

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

BOXOFFICE

www.e-duesse.it

ANNO XXV N. 11/12 - 31 LUGLIO - 15 AGOSTO 2021



CON LA VOCE DE **LA SABRI**

IL GIRO DEL MONDO IN

80 GIORNI



DUESSE COMMUNICATION - € 1,55 - Periodico quindicinale - 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

PROSSIMAMENTE **#SOLOALCINEMA**

COTTONWOOD france 3cinéma UM EMMI france-tv OCS U screen.brussels 44 INDYFILM 80 IMAGE 2018 IFC ACP 3 CINECITTÀ MAROFF 30 4214 190 2111 AR 204 STUDIOCANAL igd centrosarca 5 NOTORIOUS

©2021 - COTTONWOOD MEDIA - STUDIOCANAL - FRANCE 3 CINÉMA - UMEDIA

IL PREMIO OSCAR® SPIKE LEE

PRESENTA

LUCAS
TILL

LUCY
HALE

CEDRIC THE
ENTERTAINER

BRIAN
DENNEHY

IL
DELLA

IL COLORE DELLA LIBERTÀ

SCRITTO E DIRETTO DAL CANDIDATO ALL'OSCAR®
BARRY ALEXANDER BROWN

NON SCEGLIERE
È UNA SCELTA.

PROSSIMAMENTE
#SOLOALCINEMA

CLEAR
CLEARONLINE.COM

igd

centrosarca

RADIO
ITALIA

NOTORIOUS

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

BOXOFFICE

www.e-duesse.it

ANNO XXV - N. 11/12 - 31 LUGLIO-15 AGOSTO 2021

INTERVISTE

Esercizio, tra passato, presente e futuro

ANIMAZIONE

35 anni di Pixar

SCENARI

La guerra dei conglomerati

Xavier Albert

INVESTIAMO SUL FUTURO

IL NUOVO MANAGING DIRECTOR DI UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL ITALY CREDE IN UN RAPPORTO VIRTUOSO CON L'ESERCIZIO E IN UN MODELLO WINDOW PIÙ FLESSIBILE (MA A TUTELA DEL CINEMA). E NELLA DESTAGIONALIZZAZIONE INDIVIDUA LA GRANDE SFIDA PER LA CRESCITA DEL SETTORE

DWAYNE JOHNSON EMILY BLUNT EDGAR RAMIREZ JACK WHITEHALL CON JESSE PLEMONS E PAUL GIAMATTI



Disney
JUNGLE CRUISE

DISNEY PRESENTA DWAYNE JOHNSON EMILY BLUNT "JUNGLE CRUISE"

UNA PRODUZIONE DI DAVIS ENTERTAINMENT COMPANY/SEVEN BUCKS/FLYNN PICTURE CO. UN FILM DI JAUME COLLET-SERRA CON EDGAR RAMIREZ JACK WHITEHALL
CON JESSE PLEMONS E PAUL GIAMATTI MESSAGGERO DI JAMES NEWTON HOWARD COSTUMI DI PACO DELGADO MONTAGGIO DI JOEL NEGRON, ACE SCENOGRAFIE DI JEAN-VINCENT PUZOS DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA DI FLAVIO LABIANO
PRODUTTORI ESECUTIVI SCOTT SHELDON DOUG MERRIFIELD PRODOTTO DA JOHN DAVIS JOHN FOX BEAU FLYNN DWAYNE JOHNSON DANY GARCIA HIRAM GARCIA STORIA DI GLENN FICARRA & JOHN REQUA
DIRETTO DA JAUME COLLET-SERRA



SCENEGGIATURA DI MICHAEL GREEN E GLENN FICARRA & JOHN REQUA

**DAL 28 LUGLIO
AL CINEMA**

DIRETTO DA JAUME COLLET-SERRA



#JungleCruise

ANCHE IN 3D

FINALMENTE COMPATTI



Sarebbe azzardato paragonare la ripartenza attuale con quella dello scorso anno. Oggi le condizioni sono completamente diverse e, previo imprevisti dell'ultima ora (la diffusione di varianti immuni ai vaccini resta il più temuto), questa volta sono tutti pronti a giocare quegli assi nella manica che attendevano solo la mano giusta per essere messi sul tavolo. E la mano sui cui puntare tutto è finalmente arrivata. Dopo un periodo di assestamento tra alti e bassi, con un parco sale che si è risvegliato gradualmente, *Black Widow* ha aperto le danze a luglio, seguito da *I Croods 2* e *Jungle Cruise*. Ma è il mese di agosto che vede posizionati i pezzi di artiglieria più pesanti: *Fast & Furious 9*, *The Suicide Squad*, *Come un gatto in tangenziale - Ritorno a Coccia di Morto* e *Me contro Te il film - Il mi-*

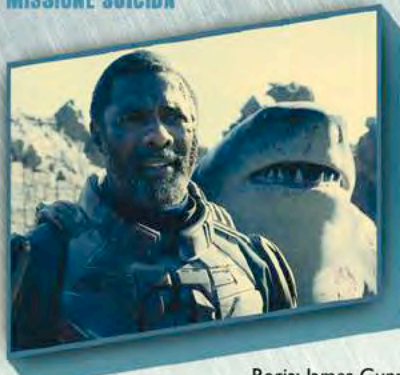
stero della scuola incantata. Sul fronte commerciale l'elenco prosegue fino a ottobre (per non andare oltre) con film molto attesi come *After 3*, *Shang-Chi e la leggenda dei Dieci Anelli*, *Hotel Transylvania 4*, *Dune*, *No Time to Die*, *Baby Boss 2*, *Venom: La furia di Carnage*, *Freaks Out* e *La famiglia Addams 2*. E se questi titoli si preannunciano i piloni portanti di un'offerta di forte appeal, la grande qualità non manca e arricchisce ulteriormente il ventaglio di film. Ma staccandosi per un momento dalle singole opere, dalle previsioni di incasso, e osservando il quadro complessivo da qualche metro di distanza, che cosa emerge? Un settore finalmente tornato compatto, fiducioso sul futuro e determinato a risollevarne le sorti di un'industria ferma da troppo tempo. Certo, sarà necessario gestire al meglio la quantità di prodotto pronto a essere "scongelato" dopo oltre un anno, che si aggiunge alle numerose produzioni (anche italiane) ultimate negli scorsi mesi. Bisognerà prestare maggiore attenzione al calendario dei film, evitando sovrapposizioni di target, battaglie di posizione e giochi di forza che non gioverebbero a nessuno. È il momento di remare tutti nella stessa direzione senza farsi abbattere dalle (inevitabili) cadute e mantenendo lo sguardo fisso all'orizzonte, per uscire tutti il prima possibile da questo lungo periodo di stallo.

di Paolo Sinopoli



LISTINO 2021-2022

THE SUICIDE SQUAD MISSIONE SUICIDA



Regia: James Gunn
Cast: Margot Robbie, Idris Elba, John Cena, Joel Kinnaman, Jai Courtney e Viola Davis.

L'UOMO NEL BUIO MAN IN THE DARK



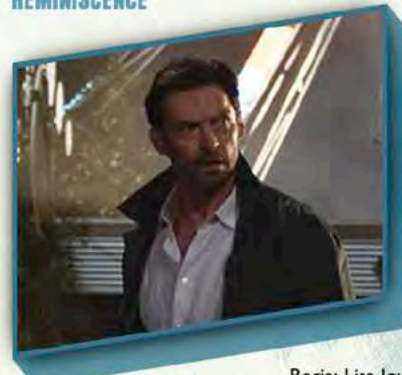
Regia: Rodo Sayagues
Cast: Stephen Lang, Brendan Sexton III e Madelyn Grace.

ME CONTRO TE IL FILM IL MISTERO DELLA SCUOLA INCANTATA



Regia: Gianluca Leuzzi
Cast: Luigi Calagna e Sofia Scalia
(Me Contro Te)

FRAMMENTI DAL PASSATO REMINISCENCE



Regia: Lisa Joy
Cast: Hugh Jackman, Rebecca Ferguson e Thandiwe Newton.

HOTEL TRANSYLVANIA UNO SCAMBIO MOSTRUOSO



Regia: Derek Drymon,
Jennifer Kluska.
Con le voci di Claudio Bisio
e Cristiana Capotondi.

MALIGNANT



Regia: James Wan
Cast: Annabelle Wallis e Maddie Hasson.

DUNE



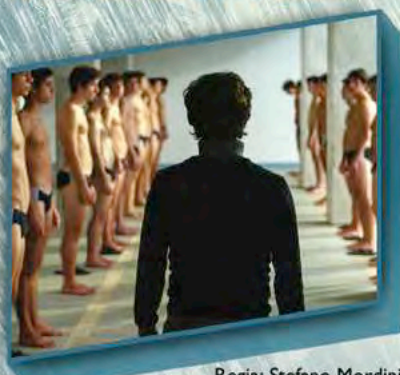
Regia: Denis Villeneuve
Cast: Timothée Chalamet, Rebecca Ferguson,
Oscar Isaac, Josh Brolin, Stellan Skarsgård,
Zendaya, con Jason Momoa e Javier Bardem.

SPACE JAM NEW LEGENDS



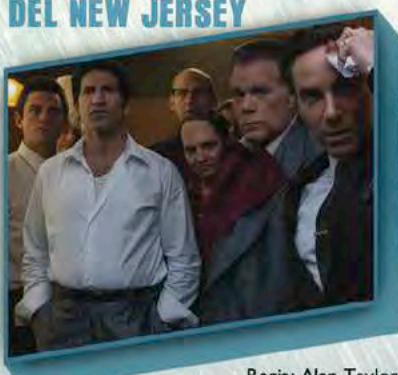
Regia: Malcolm D. Lee
Cast: LeBron James, Don Cheadle
e con... i Looney Tunes.

LA SCUOLA CATTOLICA



Regia: Stefano Mordini
Cast: Benedetta Porcaroli, Valeria Golino,
Riccardo Scamarcio, Jasmine Trinca, Valentina Cervi,
Giulio Pranno, Fabrizio Gifuni, Fausto Russo Alesi
e Federica Torchetti.

I MOLTI SANTI DEL NEW JERSEY



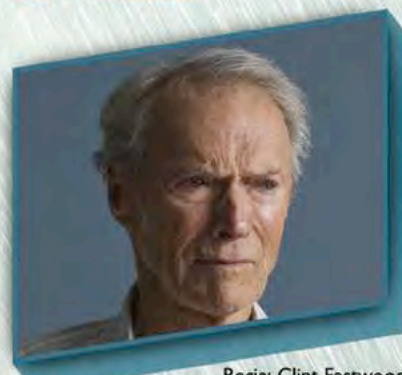
Regia: Alan Taylor
Cast: Alessandro Nivola, Jon Bernthal,
Michael Gandolfini, Ray Liotta e Vera Farmiga.

VENOM LA FURIA DI CARNAGE



Regia: Andy Serkis
Cast: Tom Hardy, Michelle Williams,
Naomie Harris e Woody Harrelson.

CRY MACHO



Regia: Clint Eastwood
Cast: Clint Eastwood

GHOSTBUSTERS
LEGACY



Regia: Jason Reitman
Cast: Finn Wolfhard, Bill Murray,
Mckenna Grace, Dan Aykroyd
e Sigourney Weaver.

MADRES PARALELAS



Regia: Pedro Almodóvar
Cast: Penélope Cruz, Milena Smit,
Julieta Serrano e Rossy De Palma.

KING RICHARD



Regia: Reinaldo Marcus Green
Cast: Will Smith, Aunjanue Ellis, Sanjya Sidney,
Demi Singleton, Jon Bernthal e Liev Schreiber.

RESIDENT EVIL
WELCOME TO THE RACCOON CITY



Regia: Johannes Roberts
Cast: Kaya Scodelario, Hannah John-Kamen,
Robbie Amell e Tom Hopper.

THE MATRIX 4



Regia: Lana Wachowski
Cast: Keanu Reeves e Carrie-Anne Moss.

SPIDER-MAN
NO WAY HOME



Regia: Jon Watts
Cast: Tom Holland, Zendaya, Jacob Batalon,
Benedict Cumberbatch.

OPERATION MINCEMEAT



Regia: John Madden
Cast: Colin Firth, Matthew Macfadyen,
Kelly Macdonald e Penelope Wilton.

MORBIUS



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

UNCHARTED



Regia: Ruben Fleischer
Cast: Tom Holland, Mark Wahlberg,
Sophia Ali, Tati Gabrielle
e Antonio Banderas.

THE BATMAN



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



SIAMO PRONTI
A TUTTO
PER LA MAGIA
DEL CINEMA



LISTINO 2021/2022



UNA FEMMINA

Regia di **FRANCESCO COSTABILE**

Con **Lina Siciliano, Fabrizio Ferracane, Annamaria De Luca, Simona Malato, Luca Massaro, Mario Russo, Vincenzo De Rosa, Francesca Ritrovato**

Produzione **TRAMP - O' GROOVE**



CON TUTTO IL CUORE

Regia di **VINCENZO SALEMME**

Con **Vincenzo Salemme, Serena Autieri, Cristina Donadio**, con la partecipazione straordinaria di **Maurizio Casagrande**

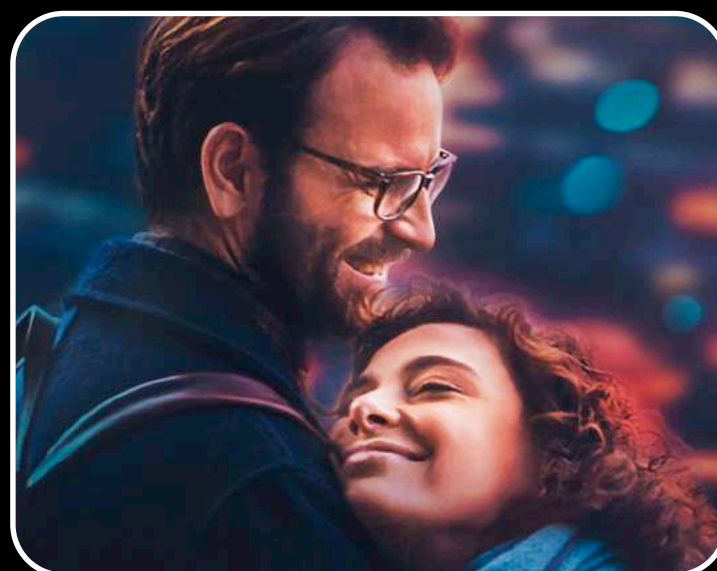
Produzione **CHI È DI SCENA**



TUTTI A BORDO

Regia di **LUCA MINIERO**

Produzione **INDIANA PRODUCTION**



SUPEREROI

Regia di **PAOLO GENOVESE**

Con **Alessandro Borghi, Jasmine Trinca, Greta Scarano, Vinicio Marchioni, Linda Caridi** e con la partecipazione di **Elena Sofia Ricci**

Produzione **LOTUS PRODUCTION**, una società di **LEONE FILM GROUP**

ANTICIPAZIONI

IL PRIMO GIORNO DELLA MIA VITA

Regia di **PAOLO GENOVESE**

Con **Toni Servillo, Valerio Mastandrea, Margherita Buy, Sara Serraiocco, Giorgio Tirabassi** e con la partecipazione di **Lino Guanciale**

Produzione **LOTUS PRODUCTION**, una società di **LEONE FILM GROUP**

NOSTALGIA

Regia di **MARIO MARTONE**

Con **Pierfrancesco Favino, Francesco Di Leva**
Produzione **PICOMEDIA - MAD ENTERTAINMENT**

THE MAESTRO

Regia di **ROLAND JOFFÉ**

Con **Thomas Kretschmann, Raoul Bova, Claudia Gerini**

TUTTI I COLORI DEL NOSTRO CINEMA



UNA NOTTE DA DOTTORE

Regia di GUIDO CHIESA
Con Diego Abatantuono, Frank Matano
Produzione COLORADO FILM



MOLLO TUTTO E APRO UN CHIRINGUITO

Regia di PIETRO BELFIORE, DAVIDE BONACINA, ANDREA FADENTI,
ANDREA MAZZARELLA, DAVIDE ROSSI
Con Germano Lanzoni, Valerio Airò, Paolo Calabresi, Pino & gli Anticorpi, Benito Uргу
e con la partecipazione straordinaria di Claudio Bisio, Favij e Jake La Furia
Produzione QMI - RAMAYA PRODUCTIONS



