremely high quality».

IC

abiti de *Il Gattopardo* disegnati da Tosi), si aprono sei ampi spazi divisi per epoca. «Ricostruzione filologica del costume, selezione accurata dei tessuti, ricerca dei dettagli e rifiniture realistiche – spiega ancora Luca Trappetti – sono ciò che convince i clienti a scegliere Tirelli». Clienti “di casa” – Paolo Sorrentino che qui ha “costruito” parte di *Youth - La giovinezza* e tutto il suo *La mano di Dio*, Susanna Nicchiarelli con *Miss Marx* o Pupi Avati con *Vita di Dante* – ma anche internazionali. «È come viaggiare nel tempo e nei generi. Trovi il cinema ma ti imbatti anche nell'opera. Tutto diventa suggestione – riflette Sharon Gilham, costumista della serie originale Amazon *The Wheel of Time*, mentre si accaparra una *rella* carica di vestiti blu elettrico e d'oro – e il personale è estremamente collaborativo».

Se l'atelier, che ospita oggi gli uffici amministrativi e le sartorie, è il volto istituzionale della Tirelli, il magazzino ne è il braccio operativo. E a lavorarci sono appena una decina di persone: due magazzinieri – uno di lungo corso, memoria storica della mappatura interna, e uno più giovane a bottega –

quattro sarte per la messa a misura, il direttore operativo e pochi impiegati. «Il bello è che è una situazione familiare: il personale ama la Tirelli e io amo loro», spiega Dino Trappetti. «E a me interessa che questa dinamica resti così com'è. Buone stoffe, tagliatori bravi e talenti straordinari. Così si mantiene alto il livello».

Nell'ultimo anno, causa Covid, il lavoro si è fatto anche a distanza (un furgone attende, in partenza dal magazzino, i costumi per un'opera che si terrà in Minnesota). Ma l'unico vero cambiamento portato dalla pandemia è stato nelle committenze: «Nell'ultimo anno, più della metà del lavoro ci è stato commissionato dalle serie Tv». *Dickinson*, *L'amica geniale 3*, *Vikings*, *Bridgerton*, persino *Game of Thrones*, che da Tirelli ha affittato le corazze per gli allenamenti dei guerrieri: «Il nuovo che avanza, grazie a Dio, ci cerca – conclude Dino Trappetti – e oggi passa tutto da qui, dal nostro piccolo grande tesoro di Formello. I costumisti arrivano a Fiumicino, salgono in taxi, vengono, scelgono e se ne vanno. Come in una specie di supermercato. Ma di altissima qualità».

# ON NEWSSTANDS



DIGITAL EDITION ON



## POCKET SIZE ISSUES FOR FREE

THE MAGAZINE IS EXCLUSIVELY DISTRIBUTED TO THE MOST IMPORTANT MULTIPLEX IN ITALY (OVER 1,000 THEATERS) ON STANDS AT THE ENTRANCE OF THE THEATRES.

# FINALLY, AN APP THAT'S CAMERA READY!

Discover the App dedicated to film locations.

# ITALY for MOVIES



Italy for Movies presents the first App dedicated to the best of Italy's locations for film and audiovisual production. An exhaustive, updated guide to help you discover the places behind the films, production grants, itineraries and news.

[www.italyformovies.it](http://www.italyformovies.it)



Download the App on