IO E MUKTI (AKA TIGER'S NEST)

Regia di HUGH HUDSON e BRANDO QUILICI
Con Sunny Pawar, Claudia Gerini
Produzione HD PRODUCTION



TRAFFICANTE DI VIRUS

Regia di COSTANZA QUATRIGLIO
Con Anna Foglietta
Produzione PICOMEDIA

L'ULTIMA VOLTA CHE SIAMO STATI BAMBINI

Produzione BARTLEBYFILM - SOLEA

UN FILM DI FICARRA & PICONE

Produzione TRAMP

UN FILM DI ALDO, GIOVANNI E GIACOMO

Produzione AGIDI DUE

SEGUICI SU



www.medusa.it

12

COVER STORY
**INVESTIAMO
SUL FUTURO**

Intervista a Xavier Albert, nuovo
Managing Director di Universal
Pictures International Italy



24



22

PIATTAFORME

**SI CHIAMA ITSART, MA SEMBRA DI
LEGGERE CHILI**

Uno sguardo più approfondito al nuovo portale voluto dal ministro Franceschini, online dal 31 maggio. Gestito da CDP e Chili, sembrerebbe proprio quest'ultima a trarne i maggiori vantaggi

24

INTERVISTE

**ESERCIZIO, TRA PASSATO,
PRESENTE E FUTURO**

Alcuni esercenti indipendenti raccontano la sopravvivenza a denti stretti durante la pandemia ed evidenziano le questioni più urgenti che il mercato è chiamato ad affrontare



56

56

ANIMAZIONE

35 ANNI DI PIXAR,
VERSO L'INFINITO E OLTRE

Ripercorriamo le tappe di un successo costellato di sfide tecnologiche che parevano impossibili, accordi miliardari e film che hanno cambiato per sempre la storia del cinema

66

PREMI

A VENEZIA TORNA
IL FILMING ITALY BEST MOVIE AWARD
Si terrà il 5 settembre al Lido la cerimonia di consegna del premio al meglio del cinema e della serialità italiana e internazionale ideato da Tiziana Rocca e Vito Sinopoli

50

44

VOD

L'EUROPA CHE PIACE

Le grandi piattaforme globali dello streaming sono sempre più affamate di contenuti realizzati al di fuori dagli Usa e il merito non è solo della Direttiva che ha imposto a questi Big un maggior sostegno alle nostre produzioni

50

SCENARI

LA GUERRA DEI CONGLOMERATI
Il mondo dei media va verso uno scontro tra potenze sempre più conglomerate, alla ricerca dell'unica risorsa capace di fare la differenza: la proprietà intellettuale dei contenuti



**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



Anno XXV N.11-12
31 LUGLIO-15 AGOSTO 2021

Direttore responsabile
Vito Sinopoli

Responsabile di redazione Paolo Sinopoli
Redazione Valentina Torlaschi
Hanno collaborato Annalisa La Rosa, Roberta Pacifici, Ilaria Ravarino

Grafica e fotolito Emmegi Group Milano
Caposervizio redazione grafica Alda Pedrazzini
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

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 28 giugno 2021

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA DI SETTORE

SCOPRI COME ABBONARSI A BOX OFFICE



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



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



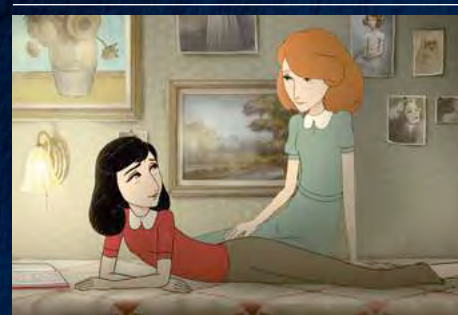
SUPERNOVA

UN FILM DI HARRY MACQUEEN
CAST COLIN FIRTH STANLEY TUCCI



NOWHERE SPECIAL

UN FILM DI UBERTO PASOLINI
CAST JAMES NORTON DANIEL LAMONT



WHERE IS ANNE FRANK?

UN FILM DI ARI FOLMAN



QUO VADIS, AIDA?



UN FILM DI JASMILA ŽBANIĆ
CAST JASNA ĐURIČIĆ IZUDIN BAJROVIĆ
BORIS LER DINO AJROVIĆ BORIS ISAKOVIĆ



ZLATAN

UN FILM DI JENS SJOGREN
CAST DOMINIC BAJRAKTARI ANDERSSON
GRANIT RUSHIT



WHAT'S LOVE GOT TO DO WITH IT?

UN FILM DI SHEKHAR KAPUR
CAST EMMA THOMPSON LILY JAMES



DECISION TO LEAVE

UN FILM DI PARK CHAN-WOOK
CAST TANG WEI GO KYUNG-PYO



OFFICIAL COMPETITION

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



MOTHERING SUNDAY

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



A HERO

DAL REGISTA DUE VOLTE PREMIO OSCAR



UN FILM DI ASGHAR FARHADI
CAST AMIR JADIDI MOHSEN TANABANDEH



ALINE

IL BIOPIC CHE RIPERCORRE LA CARRIERA
DI CÉLINE DION



UN FILM DI VALÉRIE LEMERCIER
CAST VALÉRIE LEMERCIER SYLVAIN MARCEL



FLAG DAY

UN FILM DI SEAN PENN
CAST SEAN PENN JOSH BROLIN MILES TELLER

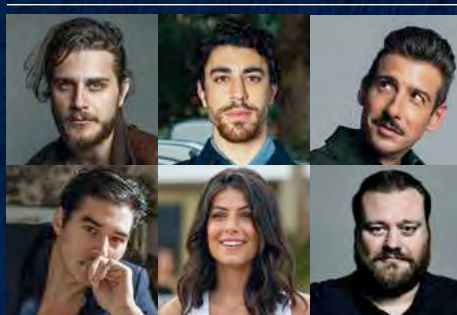


CINEMA ITALIANO



IO SONO BABBO NATALE

UN FILM DI **EDOARDO FALCONE**
CAST **GIGI PROIETTI MARCO GIALLINI**



LA DONNA PER ME

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



L'ARMINUTA

TRATTO DALL'OMONIMO ROMANZO DI DONATELLA
DI PIETRANTONIO, CANDIDATA AL PREMIO STREGA 2021

UN FILM DI **GIUSEPPE BONITO**
CAST **SOFIA FIORE CARLOTTA DE LEONARDIS VANESSA**
SCALERA FABRIZIO FERRACANE ELENA LIETTI



I PROFETI

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



ENNIO: IL MAESTRO

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



SALVATORE: SHOEMAKER OF DREAMS

UN FILM DI **LUCA GUADAGNINO**
CAST **MARTIN SCORSESE MICHAEL STUHLBARG**
CHRISTIAN LOUBOUTIN



EVENTO



FREAKS OUT UN FILM DI **GABRIELE MAINETTI**
CAST **AURORA GIOVINAZZO CLAUDIO SANTAMARIA**
PIETRO CASTELLITTO GIANCARLO MARTINI GIORGIO TIRABASSI



GLI IDOLI DELLE DONNE UN FILM DI **LILLO E GREG**
CAST **LILLO E GREG ILARIA SPADA FRANCESCO ARCA**
CORRADO GUZZANTI MARYNA



LA BEFANA VIEN DI NOTTE 2 - LE ORIGINI
UN FILM DI **PAOLA RANDI** CAST **MONICA BELLUCCI ZOE MASSENTI**
ALESSANDRO HABER HERBERT BALLERINA CORRADO GUZZANTI FABIO DE LUIGI



ALTRIMENTI CI ARRABBIAMO UN FILM DI **YOUNUTS!**
CAST **EDOARDO PESCE ALESSANDRO ROJA ALESSANDRA MASTRONARDI**
CHRISTIAN DE SICA

INVESTIAMO SUL *FUTURO*

SALDO ALLA GUIDA DI UNIVERSAL PICTURES IN FRANCIA, XAVIER ALBERT È PRONTO A RACCOGLIERE IL TESTIMONE DA RICHARD BORG E A GUIDARE LA MAJOR ANCHE NEL MERCATO ITALIANO IN VESTE DI MANAGING DIRECTOR. CREDE IN UN RAPPORTO VIRTUOSO CON L'ESERCIZIO, NEL FUTURO DEL CINEMA E IN UN MODELLO DI WINDOW PIÙ FLESSIBILE (MA A TUTELA DELL'ESPERIENZA THEATRICAL). E NELLA DESTAGIONALIZZAZIONE INDIVIDUA LA GRANDE SFIDA PER LA CRESCITA DEL SETTORE

di Paolo Sinopoli - Foto di Olivier Vigerie





E

impaziente Xavier Albert di ricoprire il doppio ruolo di responsabilità all'interno di Universal Pictures International. Saldo al timone della major in Francia, è pronto a raccogliere il testimone da Richard Borg (in uscita dopo oltre 30 anni di carriera) e ad assumere la veste di Managing Director anche per il mercato italiano. «Non vedo l'ora di incontrare il più possibile gli esercenti italiani, i media partner e i produttori, con cui auspico una collaborazione aperta e trasparente. Soprattutto con gli esercenti – poiché condividiamo con loro le entrate – credo in un rapporto vantaggioso per tutti con una maggiore condivisione dei dati», spiega entusiasta. E in attesa di dedicare

anima e corpo a questa nuova avventura professionale, Albert non manca di ringraziare il team italiano: «Innanzitutto, voglio manifestare tutta la mia ammirazione per la leadership e la carriera di Richard. Ringrazio anche l'intero team di UPI Italia per la calorosa accoglienza e il supporto in questo periodo di transizione. Con Richard, ancora in carica dall'annuncio della mia nomina a fine marzo, abbiamo avuto tutto il tempo per discutere e condividere tanti argomenti fino all'inizio ufficiale del mio contratto, avvenuto la prima settimana di luglio. Mi dedicherò completamente al mercato italiano a partire da fine agosto/inizio settembre, trascorrendo almeno tre giorni a settimana a Roma. Sono emozionato e onorato di questa nuova opportunità, poiché l'Italia è il Paese del mio cuore (sono sposato con una donna italiana da oltre 10 anni). Questo doppio ruolo è un nuovo modello che Universal Pictures International sta testando e penso sia un grande segno di elasticità e mobilità interna. Tuttavia, non potrei farlo senza due grandi team di Senior Management sia in Francia che in Italia. Saranno loro la chiave del successo di questa nuova struttura. Per l'Italia, in particolare, in prima linea su molte iniziative locali come key leaders del mercato ci saranno

Massimo Proietti (Marketing Director), Marco D'Andrea (Sales Director), Fabrizio Conti (Finance Director) e Carla Guaraldo (HR Manager)».

Il mercato ripone grandi speranze nel listino Universal del prossimo semestre. Quali sono le vostre aspettative attorno a top titles come *Fast & Furious 9*, *No Time to Die* e *Baby Boss 2*?

Nonostante sia stato perso un intero semestre, il 2021 resta sicuramente un anno molto importante. Non solo perché dovrebbe essere un anno di recupero, ma anche per il nostro line-up composto da diversi titoli molto attesi in uscita nei prossimi mesi. Il nono capitolo della saga *Fast & Furious* sarà la nostra prima grande priorità. Speriamo di rinvigorire l'intero settore con il titolo più importante dalla riapertura dello scorso aprile. Per il lancio marketing è stato previsto un investimento mai stato così alto per un titolo Universal, perché crediamo fortemente che *Fast & Furious 9* debba essere visto sul grande schermo. Ad esempio, abbiamo sfruttato l'eccezionale vetrina degli Europei di Calcio per promuovere il film. Il nostro obiettivo è quello di avvicinarci al risultato raggiunto da *Fast & Furious 8* nel 2017. Sarà un grande evento anche



Fast & Furious 9, nono capitolo della saga ad alta velocità, sarà la prima grande priorità di Universal. Per il lancio marketing è stato previsto un investimento mai stato così alto per un titolo della major

il prossimo titolo di James Bond, il tanto atteso *No Time to Die*, che non vediamo l'ora di distribuire in Italia, tra i primi territori a poter contare sull'uscita in sala del film. Per quanto riguarda l'animazione, abbiamo due franchise importanti. Il primo sarà *Baby Boss 2*, in linea con l'opera originale e un'altra esplosione di pura creatività e umorismo che dovrebbe accontentare un vasto pubblico all'inizio di ottobre. Infine, a chiudere quest'anno impegnativo sarà *Sing 2*, il titolo perfetto per le festività natalizie da vedere al cinema con gli amici e tutta la famiglia.

Come prevedete di chiudere quest'anno così complesso?

Come ho detto, abbiamo grandi speranze e sicuramente un elenco di titoli forti per il futuro che speriamo possano fornire agli esercenti un supporto sostanziale in questo periodo di ripresa. Tuttavia, è ancora un periodo di "convalescenza" e il ritorno al cinema di alcuni segmenti di pubblico potrebbe essere più lento del previsto. Ovviamente, l'ultimo trimestre sarà più importante che mai per il mercato. Investiremo molto sui top titles per promuovere l'esperienza in sala, con l'obiettivo di preparare il terreno per essere pronti a un 2022 eccezionale.

Può darci qualche anticipazione sulla vostra offerta del 2022?

Potremo contare su un listino estremamente variegato che siamo certi contribuirà al successo di un anno straordinario (esclusi imprevisti legati al Covid). Il 2022 vedrà il ritorno di uno dei nostri più grandi franchise, *Jurassic World: Il dominio*, ancora una volta diretto da Colin Trevorrow (responsabile del rilancio di questa IP nel 2015), che vedrà il ritorno del cast originale. Avremo poi due fantastici franchise di animazione grazie ai nostri due studios: *Minions 2: Come Gru diventa cattivissimo* di Illumination Entertainment e il sequel *Il gatto con gli stivali: L'ultimo desiderio* di Dreamworks Animation, che ci porterà anche un una nuova IP molto eccitante dal titolo *Troppo cattivi (The Bad Guys)*. Ad arricchire il nostro line-up 2022 saranno i film di molte celebrità come Michael Bay, Jordan Peele, >



Robert Eggers, Jennifer Lopez, Julia Roberts, George Clooney e tanti altri.

Quando pensa che il box office italiano potrà tornare ad avvicinarsi ai numeri pre-pandemia?


È una domanda molto difficile, poiché in questo momento ogni previsione sul futuro deve fare i conti con un panorama ancora incerto e in continua trasformazione. Tuttavia, resto ottimista per quanto riguarda l'attività theatrical. Se riusciremo a lasciarci definitivamente alle spalle il Covid nei prossimi mesi, sono certo che prevarrà il bisogno delle persone di vivere esperienze emozionanti e condivise. La prossima stagione potrebbe essere un periodo di grande rinascita per i cinema italiani.

Pensa che quest'anno di pandemia abbia portato a una disabitudine verso l'esperienza cinematografica e che dovremo combattere per riconquistare il "vecchio" pubblico?

Penso sia più una questione di abitudini. Sicuramente riconquistare gli spettatori poco frequentanti (chi va al cinema 4 o 5 volte l'anno) potrebbe risultare difficile, in quanto il cinema non è mai stato una priorità per questo segmento di pubblico (oggi ancora meno). Ecco perché abbiamo bisogno di una vera unione di intenti da parte di tutta l'industria cinematografica locale, con attori/produttori/distributori/esercenti che supportino il più possibile l'esperienza theatrical. Il contributo del Governo italiano sarà determinante anche in termini di eventuali incentivi.

E come attrarre e incentivare le nuove generazioni, ovvero gli spettatori di domani?

Sono convinto che l'esperienza cinematografica possa essere estremamente innovativa e attrattiva per le nuove generazioni, specialmente in futuro. Ovviamente questo richiederà molti sforzi collettivi e, di conseguenza, forti investimenti. I distributori hanno una grande responsabilità in questa battaglia di comunicazione per far emergere i loro film, ma hanno definitivamente gli strumenti e le capacità per farlo. Non devono sentirsi da meno rispetto alle piattaforme streaming. Al contrario, possono



Attesissimo il prossimo titolo di James Bond, *No Time to Die*, che arriverà sul grande schermo a ottobre in Italia, tra i primi territori a poter contare sull'uscita in sala del film

rappresentare un modello nella promozione dei loro titoli. Credo poi che i titoli in streaming possano alimentare l'amore per il cinema in generale, a maggior ragione tra i più giovani, contribuendo anche alla scoperta di nuovi talent. Non ci sono più frontiere, ormai ci muoviamo in un ecosistema di distribuzione cinematografica unico.

In Nord America, Universal ha stretto accordi con tutti i principali circuiti cinematografici per window ridotte in base all'incasso nel primo weekend, mentre in Italia ha fissato una finestra per la sala a 60 giorni. Qual è la strategia dietro a queste intese?

Ogni territorio è diverso e opera a modo suo a seconda del mercato locale, della concorrenza, delle diverse parti coinvolte e della regolamentazione. Con il Senior Management Team italiano e in accordo con la sede americana, pensiamo di aver raggiunto un giusto compromesso per tutti, dimostrando che crediamo nel business theatrical. Sulla base dei nostri dati storici al box office e delle recenti decisioni dei nostri concorrenti locali, nove weekend di esclusiva per gli esercenti italiani è la soluzione più sensata in un panorama sempre più dinamico ed è questo il modello che vorremmo sperimentare. La realtà è che nessuno sa davvero quale sia il modello di distribuzione perfetto e, nonostante i vari esperimenti, nessuno pare aver trovato ancora una formula definitiva. Tuttavia, Universal è ben consapevole dell'importanza della finestra theatrical, non solo come generatore di un flusso di entrate, ma anche per far emergere i film e creare un vero e proprio evento culturale.

Nell'anno passato i grandi studios hanno sperimentato diversi modelli di business. Alcuni film sono stati preservati per la sala, altri sono usciti direttamente in piattaforma, altri ancora in contemporanea in sala e streaming. Come immagina lo scenario post-pandemia?

In questa fase, sarebbe estremamente arrogante affermare di avere una visione chiara sullo scenario post-pandemia e non è ancora emerso un modello chiaro e definitivo. Tuttavia, è certo che abbiamo bisogno di maggiore elasticità e >



che, nonostante la necessità di assicurare un'esclusiva theatrical, le window non potranno essere le stesse di prima. Ma resto ottimista sul futuro del cinema perché credo davvero che questo sia un unico ecosistema di distribuzione cinematografica e diverse window saranno utili per tutti, alimentando l'intero sistema. Penso anche che le produzioni locali saranno sempre più importanti a livello internazionale, quindi ci saranno crescenti opportunità per produttori e talent italiani.

Dovremo aspettarci da NBCUniversal un ecosistema sempre più integrato tra cinema e vod?

Onestamente non posso ancora rispondere a questa domanda. Ma se saremo in grado di ridurre tutti insieme le window locali, gli importanti investimenti nelle uscite in sala

rettamente da volano per il business vod transazionale.

La cartina geografica dell'industria cinematografica mondiale è in continuo mutamento tra fusioni, vendite e acquisizioni miliardarie. Non da ultime la nascita di Warner Bros. Discovery e l'acquisizione di MGM da parte di Amazon. Quali saranno le conseguenze di queste operazioni sul settore?

Per un'esigenza di concentrazione, le fusioni sembrano inevitabili in questa fase. È in atto, più che mai, una battaglia per ottenere i migliori film e talent, qualunque sia il modello distributivo dei contenuti. Tuttavia, significa anche che appariranno nuove opportunità per film, produttori, sceneggiatori e talent locali. Il cosiddetto aspetto "glocal" della nostra attività sarà sempre più rilevante.

A differenza dell'Italia, in Francia hanno aperto subito tutti i cinema su scala nazionale. Quali sono i fattori che hanno reso possibile questa forte ripartenza nel Paese d'oltralpe?

Innanzitutto, c'è in qualche modo un'innegabile differenza culturale tra Francia e Italia, basta guardare i numeri di frequenza in sala pro capite (più di 3 in Francia, contro 1,8 in Italia). Va poi evidenziato anche un aspetto stagionale, poiché sappiamo che la tarda primavera/inizio estate può essere un periodo complicato per il mercato italiano, a differenza della Francia. Sono stati fatti anche enormi sforzi collettivi per riavviare il motore tra i vari players francesi nell'industria cinematografica, ed è stata realizzata una massiccia copertura mediatica alla riapertura. È come se tutti avessero compreso improvvisamente l'importanza del cinema e il loro ruolo essenziale nella vita sociale. Inoltre, ricordo che abbiamo fatto una sorta di "prova generale" lo scorso dicembre, quando tutti erano pronti per riaprire e all'ultimo minuto il Governo francese non ha dato l'autorizzazione. Questo spirito nazionale è stato chiaramente sostenuto da una forte offerta di prodotto locale tramite film "congelati" dopo solo una settimana di programmazione a ottobre e ancora dotati di un forte appeal (*Adieu Les Cons* di Albert Dupontel) e alcuni nuovi titoli

interessanti rivolti a una vasta gamma di target, dai cinefili a un pubblico più giovane. Tra quest'ultimi, ha sorpreso l'eccezionale successo del manga giapponese *Demon Slayer*. Infine, è stato fondamentale il sostegno finanziario del Governo francese attraverso il CNC (Centro Nazionale di Cinematografia). Insomma, c'erano tutti gli ingredienti per rassicurare gli esercenti e farli riaprire.

Quali ritiene siano i punti di forza del mercato italiano e i punti deboli su cui si può ancora migliorare?

Ad essere sincero, sono ancora all'inizio della mia curva di apprendimento per quanto riguarda il mercato italiano. Ma sento di poter affermare con sicurezza che in Italia l'esperienza sociale resta al centro delle abitudini degli italiani, che amano condividere una vasta gamma di emozioni con famiglie e amici. Non c'è, quindi, posto migliore del cinema che offra questo tipo di esperienza. Pertanto, animazione e grandi franchise



A chiudere il 2021 sarà, nelle festività natalizie, l'animation per famiglie *Sing 2*

potranno ottenere performance addirittura superiori al solito. Anche l'arthouse è un segmento molto interessante dove probabilmente ci sono margini di miglioramento, soprattutto per alcuni titoli di nicchia. L'Italia ha sempre avuto un ruolo centrale nella storia del cinema e spero, come spettatore, di scoprire nuovi giovani autori. In termini di debolezza generale, ciò che è decisamente eviden-



A inizio ottobre uscirà in sala il sequel animato *Baby Boss 2*

te, e più volte discusso negli ultimi anni, è la forte stagionalità del mercato tra maggio e agosto. Si tratta di una sfida enorme che l'industria, insieme alle autorità locali, deve risolvere gradualmente ma in maniera definitiva.

Come giudica il progetto italiano #soloalcinema per incentivare il ritorno del pubblico in sala? Cosa si potrebbe fare ancora in questa direzione?

Apprezzo molto questa iniziativa che porta alcune grandi idee creative. Ho potuto leggere la sceneggiatura dello spot originale poiché Massimo Proietti, il nostro direttore marketing, fa parte del "tavolo di comunicazione". Questo spot girato con talent italiani è un grande esempio di marketing. Molto interessante anche l'iniziativa Notte Bianche, organizzata da Alice nella Città, che gli amanti del cinema dovrebbero abbracciare pienamente. Credo che questi sforzi collettivi di comunicazione passino sia attraverso un'importante campagna pubblicitaria, sia tramite iniziative tattiche sui social media, e dovrebbero essere realizzati più spesso. È tempo di dire ad alta voce che l'esperienza sul grande schermo è tornata ed è necessaria alle nostre vite.

Che tipo di rapporto auspica tra Universal e l'esercizio italiano per una collaborazione sempre più virtuosa?

Sono molto impaziente di incontrare il più possibile gli esercenti italiani,

con cui auspico una collaborazione aperta e trasparente. Soprattutto con gli esercenti, poiché condividiamo con loro le entrate, credo in un rapporto vantaggioso per tutti con una maggiore condivisione dei dati.

Gli esercenti possiedono una quantità eccezionale di dati e una conoscenza del proprio pubblico che speriamo di poter utilizzare in modo più proattivo e in piena collaborazione per le nostre campagne marketing, così da poter continuare a corroborare un forte desiderio di cinema. Ovviamente le piattaforme streaming hanno risorse e montagne di dati, ma gli esercenti non dovrebbero sottovalutare la forza della relazione con i loro clienti, che possono persino incontrare fisicamente.

In Italia, Universal vanta già due collaborazioni importanti con Vision Distribution e Lucky Red. Come intendete proseguire questo tipo di rapporti?

Ho già avuto modo di incontrare i team di Vision e Lucky Red. Sono stati incontri molto interessanti e ho apprezzato la loro grande professionalità. Abbiamo molto, come Universal, da offrire in questa partnership, ma anche molto da imparare. Ho trovato significativo lo stile con cui Lucky Red lavora sui propri film e gli obiettivi che riesce a raggiungere. Ho già visto in anteprima qualche film di Vision e mi auguro che riescano a riportare presto al cinema un'importante fascia di pubblico italiano. Queste due partnership sono strategiche per Universal e intendiamo consolidarle e svilupparle, anche in modalità diverse, sin da subito.

© 2020 UNIVERSAL STUDIOS. All Rights Reserved (1). © 2020 DANJAG, LLC AND MGM. All Rights Reserved (1). © 2020 DreamWorks Animation LLC. All Rights Reserved (1). © 2021 UNIVERSAL STUDIOS. All Rights Reserved (1)



AL MONDO SERVIRÀ UN EROE,
MA AVRÀ SOLO GUY.

FREE GUY

EROE PER GIOCO
DALL'11 AGOSTO AL CINEMA



Migliori Amici per Sempre*

(*la durata della batteria può variare)



RON

UN AMICO FUORI PROGRAMMA

DAL 21 OTTOBRE AL CINEMA

SI CHIAMA ITSART, MA SEMBRA DI LEGGERE CHILI

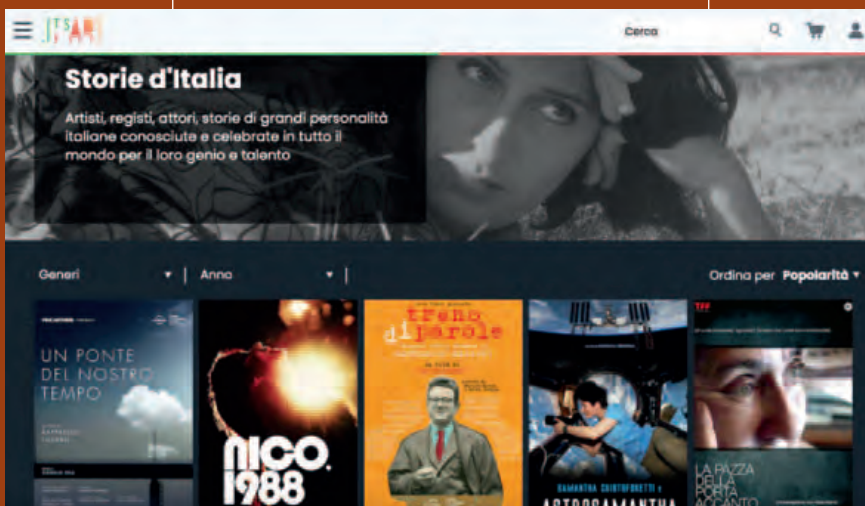
CON UN CATALOGO RISICATO E PREZZI TUTT'ALTRO CHE COMPETITIVI, LO SCORSO 31 MAGGIO HA DEBUTTATO ONLINE IL PORTALE VOLUTO DAL MINISTRO FRANCESCHINI. A GESTIRLO, UNA SOCIETÀ PARTECIPATA AL 51% DA CASSA DEPOSITI E PRESTITI E AL 49% DA CHILI. E SEMBREREBBE PROPRIO QUEST'ULTIMA, AL MOMENTO, A TRARNE I MAGGIORI VANTAGGI

a cura della redazione

La “Netflix della cultura italiana”. Così il Ministro Franceschini definì per la prima volta, nell'aprile 2020, il progetto di costruire una piattaforma streaming per la fruizione di spettacoli teatrali, concerti, film, visite virtuali a musei e altri luoghi d'arte in Italia. La piattaforma ha ora il nome ufficiale di ITSART, ma sul web e sulla stampa sono ormai in molti ad averla ribattezzata la “Chili della cultura italiana”. Questo perché Chili – che di ITSART è “partner industriale del progetto” e socio privato di minoranza al 49% – sembrerebbe essere, al momento, il soggetto a trarre i maggiori vantaggi dall'operazione. Come già messo in luce da *Box Office* nel numero di gennaio-febbraio 2021 e sulle sito *e-duesse.it*, il coinvolgimento di Chili può sembrare uno “strano caso di salvataggio aziendale”. Selezionata – come si legge sul sito *itsart.tv* – “per il suo know how industriale e tecnologico”, Chili è andata ad affiancare il socio di maggioranza Cassa Deposito e Prestiti (che detiene il 51%). Nel dettaglio, CDP ha messo 6,25 milioni di euro (di cui 5,7 come sovrapprezzo e

510mila a titolo di capitale), mentre Chili ha partecipato con un totale di 6 milioni di euro che sono stati dati sotto forma in infrastruttura tecnologica e know-how. Nessun versamento “cash”, dunque, per Chili che, negli ultimi anni ha registrato importanti perdite. Secondo quanto

(decreto Rilancio), il 31 maggio ITSART ha poi debuttato online con 700 ore di contenuti (un competitor diretto quale Nexo+, al lancio di marzo, di ore di contenuti ne aveva 1.500). La sezione “Storie” dedicata al cinema e all'audiovisivo offre, al momento, poco più di 250 contenuti e, se diversi sono gratuiti, quelli a pagamento hanno spesso prezzi fuori dalla media del mercato (giusto per fare un esempio, *Nico, 1988* costa 3,9 euro in noleggio e 6,9 euro in acquisto, quando su RaiPlay è gratuito). A differenza di altri servizi streaming in lancio, non è poi stata prevista nessuna settimana di prova o una scontistica di partenza. All'appello manca anche un'App per facilitare la fruizione dei



riportato recentemente da *L'Espresso*, il valore di esattamente 6 milioni di euro dell'infrastruttura tecnologica e know-how dato da Chili sarebbe stato stabilito da una perizia presentata da Chili stessa e svolta da “una società romana, di non gigantesche dimensioni, che avrebbe dichiarato ricavi per 71.000 euro nel 2019 e 38.000 nel 2018”.

Contando su un contributo da 10 milioni di euro del Ministero della Cultura

contenuti su smartphone o altri device, oltre al comando di Parental Control. Inoltre ITSART, che vuole essere una finestra sulla cultura italiana nel mondo, al momento è visibile solo in Italia e nel Regno Unito. Un po' poco alla partenza. Ma il sito rassicura che “entro la fine del 2021 sarà disponibile in Europa e dal 2022 sui principali mercati internazionali con contenuti in numerose lingue”. Vedremo... **BO**

BACK TO CINEMA! KOCH MEDIA

ALICE NON LO SA

REGIA: Diego Amodio

CAST: Violante Placido (*Lezioni di cioccolato, The American*), Claudia Pandolfi (*La prima cosa bella, Quando la notte*), Paola Minaccioni (*Mine vaganti, Ma cosa ti dice il cervello*), Matilde Gioli (*Il capitale umano, Gli uomini d'oro*)

GENERE: Commedia irriverente
USCITA: SETTEMBRE 2021

Una brillante commedia italiana che, a colpi di battute ciniche, mostra tutte le sfaccettature della femminilità attraverso un cast d'eccezione.

GRETA

REGIA: Neil Jordan (*La moglie del soldato, Intervista col vampiro*)

CAST: Isabelle Huppert (*Elle, La pianista, 8 donne e un mistero*), Chloë Grace Moretz (*Seven, Hugo Cabret, Suspiria, Kick-Ass*)

GENERE: Thriller, Drammatico
USCITA: SECONDO SEMESTRE 2021

Diretto dal premio Oscar® Neil Jordan, un thriller angosciante che racconta la storia di una strana amicizia tra due donne che lentamente si trasforma in un incubo, con una strepitosa Isabelle Huppert.

I'M YOUR MAN

REGIA: Maria Schrader

CAST: Dan Stevens (*Downton Abbey, La bella e la bestia*), Maren Eggert, Sandra Hüller

GENERE: Commedia romantica
USCITA: DAL 14 OTTOBRE

Una commedia a cavallo tra il romantico e il fantascientifico che si è aggiudicata l'Orso d'Argento per la Miglior Performance femminile all'ultimo Festival di Berlino.

THE SAVIOUR FOR SALE: THE STORY OF THE SALVATOR MUNDI

REGIA: Antoine Vitkine

GENERE: Documentario
USCITA: SECONDO SEMESTRE 2021

Un moderno racconto di globalizzazione, *The Saviour For Sale* scava tra i segreti del mondo dell'arte ed esplora l'influenza che un dipinto può esercitare sugli interessi personali e geopolitici. Il *Salvator Mundi* è davvero opera di Leonardo o si tratta di una delle più grandi truffe della storia dell'arte?

BELLE

REGIA: Mamoru Hosoda

(*La ragazza che saltava nel tempo, Wolf Children, The Boy and the Beast, Mirai*)

GENERE: Anime
USCITA: SECONDO SEMESTRE 2021

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



In collaborazione con

I WONDER
PICTURES

JOSEE, LA TIGRE E I PESCI

REGIA: Kôtarô Tamura

GENERE: Anime
USCITA: EVENTO INVERNO 2021

Tratto dal romanzo della pluripremiata autrice Seiko Tanabe e realizzato dal celebre studio autore della serie anime del momento *My Hero Academia*, *Josee, La Tigre e i Pesci* è una storia di amicizia e amore potente e commovente.



ALLA RICERCA DI DOREMI

REGIA: Jun'ichi Satô
(*Sailor Moon, Miyo – Un Amore Felino, Yu Kamatani (Pretty Cure)*)

GENERE: Anime
USCITA: EVENTO INVERNO 2021

Una moderna storia di magia e amicizia che celebra il 20° anniversario del franchise di Magica Doremi, amatissimo dalle vecchie e nuove generazioni italiane.



DIGIMON ADVENTURE: LAST EVOLUTION KIZUNA

REGIA: Tomohisa Taguchi
(*Akudama Drive*)

GENERE: Anime
USCITA: EVENTO INVERNO 2021

Dai produttori del grande successo internazionale "*Dragon Ball Super: Broly – Il Film*", arriva il nuovo lungometraggio della serie che ha segnato un'intera generazione e che celebra il suo 20° anniversario.



MIDNIGHT
FACTORY

KOCH MEDIA

anime
FACTORY

MidnightFactoryIT 00Factory
www.midnightfactory.it

Koch Films Koch Media Italia KochMediaIT

AnimeFactoryIT
www.animefactory.it

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

ESERCIZIO, tra *PASSATO*, PRESENTE e FUTURO



ALCUNI ESERCENTI INDIPENDENTI RACCONTANO LA SOPRAVVIVENZA A DENTI STRETTI IN QUESTO ANNO E MEZZO DI PANDEMIA, SEGNATO DA DIFFICOLTÀ MAI AFFRONTATE PRIMA D'ORA. E SULLE QUESTIONI CHE IL MERCATO È CHIAMATO AD AFFRONTARE, EVIDENZIANO I TEMI PIÙ URGENTI E AVANZANO PROPOSTE NELLA SPERANZA DI RECUPERARE VELOCEMENTE IL TEMPO PERDUTO

PIÙ FLESSIBILITÀ ALL'ESERCIZIO

ANDREA STRATTA

AMMINISTRATORE DELEGATO
DI NOTORIOUS CINEMAS



In questo anno e mezzo abbiamo approfittato dei momenti di chiusura per ristrutturare completamente il cinema Gloria di Milano e per completare le ultime due sale della struttura di Rovigo. Sono stati essenziali tutti gli strumenti nazionali e regionali per far fronte all'emergenza: cassa integrazione, contributi e tax credit. Non è stato facile, specialmente dopo aver sostenuto investimenti imponenti e avendo maturato diversi debiti nei confronti dei fornitori che hanno realizzato i lavori. Nonostante tutto, quest'anno abbiamo deciso di riaprire subito le tre multisale Notorious Cinemas, perché per far ripartire il mercato serve che qualcuno compia dei sacrifici. Inizialmente la difficoltà principale è stata quella di pianificare al meglio le nostre attività marketing e commerciali, soprattutto in seguito ai numerosi spostamenti di film. Abbiamo già messo in conto perdite economiche importan-

ti fino a luglio/agosto, quando sono in programma film di rilievo come *Black Widow*, *I Croods 2*, *Jungle Cruise*, *Fast & Furious 9* e *Me contro Te 2*. I primi numeri al box office non sono stati particolarmente incoraggianti, ma dovremo attendere fine estate per avere un quadro più completo della situazione generale. Bisogna essere consapevoli che un anno e mezzo di chiusura dei cinema potrebbe avere modificato radicalmente le abitudini degli italiani e prevediamo che nel 2022 il mercato registrerà una flessione degli incassi pari al 20% rispetto al 2019 e un ritorno in sala molto graduale. Non sarà facile arginare il timore di rinchiudersi in luoghi chiusi. Oggi, infatti, il nemico principale del nostro business sono tutte le attività di intrattenimento che si svolgono all'aperto, a partire dai locali.

In futuro dovremo lavorare come industria per cambiare qualche regola non

scritta. L'esercizio necessita di maggiore flessibilità e di poter uscire da alcuni schemi rigidi imposti dalla distribuzione. Mi riferisco alla multiprogrammazione, agli obblighi di tenuta, a condizioni commerciali peggiorative rispetto al passato. Oggi sia distribuzione che esercizio si trovano in una condizione di debolezza, ma va trovato un punto di equilibrio per entrambe le parti. Servirebbe la volontà di cambiare le regole, anche se comprendo gli investimenti per produrre e portare in sala i film. Ma molte volte anche noi siamo costretti ad assecondare i gusti del pubblico e a proporre il titolo più adatto alla platea per garantire quantomeno l'incasso minimo per sopravvivere. Siamo pronti ad affrontare una discussione anche su temi come la window. Mi rendo conto delle difficoltà, ma un mercato maturo ed evoluto dovrebbe essere aperto a nuove soluzioni per il bene di tutti. *(p.s.)*

© Valerio Pardi courtesy of Notorious

NECESSARIA UNA COMUNIONE DI INTENTI

MASSIMILIANO GIOMETTI

RESPONSABILE TECNICO
E COMMERCIALE
DI GIOMETTI CINEMA



La scorsa estate siamo rientrati in possesso di sei strutture che avevamo dato in affitto per nove anni a UCI Cinemas. Mi riferisco ai cinema di Pesaro, Fano, Senigallia, Ancona, Jesi (AN) e Porto Sant'Elpidio (FM). Abbiamo preso in carico i loro ex dipendenti e, in cambio, abbiamo potuto mantenere i beni strumentali in dotazione (come i sistemi di proiezione), così da poter ripartire il prima possibile. Abbiamo già pianificato una riapertura graduale di tutti i cinema ex UCI entro fine agosto. Oggi il circuito Giometti Cinema conta complessivamente 12 strutture, per un totale di 94 schermi. Abbiamo deciso di accantonare momentaneamente il focus sul ramo alberghiero (due su tre hotel di nostra proprietà sono stati affittati) per poter massimizzare l'attenzione sulle nostre sale. Per questo motivo Silvia, mia sorella, rientrerà nell'organico come responsabile della programmazione. Siamo orgogliosi ed impazienti di veder finalizzato anche il progetto "Giometti Plus", che prevede la realizzazione di una sala allo stato dell'arte per ogni struttura della catena a livello tecnologico, di servizi e di poltrone. E nell'ottica di migliorare l'esperienza in sala, la struttura di Prato (14 sale per 3.500 posti) è stata completamente rinnovata e at-

trezzata con proiettori laser NEC. Inoltre, stiamo gradualmente eliminando le strutture pubblicitarie fisiche negli spazi comuni per lasciare spazio ad allestimenti digitali e mobili targati Multivision. Certo il cinema sta cambiando e, oltre a doverci adeguare a queste trasformazioni, è importante che il mercato affronti insieme i temi più urgenti. Serve una comunione di intenti da parte di tutte le associazioni, a prescindere dalla sigla, di un rapporto virtuoso con distribuzione e piattaforme, ovviamente regolamentando i principi fondamentali a tutela dell'esperienza cinematografica. Ho apprezzato, ad esempio, la chiarezza delle linee guida di Universal sulla window dei loro film, a prescindere che la cronologia sia condivisibile o meno. Allo stesso tempo, però, è importante rendersi conto che siamo tutti sulla stessa barca. Il nostro non può essere solo uno scambio commerciale di prodotto, ma innanzitutto uno scambio di idee e di proposte per il bene di tutti.

Il cinema è socialità, elemento imprescindibile per l'essere umano. Una volta passata l'epidemia, potremo restituire al pubblico questo elemento arricchendo i contenuti filmici con esperienze aggiuntive: evento è la parola d'ordine del futuro. *(p.s.)*



A D L E R
ENTERTAINMENT

SECONDO SEMESTRE 2021



47 METRI: GREAT WHITE

DI MARTIN WILSON
CON KATRINA BOWDEN,
AARON JAKUBENKO,
KIMIE TSUKAKOSHI



HATCHING LA FORMA DEL MALE

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



SCHOOL OF MAGICAL ANIMALS

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



SEANCE PICCOLI OMICIDI TRA AMICHE

DI SIMON BARRETT
CON SUKI WATERHOUSE,
MADISEN BEATY,
INANNA SARKIS,
ELLA RAE SMITH

ANTICIPAZIONI



GOLD

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



MAIGRET E LA GIOVANE MORTA

DI PATRICE LECONTE
CON GÉRARD DEPARDIEU

EVENTI



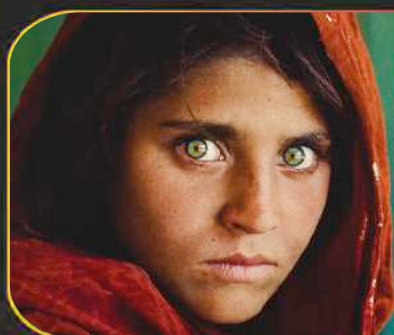
RAFFAELLO ALLE SCUDERIE DEL QUIRINALE

DI PHIL GRABSKY



FRIDA KAHLO

DI ALI RAY



STEVE MCCURRY: LA RICERCA DEL COLORE

DI DENIS DELESTRAC



I GIRASOLI DI VAN GOGH

DI DAVID BICKERSTAFF

MENO FILM E OPERE MIGLIORI

TOMASO QUILLERI

DIRETTORE PROGRAMMAZIONE
DEL CIRCUITO IL REGNO
DEL CINEMA



L'esercizio è stato uno dei settori più colpiti dalla pandemia. L'aggregazione, assenza dell'esperienza cinematografica, è stata sostituita dal distanziamento sociale e dalla fruizione domestica e solitaria di prodotto audiovisivo. Le sale hanno resistito grazie a una forte politica associativa, che ne ha tutelato istanze e necessità nei confronti di istituzioni che hanno riconosciuto il cinema come presidio socio-culturale da accompagnare fuori da questo periodo emergenziale. Ne è derivato un sostegno all'esercizio che reputo soddisfacente e che ha consentito di affrontare questa difficile fase di ripartenza con fiducia. Le sfide che ci attendono sono enormi, a partire dalla riconquista del pubblico e dal riassetto della cronologia dei media. Fondamentale sarà fornire un'esperienza di primo livello agli spettatori: luoghi accoglienti, servizi sempre più qualitativi,

prodotti di primo livello. Le sale dovranno fare da filtro molto più che in passato, differenziando il prodotto cinematografico da quello che affolla le piattaforme. Quindi meno film e opere migliori in ambienti confortevoli e tecnologici. Bisogna evitare di scendere in una competizione quantitativa con lo streaming, che sarebbe persa in partenza. La sfida deve svolgersi sul piano della qualità. Servirà poi una promozione forte che incentivi il consumo di cinema in sala, duratura e che coinvolga tutti i partner della filiera. Sulle window credo che iniziative individuali di singole distribuzioni, dettate da logiche economiche personali che approfittano della posizione di debolezza del settore theatrical, stiano accorciando le finestre di esclusiva della sala in maniera arbitraria e non concertata. Andrà trovata un'armonizzazione complessiva

e auspico una normativa in tempi brevi, una legge di sistema, sulla falsariga di quella francese, che regolamenti lo sfruttamento dei film a tutela di tutti i player del mercato. Il nostro Ministro si è detto disponibile pubblicamente. Bisogna parlarsi e trovare un nuovo equilibrio del mercato superando, sia dal lato distributivo che da quello dell'esercizio, posizioni dogmatiche e logiche vecchie. Finestre, film rental, obblighi di programmazione, multiprogrammazione, calendario delle uscite e stagionalità. Questi sono i temi, e affrontarli oggi è più che mai necessario se vogliamo che il nostro business riparta. Voglio essere fiducioso però: dopo i terremoti, dalle macerie si può ricostruire. Ma per farlo bisogna partire da una base ineludibile: l'interesse e la tutela del pubblico. Partiamo tutti insieme da qui, il resto poi verrà. (p.s.)

© Valerio Pardi

FULVIO E FEDERICA LUCISANO E RAI CINEMA PRESENTANO

MASSIMO GHINI LUCIA OCONE LILLO ILARIA SPADA CRISTIANO CACCAMO EMANUELA REI E CON PAOLO CALABRESI

una famiglia Mostruosa

UN FILM DI
VOLFANGO
DE BIASI



CON LA PARTECIPAZIONE DI BARBARA BOUCHET E PIPPO FRANCO

LUCISANO.F

Rai Cinema

Ministero della Cultura
CINEMA
AUDIOVISIVO
MIG

REGIONE
LAZIO

seguiti su      

RAI CINEMA S.p.A.

DAL 25 NOVEMBRE AL CINEMA

DISTRIBUZIONE E MARKETING: RAI CINEMA S.p.A.

SERVE PIÙ COMPATTEZZA

LIONELLO CERRI

CO-FONDATORE E
AMMINISTRATORE DELEGATO
DEL CIRCUITO
ANTEO SPAZIOCINEMA



Sin dal primo giorno di riapertura lo scorso 26 aprile, abbiamo deciso di riaccendere le luci di tutti i 37 schermi delle nostre strutture; all'epoca, e per diverse settimane a seguire, in Italia ne erano in funzione solo 107. Riaprire in quelle condizioni non consentiva – e non consente tutt'ora – una situazione di agio economico; semmai subentra un discorso di perdita. Però era, ed è ancora, fondamentale ritrovare il nostro pubblico e mettere in sicurezza le persone che lavorano con noi. La risposta dei nostri spettatori è stata forte. Per fare un esempio, l'1 maggio Palazzo del Cinema a Milano ha registrato 1.800 presenze sulle 2.000 disponibili, con una occupancy del 90%. Inoltre, fino all'uscita di *The Conjuring*, Palazzo del cinema è stato la prima struttura cinematografica in Italia per numero di presenze. Insomma, la voglia del pubblico di tornare in sala era evidente, e questo a fronte di un'offerta di titoli modesta.

Alla mancanza di un prodotto adeguato, si deve poi aggiungere un'altra problematica: l'assenza di promozione. Non c'è stata nessuna campagna di comunicazione nazionale per sostenere la ripartenza delle sale e, anche a livello di filiera, non c'è stata nessuna compattezza; ognuno ha pensato al suo. Gli esercenti

che hanno riaperto hanno potuto contare solo sulle proprie forze. Guardando al futuro, questa situazione deve essere aggiustata. Ad oggi è doverosa una riflessione sulla sala e sulla sua funzione insostituibile. Il cinema ha un ruolo sociale, culturale e urbanistico imprescindibile, che deve essere tutelato e supportato. Un aspetto, questo, che deve essere tenuto presente anche nella discussione sulla regolamentazione delle window. Su questo tema è necessario un confronto adulto da parte di tutti gli attori della filiera: dobbiamo lasciare da parte le rendite di posizione e cercare di capire quali siano i reali problemi di ogni sfruttamento nell'ottica di armonizzare il tutto con la situazione attuale e con uno sguardo al futuro. Lo si può fare attraverso una legge, come esiste in Francia, o attraverso un accordo tra le parti, come avviene nel resto del mondo. L'importante è che sia un accordo condiviso: non si può fare i conti da soli, rimanendo ancorati a posizioni di 10 anni fa, o cercando di accelerare nel proprio interesse senza nessuna considerazione degli altri. Questo è un sistema dove gli attori sono correlati e dunque si deve arrivare a un accordo che possa far vivere tutti con la stessa dignità. In gioco c'è la vitalità dell'intero settore. (v.t.)

© Gabriele Capelli

RIMETTERE MANO ALLA LEGGE CINEMA

DOMENICO DINOIA

PRESIDENTE FICE
E RESPONSABILE
PROGRAMMAZIONE
DI PROGETTO LUMIERE



Tra fine 2019 e inizio 2020, l'esercizio stava vivendo un periodo decisamente positivo, con una forte affermazione del cinema italiano; il Covid non solo ha stroncato questo trend di crescita, ma, con la chiusura prolungata delle sale, ha lasciato spazio libero alle piattaforme per espandersi. Ora le sale devono riconquistare il terreno perduto.

È anche per questo che, sia nella prima riapertura dell'anno scorso sia quest'anno, ho deciso di riprendere subito le attività di tutte le mie sale: era urgente riallacciare un rapporto stretto con gli spettatori. Nelle primissime settimane di riapertura la gente ha dimostrato di aver voglia di tornare in sala, poi l'entusiasmo si è spento, complice anche l'assenza di comunicazione sui nuovi titoli. Per i prossimi mesi, sono tre gli ambiti

di intervento sui quali tutta la filiera e il Ministero devono lavorare: aumentare ancora di più la percezione di tranquillità degli spettatori sul fatto che i cinema siano luoghi sicuri; costruire un'offerta cinematografica degna di questo nome; organizzare una promozione del cinema in sala che oggi non c'è. In Francia la riapertura è stato un momento condiviso, con tutte le sale che hanno riaperto lo stesso giorno sostenute da una campagna promozionale nazionale. Da noi, la ripartenza si è basata sulla buona volontà dei singoli, senza una comunicazione condivisa, e questo non ha pagato.

Come esercenti, la richiesta più importante che facciamo al Ministero è di agire nell'obiettivo di riaffermare la centralità della sala. Agire con atti concreti, non solo a parole. La riduzione delle window

da 105 a 30 giorni del decreto dello scorso maggio, non va in quella direzione. L'esclusiva theatrical è un valore economico per tutti, non solo per gli esercenti. La pandemia ha messo a dura prova l'esercizio: bisogna pensare a interventi di carattere strutturale. Il mondo è cambiato e, proprio per questo, dobbiamo rimettere mano alla Legge Cinema che risale al 2016. Praticamente un'altra epoca. Quella Legge incentivava la costruzione di nuove sale e ammodernamenti, ma oggi è difficile pensare a grandi investimenti. È necessaria, invece, una regolamentazione del mercato più simile al sistema francese che davvero crei le condizioni affinché la sala sia il luogo privilegiato per la fruizione di un film, ad esempio con la figura di un mediatore tra esercizio e distribuzione. (v.t.)

© courtesy of Fice



LISTINO 2021

www.academytwo.it



SELEZIONE UFFICIALE
FESTIVAL DI CANNES



FRANCE

Diretto da **Bruno Dumont**
Con **Léa Seydoux**



SELEZIONE UFFICIALE
FESTIVAL DI CANNES



È ANDATO TUTTO BENE

Scritto e diretto da **François Ozon**
Con **Sophie Marceau,**
André Dussollier, Hanna Schygulla,
Charlotte Rampling



MOSTRA INTERNAZIONALE
D'ARTE CINEMATOGRAFICA
LA BIENNALE DI VENEZIA 2020



**CANDIDATO
ALL'OSCAR**

QUO VADIS, AIDA?

Un film di **Jasmila Žbanić**



70^a Internationale
Filmfestspiele
Berlin

Opening Film



UN ANNO CON SALINGER

Un film di **Philippe Falardeau**
Con **Margaret Qualley**
e **Sigourney Weaver**

CHIAREZZA SULLE WINDOW

PAOLO PROTTI

PRESIDENTE DI MEDIA SALLES
ED ESERCENTE DEI MULTISALA
ARISTON E CINECITY
DI MANTOVA



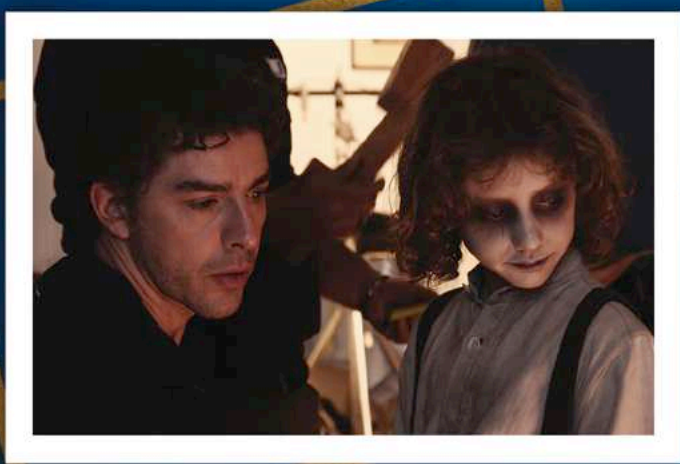
Lo scorso aprile abbiamo potuto riaprire le sale, ma è stata una ripartenza più subita che organizzata. L'esercizio è stato mandato allo sbaraglio: è mancata una pianificazione nazionale e il mercato è proceduto a singhiozzo. Rispetto alla riapertura del 2020, quella di quest'anno è stata più difficile. Se l'anno scorso il pubblico era tornato in sala dopo circa 4 mesi, adesso venivamo da uno stop ben più prolungato che ha scardinato le consuetudini di consumo. Ma soprattutto, l'offerta non è stata soddisfacente: senza accusare nessuno, è innegabile che, dopo alcuni titoli di qualità di appeal nelle prime settimane, non c'è stato un prodotto importante. O comunque, i titoli forti si trovano contemporaneamente in streaming. Alla scarsità di prodotto va sommata l'assenza di lanci commerciali. Per una vera ripartenza servono film forti e una promozione forte, oltre a incentivi economici alle sale per il periodo agosto-settembre-ottobre (nella speranza che a novembre il box office possa tornare ai livelli pre-Covid). L'aiuto del Ministero in questa fase è cruciale: nel 2020 noi esercenti abbiamo ricevuto aiuti economici significativi. Per il 2021 ci aspettavamo un supporto della stessa

portata. Ma così non è stato. A metà giugno, salvo un piccolo contributo ad aprile, non avevamo ancora ricevuto nulla nelle nostre casse. Inoltre, non ci sono ancora certezze sui decreti attuativi per allocare i finanziamenti del Fondo emergenza. Per il futuro, un passo fondamentale è trovare regole condivise sulle finestre. Dobbiamo tutti collaborare senza schemi pre-costituiti per dare messaggi chiari agli spettatori che ora sono disorientati tra uscite in contemporanea, uscite premium vod, film gratis in abbonamento. Una window di 105 giorni, oggi, non è più immaginabile; penso che 75-90 giorni sia un lasso di tempo adeguato sul quale ragionare, perché la sala è ancora fondamentale per la sostenibilità economica del prodotto film. Contesto il ragionamento secondo cui gli incassi di un film si concentrino nei primi 30 giorni. Se finanziariamente questo è, in parte, vero, non è comunque vantaggioso ridurre le finestre così tanto: con una window così corta si disincentiva il pubblico ad andare in sala perché, dopo poco, potrà fruire quello stesso film a casa. Il rischio è far disabituarne la gente ad andare al cinema. Con perdite, alla fine, per tutti. (v.t.)

© Pietro Cocchia

MANCINO NATURALE

Regia: Salvatore Allocca
 Cast: Claudia Gerini, Francesco Colella,
 Alessio Parinelli, Massimo Ranieri e Katia Ricciarelli
 Genere: Dramedy



I NOSTRI FANTASMI

Regia: Alessandro Capitani
 Cast: Michele Riondino, Hadas Yaron, Orlando Forte,
 Alessandro Haber e Paolo Pierobon
 Genere: Commedia

ONE SECOND

Regia: Zhang Yimou
 Cast: Wei Fan, Xiaochuan Li e Yan Li
 Genere: Dramma



ANTICIPAZIONI

SPOSA IN ROSSO

Regia: Gianni Costantino
 Cast: Sarah Felberbaum e Eduardo Noriega
 Genere: Commedia

PIÙ COORDINAMENTO E PROMOZIONE

GIANANTONIO FURLAN

AMMINISTRATORE DELEGATO
DI IMG CINEMAS



Come a giugno 2020, anche per questa seconda riapertura IMG Cinemas ha deciso di riprendere praticamente subito l'attività in tutte le sue strutture, non tanto per un ritorno economico che, data la situazione generale, è strutturalmente impossibile, quanto per dare un segnale. In questi primi mesi, il mercato ha dato riscontri altalenanti: nel circuito dei cinema di città e dell'offerta di qualità, la risposta del pubblico è stata inizialmente positiva per poi affievolirsi, mentre i multiplex hanno faticato per via di un'offerta debole. Dopo un anno e mezzo di pandemia le abitudini di fruizione sono mutate con l'affermarsi dello streaming ed è difficile rimettere in moto determinati meccanismi di consumo, anche e soprattutto perché ora, in estate, la concorrenza sul fronte del tempo libero è forte: la gente predilige una serata al ristorante o una giornata in spiaggia. Al momento navighiamo al 25-30% di un mercato normale in questo contesto stagionale: stiamo andando pianissimo. Serve, per tutta l'estate, un'offerta di film di peso, sia commerciale sia di qualità, mentre purtroppo le uscite d'autore si fermano e riprendono a settembre; le restrizioni dei protocolli sanitari pesano relativamente. E poi serve un maggior coordinamento da parte dei distributori: a giugno c'è stato un sovraffollamento di

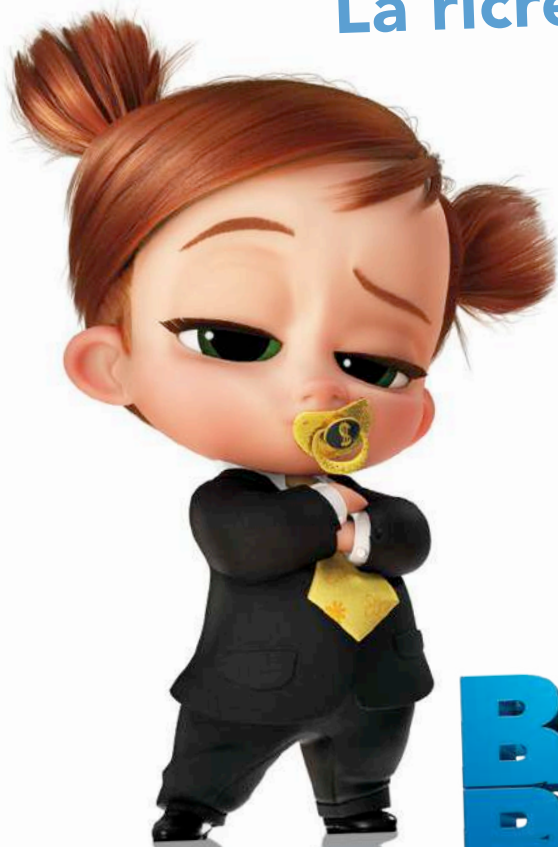
horror e, per quanto alcuni titoli siano andati bene, queste scelte non sono lungimiranti per il mercato. Inoltre, è fondamentale un maggiore investimento nella promozione: è assolutamente comprensibile che i distributori stiano ottimizzando i loro investimenti, ma senza una campagna di comunicazione forte, è difficile smuovere gli spettatori. Proprio sul fronte della comunicazione ci vorrebbe un maggior aiuto da parte del Ministero, magari con una campagna su scala nazionale da settembre in poi. L'altro ambito di intervento urgente da parte del Ministero è quello della regolamentazione delle finestre. È anacronistico pensare di tornare alle vecchie window, oggi il mondo è completamente cambiato: negli Usa gli accordi definiscono finestre tra i 45 e i 60 giorni. Per quanto la vita dei film in sala sia breve, bisogna però tutelare l'esclusiva theatrical per ottimizzarne lo sfruttamento economico a beneficio di tutti. E anche per i titoli italiani, con una concertazione tra tutti gli attori della filiera, è fondamentale arrivare a definire una window realistica. La strada per tornare a un box office sui livelli pre-Covid è lunghissima: oggi tenere aperte le proprie sale significa lavorare in perdita. Dunque, un supporto economico da parte delle istituzioni è fondamentale. (v.t.)

© courtesy of IMG Cinemas

**ANTEPRIMA
NAZIONALE
3 e 4 AGOSTO**



La ricreazione è finita



DREAMWORKS
BABY BOSS 2
AFFARI DI FAMIGLIA

DA GIOVEDÌ 7 OTTOBRE
#SoloAlCinema

UNIVERSAL
A COMCAST COMPANY



UNIVERSAL

A COMCAST COMPANY

LISTINO 2021

18 AGOSTO

FAST & FURIOUS 9 THE FAST SAGA

REGIA

Justin Lin

CAST

**Vin Diesel, Michelle Rodriguez,
John Cena, Helen Mirren, Charlize Theron**

IN ANTEPRIMA NAZIONALE 3 E 4 AGOSTO

9 SETTEMBRE

LA RAGAZZA DI STILLWATER

REGIA

Tom McCarthy

CAST

**Matt Damon
Abigail Breslin**

16 SETTEMBRE

BLUE BAYOU

REGIA

Justin Chon

CAST

**Justin Chon
Alicia Vikander**

30 SETTEMBRE

NO TIME TO DIE

REGIA

Cary Joji Fukunaga

CAST

**Daniel Craig, Rami Malek,
Léa Seydoux, Ralph Fiennes**

7 OTTOBRE

BABY BOSS 2

AFFARI DI FAMIGLIA

REGIA

Tom McGrath

Un nuovo film d'animazione targato
DREAMWORKS ANIMATION

21 OTTOBRE

HALLOWEEN KILLS

REGIA

David Gordon Green

CAST

Jamie Lee Curtis
Anthony Michael Hall

4 NOVEMBRE

LAST NIGHT IN SOHO

REGIA

Edgar Wright

CAST

Anya Taylor-Joy
Thomasin Harcourt McKenzie
Terence Stamp

18 NOVEMBRE

BELFAST

(Tit. Provvisorio)

REGIA

Kenneth Branagh

CAST

Jamie Dornan
Caitriona Balfe

2 DICEMBRE

CARO EVAN HANSEN

REGIA

Stephen Chbosky

CAST

Ben Platt, Kaitlyn Dever
Julianne Moore

23 DICEMBRE

SING 2

SEMPRE PIÙ FORTE

REGIA

Garth Jennings

Il secondo capitolo
del film d'animazione della

ILLUMINATION
ENTERTAINMENT



**NO
TIME
TO
DIE** 007

DAL 30 SETTEMBRE
#SOLOALCINEMA

U #NoTimeToDie 007NoTimeToDie3 #007 @JamesBond007 007.com MGM

MATTHEW MCCONAUGHEY REESE WITHERSPOON SCARLETT JOHANSSON TARON EGERTON TORI KELLY NICK KROLL BOBBY CANNAVALE
HALSEY PHARRELL WILLIAMS NICK OFFERMAN LETITIA WRIGHT ERIC ANDRÉ CHELSEA PERETTI E BONO

DOVE TI PORTERANNO I TUOI SOGNI?



ILLUMINATION PRESENTA
SING 2
SEMPRE PIÙ FORTE

DA NATALE
#SoloAlCinema

Sing-ilfilm.it SingIlFilm #Sing2

ILLUMINATION
ENTERTAINMENT

© 2020 UNIVERSAL STUDIOS



A COMCAST COMPANY

E-DUESSE.IT SI RINNOVA

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



RETAIL

INDUSTRY

PEOPLE



FESTIVAL DI CANNES
IN CONCORSO

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 LAGRATA
SUONO IN PRESA DIRETTA ALESSANDRO ZANON
COSTUMI VALENTINA TAVIANI
SCENOGRAFIA PAOLA BIZZARRI
MONTAGGIO 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 TELEVISIONS

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

DAL **23 SETTEMBRE** AL CINEMA



IN
VALIA
PIANI
E
R
T



L'EUROPA CHE PIACE

LE GRANDI PIATTAFORME GLOBALI DELLO STREAMING SONO SEMPRE PIÙ AFFAMATE DI CONTENUTI REALIZZATI AL DI FUORI DAGLI USA. E IL MERITO NON È SOLTANTO DELLA DIRETTIVA CHE HA IMPOSTO A QUESTI BIG UN MAGGIORE SOSTEGNO ALLE NOSTRE PRODUZIONI: IL TESTO SI INSERISCE IN UN CAMMINO GIÀ BEN AVVIATO IN CUI I TITOLI LOCALI SI SONO DIMOSTRATI IL VERO PUNTO DI FORZA DELL'OFFERTA GLOBALE. ECCO COME

di **Eliana Corti**



Non sarà un fuoco di paglia: la produzione europea sta crescendo sulle piattaforme globali. *La casa di carta*, *Lupin*, *Dark*, e ancora, *Fate: The Winx Saga*: sono solo alcuni degli esempi di produzioni extra-Usa che hanno riscosso un notevole successo su Netflix, trainando la tendenza di una produzione sempre meno a stelle e strisce e sempre più vicina ai colori europei. E non c'è solo Los Gatos. Amazon Studios ha annunciato le sue prime produzioni scripted italiane e Disney+ ha fatto altrettanto presentando i titoli italiani ed europei che andranno a riempire l'offerta di Star accanto ai colossi Marvel, Pixar e così via. Le lingue francese, tedesca, danese (ma anche italiana) stanno via via conquistando spazio nei cataloghi globali: una riscossa che sembra destinata a durare. A dare un contributo è stata certamente la nuova Direttiva europea sui servizi media audiovisivi, che impone agli streamer di avere in catalogo almeno il 30% di film e serie europee, investendo inoltre nella produzione direttamente o contribuendo ai fondi nazionali. Le nuove produzioni originali dovranno andare a ringiovanire quanto già presente nelle offerte, per ora frutto di acquisizioni, diverse delle quali fatte per fare numero. Secondo i dati del database europeo Lumiere Vod, infatti, in media le stagioni Tv disponibili sulle piattaforme on demand in Europa hanno come anno di produzione il 1987, mentre il 60% dei contenuti Tv ha meno di 10 anni. Ma l'imposizione europea, necessaria a salvaguardare la promozione dell'audiovisivo del Vecchio Continente, si innesta in realtà su un cammino virtuoso già innescato da tempo, come spiega Guy Bisson, Executive Director di Ampere Analysis.

Avremmo visto crescere i contenuti europei sui cataloghi on demand anche senza la Direttiva Ue?

Assolutamente. Avere contenuti locali e posizionarsi in maniera forte rispetto alla potenziale concorrenza interna è un vantaggio competitivo per le piattaforme globali. Inoltre, permette di raggiungere obiettivi di pr e comunicazione pubblicitaria eccezionali con un ristretto numero di titoli locali e di entrare in contatto con il pubblico di ogni singolo Paese. I titoli

li Usa sono molto importanti, ma uno o due forti progetti locali possono avere un effetto sproporzionato in termini di abbonati e di interesse in quasi ogni regione al di fuori degli Usa e a livello internazionale. Ancora prima che si iniziasse a discutere della Direttiva, era evidente la presenza di una discreta quantità di contenuto europeo sulle piattaforme streaming. E a portarcelo sono state le forze del mercato. Certo, se saremmo comunque arrivati al 30% (la quota imposta dalla direttiva, ndr.) è un'altra questione. Ma è certo che ci sarebbe stata una buona parte di contenuti europei. Va anche detto che un gruppo come Netflix è molto più avanti su questa strada rispetto a nuovi entranti, perché è attivo da più tempo. La sua crescita si è ormai spostata fuori dagli Usa: l'internazionale è ora il mercato chiave, quindi investire in questi contenuti genera dividendi. Lo possiamo vedere nelle loro prossime produzioni: la maggior parte dei nuovi Netflix Originals è prodotta fuori dagli Stati Uniti. Di fatto, quindi, anche la produzione si è spostata fuori dagli States. Amazon sta seguendo la stessa direzione e lo faranno altri, col tempo. Disney+, per esempio, ha ancora un alto potenziale di crescita sul mercato domestico.

Cosa pensa della fusione tra M6 e Tf1, nata per formare "un campione dello streaming domestico"? Altri broadcaster dovrebbero fare altrettanto?

La notizia è arrivata in concomitanza con altri due importanti annunci: la fusione tra WarnerMedia e Discovery e l'acquisizione di MGM da parte di Amazon. Tre operazioni (in dimensioni diverse per quanto riguarda Tf1 e M6) che hanno in comune lo stesso tema: il controllo dei contenuti e realizzare economie di scala. Oggi i broadcaster hanno l'opportunità di usare a proprio vantaggio modelli e opportunità di business che prima non c'erano. In Europa, come sappiamo, le Tv si finanziano tramite canone o pubblicità; lo streaming offre loro una nuova opportunità di entrare nel business degli abbonamenti. Ma per farlo, serve operare a livello globale. Lo abbiamo visto per esempio con la partnership tra ITV e BBC per BritBox. La ragione è la stessa: competere con le piattaforme globali e avere una sempre maggiore ➤

reach in termini geografici. Quindi, realizzare economie di scala coi propri contenuti sarà una delle maggiori tendenze dei prossimi anni. E questo perché per la prima volta lo streaming è diventato una vera opportunità di business mondiale. Il modello di business dei canali, della pay Tv (satellite o cavo), così come il modo in cui i contenuti sono stati venduti finora, sono geograficamente limitati, perché per vendere il mio contenuto devo siglare accordi separati in ogni Paese. Questi accordi di licenza "a pezzetti" non hanno più senso con le piattaforme dello streaming. Serve la proprietà completa per poter sfruttare i contenuti su vaste aree geografiche. Queste fusioni, pertanto, riguardano il pieno controllo dei diritti. Quindi, per rispondere alla domanda: sì, vedremo altri consolidamenti.

Cosa accadrà, dunque, ai distributori?

Il contenuto è alla base della filiera produttiva, e normalmente il suo valore si trasmette lungo le varie window: cinema, home video, pay Tv, etc. Se, come sta avvenendo, si limita la fornitura alla base, tutta la filiera ne viene influenzata, in particolare su due fronti. Da una parte, se sei un canale, o una piattaforma pay e così via, devi avere più contenuto di proprietà da offrire e quindi, invece di comprarne, ne produci. Il secondo fronte è quello degli intermediari, i distributori, che hanno sempre meno accesso a contenuti da acquistare e distribuire, e perciò devono produrli da sé. Sono quindi sempre più coinvolti nel finanziamento di contenuti o nell'acquisizione di società di produzione. Stiamo infatti vedendo distributori e produttori combinarsi per diventare – se così vogliamo chiamarli – dei mini studios. Un esempio è quanto avvenuto tra Banijay e Endemol Shine, ma anche le attività di Fremantle o quelle di Beta Film in Germania.

C'è un Paese che performa meglio sulle piattaforme? Forse il Regno Unito?

A dire il vero a essere in testa sono i Paesi Nordici: questo perché in quei territori la transizione dalla Tv lineare e tradizionale al non lineare è avvenuta più rapidamente. In quell'area è attivo un forte player locale che sta facendo esattamente quanto abbiamo detto finora: mi riferisco a Viaplay, il servizio streaming di Nent-Nordic Entertainment Group. Viaplay è coinvolto pesantemente nelle produzioni regionali, si è espanso rapidamente, arrivando nei Paesi Baltici e quest'anno approderà negli Usa e negli altri mercati. Ha quindi usato a suo vantaggio le opportunità dello streaming e della produzione originale. Al di fuori dei Paesi Nordici e del Re-



Guy Bisson, Executive Director di Ampere Analysis

gno Unito ci sono alcuni mercati forti, come la Spagna, di cui dobbiamo ricordare l'indubbio vantaggio linguistico del Paese sui mercati Usa e dell'America latina. L'Italia non sta andando male, mentre nell'Europa orientale la Russia si sta affermando sempre di più, tanto che Netflix ha recentemente annunciato il suo primo Original, *Anna K*, adattamento di *Anna Karenina*.

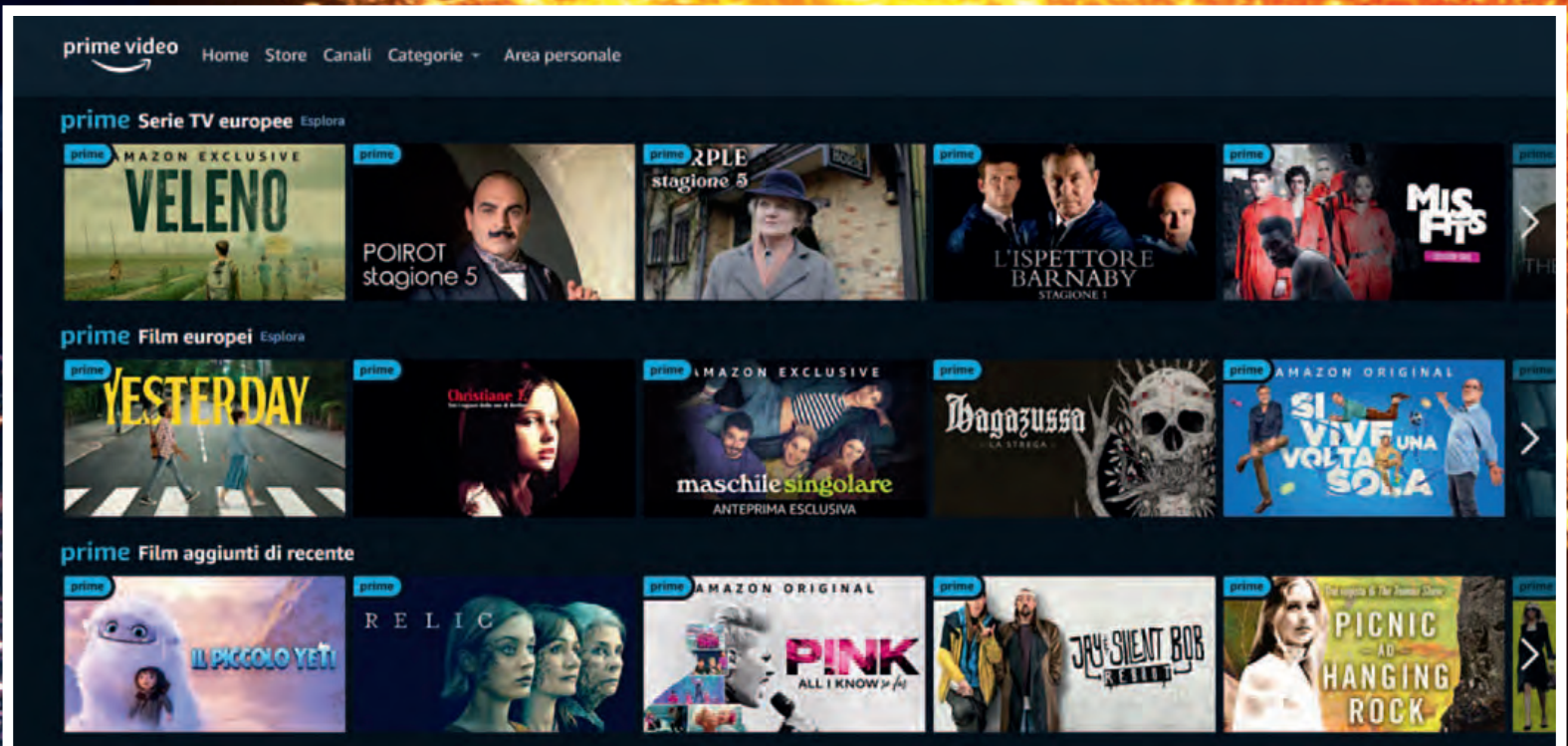
Quanto è importante per le piattaforme avere un hub produttivo lo-

cale? Penso a quelli in Spagna o nei Paesi Nordici di Netflix...

Non è necessario essere in tutti i singoli mercati, ma certamente nei più ampi e importanti. Circa due anni fa abbiamo analizzato il numero dei Netflix Original e il numero di abbonati nello stesso mercato di riferimento: una correlazione perfetta. Questo significa che esiste una relazione tra la crescita del numero di abbonati e quello delle produzioni locali originali, tanto che si potrebbe quasi predire su quali Paesi Netflix punterà prossimamente. Oggi Netflix ha hub nei Paesi più importanti: la Spagna, il Nord Europa, il Canada, per esempio. Nel futuro potrebbe arrivare in Russia o in Centro Europa o in Medio Oriente. Un hub locale serve inoltre ad avere un accesso più immediato ai talent locali: l'accesso alle strutture è cruciale per tutti. Con una domanda così alta, c'è carenza di professionisti, autori, produttori, registi... Quindi, se puoi avere un controllo e un accesso diretto, meglio è. Tant'è vero che sono sempre più numerosi gli accordi di *first look* o di partnership a lungo termine siglati da Netflix e altre piattaforme con talent locali. Un po' come accadeva nell'epoca d'oro di Hollywood, quando le major legavano a sé le grandi star.

Per avere successo non si deve solo avere il giusto contenuto, ma anche saperlo promuovere. Pensa che l'affermazione di titoli come *Lupin* sia dovuta in parte all'abilità di Netflix in termini di marketing?

È importante, ma non credo che grandi hit come *Lupin*, *Dark* o *La casa di carta* siano stati più promossi rispetto ad altri. Quello che vediamo, tracciando la popolarità dei titoli Netflix, è che essi hanno un picco immediato di interesse: nel mercato tradizionale, prima che si affermasse lo streaming, l'interesse per un nuovo film o un nuovo programma seguiva una coda lunga, magari senza picchi, dovuta ai passaggi sulle varie finestre di sfruttamento. I grandi show



Sopra, il serial francese *Lupin* è stato il primo titolo francese a entrare nella Top 10 Netflix negli Usa. Sotto, *Fate: The Winx Saga*, serial live-action ispirato al cartoon *Winx Club*, è diventata l'Original numero uno di Netflix in oltre 50 Paesi (già confermata la seconda stagione)



di Netflix “scoppiano” all’improvviso, generando un massiccio interesse nelle prime settimane di lancio. Quello di *Lupin*, per esempio, è avvenuto in contemporanea in tutto il mondo, quindi la sua promozione ha coinvolto il pubblico mondiale: questo genera buzz e il fandom ne alimenta la popolarità nel periodo di lancio. Essendo globale, Netflix può fare una promozione simultanea, alimentando così queste hit “istantanee”. Cosa che gli studios, per esempio, non hanno mai potuto fare: promuovere un contenuto su scala mondiale è una sfida imponente in termini di costi.

Cosa pensa delle produzioni originali italiane annunciate da Amazon Studios e di quelle europee di Disney+ per Star?

I titoli sono certamente in linea con i trend del momento in termini di tematiche: ci sono molte protagoniste al femminile, temi Lgbtq+ (per esempio, *Prisma* di Amazon Studios) e molta comedy che – insieme al drama e i contenuti kids – rappresenta la “santissima trinità” dell’offerta streaming. Naturalmente è prematuro valutare se avranno successo, ma quello che è fuor di dubbio è che ci saranno sempre più produzioni europee: altre piattaforme seguiranno la strada di Netflix e Amazon, espandendo massicciamente la produzione extra-U.Sa. Stiamo vivendo questo boom da almeno tre/quattro anni e non vedo ragioni perché termini a breve.

© Ampere Analysis (1), Netflix (2)

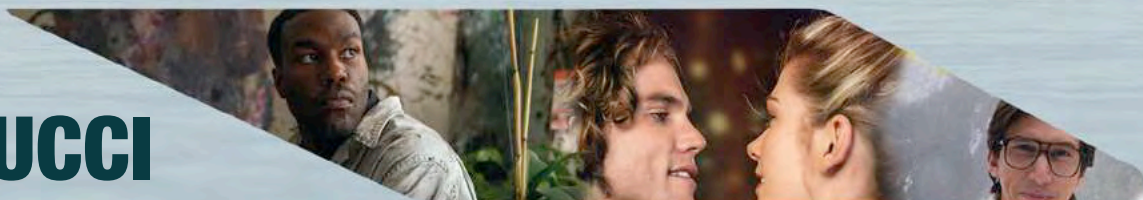
TORNARE AL CINEMA SARÀ ANCOR

HOUSE OF GUCCI

Regia: **Ridley Scott**

Cast: **Lady Gaga,
Jared Leto,
Al Pacino,
Adam Driver,
Jeremy Irons.**

Genere: **Drammatico/Thriller**



LISTINO 2° SE

RESPECT

Regia: **Liesl Tommy**

Cast: **Jennifer Hudson,
Forest Whitaker.**

Genere: **Biopic/Drammatico**



ANCORA PIÙ BELLO

Regia: **Claudio Norza**

Cast: **Ludovica
Francesconi,
Giancarlo
Commare,
Jozef Gjura,
Gaja Masciale.**

Genere: **Forti Emozioni**



PAW PATROL: IL FILM

Regia: **Cal Brunker**

Genere: **Animazione**



QUELLO CHE NON SO DI TE

Regia: **Brian Baugh**

Cast: **Katherine
McNamara,
Vanessa
Redgrave,
Judith Hoag.**

Genere: **Drammatico/
Romantico**



CON EAGLE PICTURES A PIÙ BELLO!



MESTRE 2021

TOP GUN MAVERICK

Regia: **Joseph Kosinski**
Cast: **Tom Cruise,
Jennifer Connelly,
Miles Teller,
John Hamm,
Glen Powell.**

Genere: **Azione**



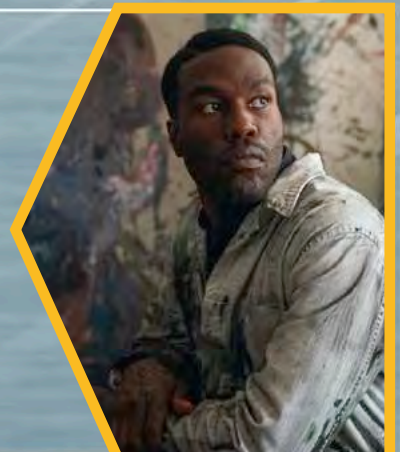
LA FAMIGLIA ADDAMS 2

Regia: **Greg Tiernan,
Conrad Vernon**
Cast: **Virginia Raffaele,
Pino Insegno,
Eleonora Gaggero,
Luciano Spinelli e
con Loredana Bertè.**
Genere: **Animazione**



CANDYMAN

Regia: **Nia DaCosta**
Cast: **Yahya Abdul -
Mateen II,
Teyonah Parris.**
Genere: **Horror**



CLIFFORD: IL GRANDE CANE ROSSO

Regia: **Walt Becker**
Cast: **Darby Camp,
John Cleese,
Sienna Guillory,
Jack Whitehall.**
Genere: **Animazione**



SNAKE EYES

Regia: **Robert Schwentke**
Cast: **Henry Golding,
Andrew Koji,
Úrsula Corberó,
Samara Weaving.**
Genere: **Azione**



Crediti non contrattuali

LA GUERRA CONGLOMERATE

DEI RATI

LA RECENTE FUSIONE TRA WARNERMEDIA E DISCOVERY E L'ACQUISTO DI MGM DA PARTE DI AMAZON SONO GLI ULTIMI ATTI DI UN PROCESSO INIZIATO NEL 2017 CON L'ACQUISTO DI FOX DA PARTE DI DISNEY. IL MONDO DEI MEDIA VA VERSO UNO SCONTRO FRA POTENZE SEMPRE PIÙ CONGLOMERATE, ALLA RICERCA DELL'UNICA RISORSA CAPACE DI FARE LA DIFFERENZA: LA PROPRIETÀ INTELLETTUALE DEI CONTENUTI

di **Ilaria Ravarino**

“**L**a materia di cui sono fatti i sogni”. Preso in prestito dal noir *Il mistero del falco* (film del 1941 di Warner Bros.), lo slogan di Warner Bros. Discovery, la nuova società nata lo scorso 17 maggio dalla fusione tra Discovery e WarnerMedia, non poteva essere più centrato. Scelto, come dichiarato dal Ceo David Zaslav, per “evocare l’attenzione del gruppo sulla narrazione”. In poche parole, lo slogan delimita il campo di battaglia su cui le grandi company stanno combattendo la nuova fase della guerra dello streaming: la proprietà intellettuale. Ovvero la materia di cui sono fatti – più prosaicamente – i listini.

IL NUOVO CONGLOMERATO

La fusione di WarnerMedia – controllata dalla seconda azienda telefonica statunitense, la AT&T – con il network televisivo Discovery, ha segnato a maggio la nascita della seconda compagnia di intrattenimento più grande al

mondo dopo Disney. Un’azienda che riunisce sotto lo stesso tetto i gioielli di AT&T, ovvero l’emittente CNN, la casa di produzione Warner Bros. (acquisita come Time Warner nel 2018 per 109 miliardi di dollari e poi rinominata WarnerMedia), il canale HBO, TNT, TBS, DC Comics con la dote di Discovery, che possiede canali come Animal Planet, Discovery Channel, HGTV e Food Network. “Scripted” solidi e iconici da Warner con entertainment, animazione e notizie, insieme ai contenuti “unscripted” di Discovery, leader mondiale nel real life entertainment, negli show e nello sport, per inseguire un obiettivo fondamentale: esercitare il più largo appeal sui consumatori.

Una mossa che, pur mantenendo la società ancora un passo indietro sul numero degli abbonati rispetto a competitor come Netflix e Disney+ (gli abbonati della prima sono 208 milioni, della seconda più di 100; HBO e HBO Max ne hanno 64 milioni,

Discovery appena 15) riunisce in un solo contenitore circa 200.000 ore di contenuti e un centinaio di brand, tra cui il franchise di *Harry Potter*, l’Universo DC e *Game of Thrones*, nella convinzione che in futuro, come indicato dagli analisti, i consumatori tenderanno a non disperdere i propri abbonamenti su più piattaforme, ma piuttosto a indirizzarli verso un unico distributore (in questo senso le due distinte anime del gruppo, Discovery e HBO Max, potrebbero andare presto nella direzione di un’offerta unica alla Disney+).

La nuova società – secondo quanto dichiarato dalle aziende – avrà un valore di 132 miliardi di dollari e sarà controllata al 71% da AT&T, che secondo i termini dell’intesa riceverà 48 miliardi di dollari, ottenendo una riduzione del debito da 159 miliardi contratto negli anni precedenti. Nel dettaglio, AT&T otterrà 5 miliardi di dollari da vendite minori e 43 miliardi dall’operazione WarnerMedia. AT&T resterà anche azionista del nuovo gruppo, per una partecipazione che varrebbe circa 59 miliardi di dollari (la quota Discovery sarà pari a 24 miliardi di dollari).

David Zaslav, già rinnovato fino al 2027 come Ceo di Discovery, guiderà la società. AT&T controllerà il 71% della nuova entità, Discovery il rimanente 29%. L’operazione, che dovrà passare al vaglio delle autorità antitrust statunitensi, sarà portata a termine entro la metà del 2022.

LE ALTRE FUSIONI

La fusione di Warner e Discovery è solo l’ultimo atto di una serie di acquisizioni che stanno mutando lo scenario dell’industria dell’intrattenimento, sempre più dominato da conglomerati che puntano ad accaparrarsi contenuti, library, portfolio e proprietà intellettuali in esclusiva. Non a caso l’operazione Warner-Discovery è stata immediatamente paragonata a quella tra Disney e Fox, messa in atto nel 2017 – dopo l’acquisizione da parte di Disney della streaming company BAMTech – in previsione della nascita, due anni più tardi, di Disney+. Una fusione che coronava allora l’inizio di un processo: nel 2001 l’acquisto di Time Warner da parte di Aol, nel 2009 la fusione di Comcast con NBCUniversal, poi l’unione di AT&T e Time Warner (giugno 2018) e infine l’acquisto di Sky da parte di Comcast (ottobre 2018).



Una dinamica che oggi sta arrivando alle estreme conseguenze, con il “flirt” osteggiato dall’antitrust tra Viacom CBS e Comcast (una capitalizzazione di circa 250 miliardi di dollari) e l’annuncio dell’acquisto da parte di Amazon della Metro Goldwyn Mayer, la celebre MGM, per 8,45 miliardi di dollari. Un prezzo che gli analisti ritengono molto elevato – circa il 40% in più rispetto alle valutazioni effettuate da altri potenziali acquirenti, come Apple e Comcast – ma che Amazon ha deciso di sostenere, forte dei propri numeri (capitalizzazione di 1,640 miliardi, liquidità di 71) mettendo a segno la seconda maggiore acquisizione della sua storia dopo i 13,4 miliardi spesi per la catena di supermercati bio Whole Food. Tutto, pur di offrire contenuti esclusivi agli abbonati: film di Hollywood e da Oscar, franchise come quello di James Bond, 17.000 episodi di serie Tv. «Il vero valore finanziario dell’accordo è il tesoro di proprietà intellettuale che vogliamo sviluppare insieme con la squadra di MGM», ha dichiarato Mike Hopkins, senior vice president di Prime Video e Amazon Studios. Una frase che risuona in armonia con le recenti dichiarazioni di Zaslav a commento della mossa del competitor: «Non penso che Amazon abbia deciso l’acquisizione di MGM in risposta alla nostra fusione. Si tratta, semplicemente, di un ottimo accordo». Il punto è sempre quello: «Bisogna considerare il valore della proprietà intellettuale. E noi siamo molto fortunati, perché WarnerMedia è il più grande tesoro al mondo di proprietà intellettuale».

IL FUTURO

Che la proprietà intellettuale sia una priorità dei conglomerati media, sempre più interessati a catturare l’attenzione (e i diritti) di Hollywood, è dimostrato anche dall’altalena di responsabilità fra David Zaslav, il Ceo di Discovery diventato Ceo anche della nuova società Warner Discovery, e Jason Kilar, Ceo WarnerMedia a lungo dato in uscita, ma confermato nella sua posizione fino al 2022. In carica per tredici mesi, dopo aver gestito il lancio della piattaforma HBO Max, Ki-



David Zaslav (in alto), già rinnovato fino al 2027 come Ceo di Discovery, guiderà la nuova società Warner Bros. Discovery



lar si è trovato stretto tra pandemia e crisi dei cinema, arrivando a prendere la contestata decisione di far uscire simultaneamente nel 2021 tutti i film Warner nelle sale e sulla piattaforma HBO Max. Una scelta percepita da Hollywood come avventata, che ha irritato autori, produttori e storici partner della scuderia (il regista Christopher Nolan, ad esempio, e la Legendary Pictures) oggi in cerca di assicurazioni. Conosciuto nell’ambiente, con un passato in Tv alla NBC e dal 2007 a capo di Discovery, Zaslav è – ben più di Kilar – l’uomo giusto al posto giusto, capace di tranquillizzare i creativi e porre fine a una turbolenta gestione segnata da licenziamenti e allontanamenti, tra cui quello dell’ex capo della HBO Richard Plepler e dell’ex presidente Turner David Levy. La missione di Zaslav com-

prende anche il debito della fusione tra le due società, stimato in 55 miliardi di dollari, che potrebbe rallentare gli investimenti più cospicui, comunque destinati a restare in stand by fino alla conclusione definitiva dell’accordo nel 2022. E nonostante secondo gli analisti il gruppo abbia buone possibilità di sfuggire alle maglie dell’antitrust (la fusione aggiunge competizione al mercato e i contenuti di Discovery sono considerati “di nicchia” e politicamente poco rilevanti), il “congelamento” in questo momento rappresenta l’unico punto debole del nuovo conglomerato. Rischiando di lasciare il tempo ai colossi Netflix, Apple e Amazon di rispondere all’offensiva, incrociando i loro destini con quelli delle piattaforme di NBCUniversal (Peacock) e ViacomCBS (Paramount+).

© iStock (2); Getty Images (3)



FALLING STORIA DI UN PADRE

UN FILM DI **VIGGO MORTENSEN**

CON

Il 3 volte candidato all'Oscar® **VIGGO MORTENSEN**
La 3 volte candidata all'Oscar® **LAURA LINNEY**
Il 2 volte candidato al Golden Globe **LANCE HENRIKSEN**

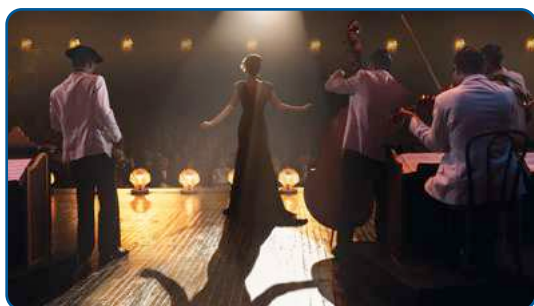


FESTIVAL DI CANNES
SELEZIONE UFFICIALE

★★★★

**"UN DEBUTTO CHE RICORDA
CLINT EASTWOOD"**

CINEUROPA



GLI STATI UNITI CONTRO BILLIE HOLIDAY

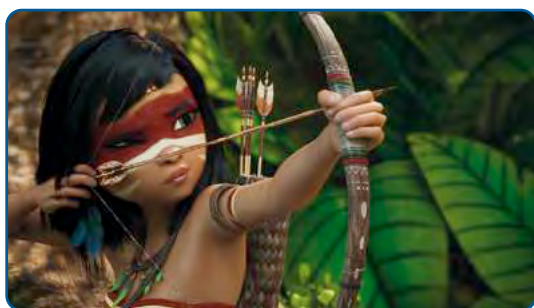
Dal regista candidato all'Oscar® **LEE DANIELS**
(THE BUTLER)

CON

La vincitrice del Golden Globe® **ANDRA DAY**
NATASHA LYONNE

**L'FBI VOLEVA ARRESTARLA
MA NESSUNO POTEVA FERMARE
LA SUA VOCE**

**LA STORIA DELLA DONNA CHE HA
CAMBIATO LA STORIA DELLA MUSICA**



AINBO SPIRITO DELL'AMAZZONIA

UN FILM DI **RICHARD CLAUS, JOSÉ ZELADA**



UNA GRANDE STORIA PER RAGAZZI
SULL'IMPORTANZA DELLA
DIFESA DELL'AMBIENTE



THE ICE ROAD

DI **JONATHAN HENSLEIGH** (ARMAGEDDON, DIE HARD)

CON

Il Candidato all'Oscar®
LIAM NEESON
Il Candidato all'Oscar®
LAURENCE FISHBURNE (MATRIX)

300 MIGLIA DI GHIACCIO

DA PERCORRERE IN **30 ORE**

SOLO UN UOMO

PUÒ RIUSCIRE IN QUESTA IMPRESA:

LIAM NEESON È TORNATO



THE GOOD BOSS

UN FILM DI **FERNANDO LEÓN DE ARANO**
(ESCOBAR - IL FASCINO DEL MALE, PERFECT DAY)

CON

Il premio Oscar® **JAVIER BARDEM**
(NON È UN PAESE PER VECCHI, MARE DENTRO, DUNE)

**VOLEVA ESSERE UN BUON CAPO
MA HA CREATO SOLO DISASTRI**

**UN'IRRIVERENTE COMMEDIA SU
COME FARSI ODIARE
DAI PROPRI COLLEGGI DI LAVORO**

DISTRIBUZIONE IN SPAGNA WARNER BROS



IL DUCA COME RUBARE UN'OPERA D'ARTE PER MIGLIORARE IL MONDO

UN FILM DI **ROGER MICHELL** (NOTTING HILL)

CON

Il premio Oscar® **JIM BROADBENT**
Il premio Oscar® **HELEN MIRREN**



MOSTRA INTERNAZIONALE
D'ARTE CINEMATOGRAFICA
LA BIENNALE DI VENEZIA 2020
Selezione Ufficiale

★★★★

**"QUANTO FA BENE USCIRE DALLA
SALA CON IL SORRISO CHE TI
REGALA IL DUCA"**

CIAK



THE LOST DAUGHTER

UN FILM DI **MAGGIE GYLLENHAAL**

CON

Il premio Oscar® **OLIVIA COLMAN**
JESSIE BUCKLEY (CHERNOBYL)
DAKOTA JOHNSON (50 SFUMATURE DI GRIGIO)
PETER SARSGAARD (JACKIE)

TRATTO DAL ROMANZO
LA FIGLIA OSCURA
 DI
ELENA FERRANTE



EMILY

UN FILM DI **FRANCES O'CONNOR**

CON

la Candidata ai Bafta®
EMMA MACKEY (SEX EDUCATION)
FIONN WHITEHEAD (IL VERDETTO, DUNKIRK)
JOE ALWYN (LA FAVORITA)

QUALI SEGRETI SI NASCONDONO
 DIETRO LA CREAZIONE DI UN GRANDE ROMANZO?

LA PROTAGONISTA DI **SEX EDUCATION**
 È **EMILY BRONTË**, L'AUTRICE DI
CIME TEMPESTOSE



GOOD LUCK TO YOU, LEO GRANDE

UN FILM DI **SOPHIE HYDE** (ANIMALS)

CON

La vincitrice di due premi Oscar®
EMMA THOMPSON

DOPO LA MORTE DEL MARITO,
 NANCY DECIDE DI
 DELIZIARE LA SUA VITA...
 ...CON UN GIGOLÒ!

EMMA THOMPSON
 COME NON L'AVETE MAI VISTA!



LAKWOOD

UN FILM DI **PHILLIP NOYCE**
 (IL COLLEZIONISTA DI OSSA)

CON

La Candidata all'Oscar® **NAOMI WATTS**

DAGLI AUTORI DI
BURIED E **GREENLAND**

UNA MADRE IN LOTTA CONTRO IL TEMPO
 PER SALVARE SUO FIGLIO PRESO IN OSTAGGIO
 DA UN UOMO ARMATO SENZA SCRUPOLI



MEMORY

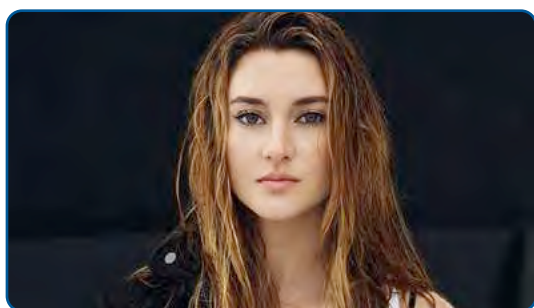
UN FILM DI **MARTIN CAMPBELL**
 (007 CASINO ROYAL)

CON

LIAM NEESON (L'UOMO SUL TRENO, TAKEN)
GUY PEARCE (MEMENTO)
MONICA BELLUCCI (007 SPECTRE)

UN ESPERTO ASSASSINO VIENE
 TRADITO E DIVENTA LUI STESSO IL
 BERSAGLIO DA UCCIDERE.

IL NUOVO THRILLER DEL REGISTA DI
007 CASINO ROYAL



MISANTHROPE

UN FILM DI **DAMIÁN SZIFRON**
 (STORIE PAZZESCHE)

CON

La candidata ai Golden Globe® **SHAILENE WOODLEY**
 (SNOWDEN, RESTA CON ME)

DOPO **IL SILENZIO DEGLI INNOCENTI**
 UNA NUOVA DETECTIVE È SULLE TRACCE
 DEL SERIAL KILLER CHE STA
 TERRORIZZANDO LA CITTÀ

35 ANNI DI PIXAR, verso l'infinito e oltre

DA PICCOLA CASA DI PRODUZIONE COL SOGNO AVVENIRISTICO DI REALIZZARE FILM INTERAMENTE AL COMPUTER, A MULTINAZIONALE COLOSSO DELL'ANIMAZIONE DIGITALE. I PIXAR ANIMATION STUDIOS, FONDATI NEL 1986 DA STEVE JOBS, JOHN LASSETER E ED CATMULL, COMPIONO 35 ANNI GUARDANDO AL FUTURO (ANCHE IN STREAMING) INSIEME A DISNEY. TUTTE LE TAPPE DI UN SUCCESSO COSTELLATO DI SFIDE TECNOLOGICHE CHE PAREVANO IMPOSSIBILI, ACCORDI MILIARDARI E FILM CHE HANNO CAMBIATO PER SEMPRE LA STORIA DEL CINEMA

di Elisa Grando





C'era una volta una piccola casa di produzione che sognava di unire creatività, tecnologia e business per creare un nuovo mondo, quello dei cartoni animati attraverso il computer... Potrebbe iniziare così una delle classiche fiabe Disney sull'avventura dei Pixar Animation Studios, che hanno recentemente festeggiato 35 anni di successi. Stiamo parlando del maggiore colosso dell'animazione digitale mondiale che con i suoi film ha registrato quasi 15 miliardi di euro complessivi al box office globale in oltre tre decenni di attività. Oggi Pixar è parte integrante di Disney dopo che la Casa di Topolino ha acquisito lo studio nel 2006 con un accordo di 7,4 miliardi di dollari. Ma prima di quella storica svolta, che ha cambiato per sempre il corso delle due aziende e di tutta l'animazione digitale, Pixar ha dovuto combattere per affermare un modello di cinema e di business completamente rivoluzionario.

Tutto ebbe inizio a metà degli anni 80 dal sodalizio di tre visionari tra i venti e i trent'anni: lo scienziato creativo e informatico Ed Catmull, l'artista e disegnatore John Lasseter e l'imprenditore Steve Jobs che, uscito da Apple, acquistò Pixar da LucasFilm. A quel tempo, infatti, Pixar era semplicemente il comparto di animazione digitale della società di George Lucas, orientata soprattutto alla realizzazione di effetti digitali per *Star Wars II*, impossibili da ottenere con le macchine da presa tradizionali. Erano gli anni in cui l'animazione in 2D e a mano libera stava cominciando ad evolversi grazie alle tecnologie digitali. Non si trattava più, quindi, solo di una questione di arte, ma anche di scienza: da lì a pochi anni, a fare i cartoon non sarebbero stati più solo i disegnatori, ma anche gli ingegneri e gli scienziati. La prima scintilla della Pixar, in un certo senso, scocca proprio alla Disney quando John Lasseter si diploma al CalArts, l'istituto d'arte fondato proprio da Disney che insegnava ai giovani disegnatori come animare i suoi personaggi. I compagni di corso di Lasseter sono Tim Burton e Brad Bird: tutti imparano, oltre alle tecniche di animazione, il segreto principale degli eroi Disney, quello





che lo storico animatore Frank Thomas definisce il “calore”, ovvero la cura dei sentimenti di ciascun personaggio. È il 1982 quando ai dipendenti Disney viene mostrato *Tron* di Steven Lisberger, il primo film a usare la computer animation: per Lasseter, un punto di non ritorno. Comincia a lavorare per realizzare *Brave Little Toaster*, il suo primo cortometraggio con sfondi animati in digitale e personaggi animati a mano. Alla Disney, però, quella tipologia di prodotto non interessa: Lasseter viene messo alla porta e assunto di lì a poco da LucasFilm, che possedeva le tecnologie adatte ma mancava di animatori. George Lucas, infatti, era interessato ad applicare l'animazione digitale anche al cinema live-action: per questo aveva assunto Ed Catmull a capo del nuovo dipartimento informatico. Dopo i primi esperimenti, Lasseter e Catmull ottengono la divisione della sezione animazione che chiamano Pixar, coltivando il sogno di realizzare un lungometraggio in digitale. Era, però, necessario un investitore illuminato: è qui che si fa avanti Steve Jobs, che acquista l'intera squadra Pixar per 10 milioni di dollari. Il primo cortometraggio interamente realizzato in animazione digitale dalla Pixar è stato *Luxo Junior*, nel 1987, che ha ottenuto anche una nomination al Premio Oscar. L'azienda non guarda solo al cinema: la computer grafica comincia ad avere applicazioni economicamente profittevoli anche nel campo dei commercials. Ad occuparsene sono i giovani Pete Docter e Andrew Stanton, appena assunti nel gruppo, che poi diventeranno autori di punta dello studio. All'inizio degli anni 90, Pixar comincia nuovamente a collaborare con Disney per creare effetti speciali animati digitalmente, come quelli usati per i giganteschi dinosauri di *Jurassic Park*, e nuove tecniche di colorazione digitale degli sfondi, usati per esempio nel cartoon *La bella e la bestia*. C'era, però, un problema concreto di sostenibilità: gli investimenti in ricerca tecnologica necessari per far avanzare le conoscenze nel campo superavano di gran lunga gli introiti e Steve Jobs aveva già perso un milione di dollari per cinque anni consecutivi. La strategia doveva cambiare. >



Nel parco esterno all'headquarter di Pixar Animation Studios a Emeryville, in California, è possibile rilassarsi vicino alle riproduzioni della celebre lampada (diventata poi il simbolo della Pixar) e della palla protagonista del primo cortometraggio realizzato interamente in digitale dalla società, dal titolo *Luxo Junior*

TOY STORY, IL FILM CHE HA CAMBIATO LA STORIA DELL'ANIMAZIONE

Ancora una volta la spinta propulsiva decisiva arriva da Disney, che permette a Pixar di realizzare il suo sogno: creare il primo lungometraggio interamente realizzato in digitale. Così John Lasseter inizia a lavorare a *Toy Story* con il supporto di Jeffrey Katzenberg, all'epoca capo della divisione animazione Disney, che aveva deciso di virare su film di animazione più adulti, più provocatori, più pungenti. Quella di *Toy Story*, dunque, era una scommessa sia economica, sia di visione sulla direzione che i film Disney avrebbero preso da lì in avanti. *Toy Story* è uscito il giorno del Ringraziamento del 1995 e si è subito rivelato un successo strepitoso e inaspettato: a fronte di un budget di circa 30 milioni di dollari, ad oggi ne ha incassati quasi 400 milioni (contando anche le seconde uscite in sala). Pixar aveva aperto la strada a una nuova, inedita industria dell'animazione digitale, che il mondo del cinema ha consacrato tributando a John Lasseter un Premio Oscar speciale nel 1996 per la creazione del primo lungometraggio animato al computer.

DA CASA DI PRODUZIONE A STUDIO

Nonostante il successo del film, però, Pixar aveva subito un forte contraccolpo finanziario: gli accordi con Disney lasciavano la maggior parte degli introiti proprio alla Casa di Topolino. Steve Jobs

comprese la necessità di un cambio strutturale: Pixar doveva trasformarsi da casa di produzione in studio a tutti gli effetti. Per fare il salto, però, serviva capitale. Per questo il board decise di quotare la società sul mercato lanciando un'offerta pubblica iniziale per raccogliere 96 milioni di dollari per la realizzazione di film.

Nel novembre 1995, una settimana dopo l'uscita di *Toy Story*, la IPO di Pixar diventa la più ricca dell'anno: da un investimento iniziale di 10 milioni di dollari, nell'ormai lontano 1986, Steve Jobs ne raccoglie 132 milioni. La Disney chiede dunque di prolungare il contratto tra le aziende: Jobs accetta, con la clausola però di diventare soci al 50%. Così, mentre Pixar si occupa dell'intero prodotto dei film animati, Disney copre la parte di distribuzione, posizionamento sul mercato e marketing.

LA SINDROME DEL SECONDO PRODOTTO

Nel 1995, gli uffici della Pixar erano ancora a Point Richmond, in California. Si trattava di una sede del tutto anticonvenzionale, nella concezione e nel modo di vivere gli spazi. In particolare l'ufficio animazione, che ospitava circa 200 impiegati, era un ambiente fuori dai canoni: giocoso, rumoroso, un posto dove si poteva senza problemi disegnare sul muro. Tutto questo, testimoniano i dipendenti di Pixar nel documentario *The Pixar Story* di Leslie Iwerks, lasciava libera e potenziava la creatività di autori e animatori. Una nuova

crisi era però alle porte. Come amava raccontare lo stesso Steve Jobs, Pixar si trovava di fronte a un classico del business, "la sindrome del secondo prodotto", ovvero quel momento complesso in cui una compagnia che ha realizzato un primo prodotto di grande successo non comprende esattamente perché abbia funzionato così bene, e rischia di creare una seconda opera deludente. L'unica risposta possibile, per Lasseter e compagni, era alzare l'asticella della sfida: Pixar decide di raccontare il mondo animale in *A Bug's Life*. Gli animatori iniziano a osservare il giardino della sede Pixar con una microcamera trasportata su ruote della Lego, per ottenere un punto di vista sul mondo a un centimetro da terra, e finiscono per realizzare il primo film di animazione digitale in widescreen, con scene di massa di personaggi in pixel mai ottenute prima di allora.

Dopo la difficoltosa realizzazione di *Toy Story 2*, che stabilisce comunque il nuovo record di quasi 500 milioni di dollari incassati in tutto il mondo, Pixar decide di cambiare casa e rifonda il suo quartier generale a Emeryville, in California. Nel contempo, il volume dei progetti raggiunge la quota di un film all'anno e Lasseter lascia la regia anche ai colleghi Pete Docter, che firma *Monsters & Co.* (nuovo record, con 579.707.738 dollari di incasso globale) e Andrew Stanton, che dirige *Alla ricerca di Nemo*, il titolo che per la prima volta sfiora il miliardo di euro al box office mondiale. >



I MAGGIORI SUCCESSI MONDIALI DELLA PIXAR



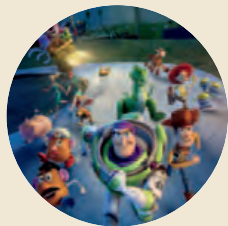
Gli Incredibili 2 (2018)

Incaso globale: \$1.244.639.527
(4,2 milioni di euro in Italia)



Toy Story 4 (2019)

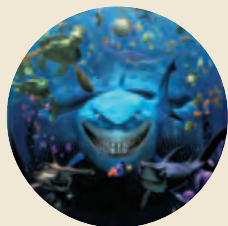
Incaso globale: \$1.073.394.593
(6,4 milioni di euro in Italia)



Toy Story 3 (2010)

Incaso globale: \$1.066.970.811
(13,7 milioni di euro in Italia)

Alla ricerca di Dory (2016)
Incaso globale: \$1.028.570.942
(15,2 milioni di euro in Italia)



Alla ricerca di Nemo (2003)

Incaso globale: \$940.352.645
(21,9 milioni di euro in Italia)

Inside Out (2015)
Incaso globale: \$858.848.019
(25,4 milioni di euro in Italia)



Coco (2017)

Incaso globale: \$807.817.888
(11,4 milioni di euro in Italia)

Monsters University (2013)
Incaso globale: \$743.559.645
(9 milioni di euro in Italia)



Up (2009)

Incaso globale: \$735.099.102
(15,8 milioni di euro in Italia)

Gli Incredibili (2004)
Incaso globale: \$631.607.053
(15,6 milioni di euro in Italia)





L'ingresso di Pixar Animation Studios a Emeryville, in California

Nel 2004 si unisce al gruppo Brad Bird che, con *Gli incredibili*, imprime un nuovo salto tecnologico e di qualità ai film Pixar con i primi protagonisti umani e molti dettagli difficili da riprodurre in digitale, come i capelli e il tessuto.

LA RIVOLUZIONE DIGITALE

Dopo il successo de *Gli Incredibili*, la storia stessa dell'industria di animazione sembra svoltare definitivamente verso un futuro tutto digitale. Anche Disney smantella i reparti di animazione 2D, il suo storico core business. Nel 2005, però, una ristrutturazione interna porta alla sostituzione di Michael Eisner come capo della Disney: il nuovo Ceo diventa Bob Iger, che pensa subito di rifondare il reparto animazione con una squadra di qualità e motivata. Di fatto, ne esisteva una già pronta: quella di Pixar. Le trattative fra le aziende riprendono e, nel 2006, Disney sigla un accordo di acquisizione di Pixar per 7,4 miliardi di dollari: Steve Jobs entra nel consiglio di amministrazione della Disney come maggior azionista della società, John Lasseter diventa capo degli uffici creativi e Ed Catmull presidente degli studi Disney e Pixar. Nei fatti, più che un'acquisizione, si tratta di una vera e propria fusione. Di certo fu da entrambi i fronti una rivoluzione: l'identità della Pixar è stata mantenuta, supportata però dalle risorse della macchina del marketing Disney, che comprendeva anche l'asset strategico dei parchi a tema. I titoli successivi portano ufficialmente il doppio marchio Disney e Pixar: il primo film realizzato dopo l'acquisizione è *Cars - Motori ruggenti*, il primo di una lunghissima sequela di successi che, però, non ha impedito a Disney di riprendere in mano anche l'animazione tradizionale con film come *La principessa*

e il ranocchio e *Winnie the Pooh - Nuove avventure nel bosco dei 100 acri*.

Il franchise più longevo e redditizio continua ad essere quello di *Toy Story* (con il terzo e il quarto capitolo che sfondano ciascuno il miliardo di dollari di incasso globale, anche se il più remunerativo in assoluto risulta *Gli incredibili 2* con un incasso di quasi 1,3 miliardi di dollari).

VERSO L'INFINITO E OLTRE

Nel tempo le storie Pixar si sono evolute, affrontando tematiche sempre più adulte con tagli e argomenti a volte apertamente filosofici o metafisici, come la gestione delle emozioni, l'esistenza dell'anima, la vedovanza, l'aldilà. Anche i modelli distributivi di Disney hanno dovuto necessariamente modificarsi dopo la pandemia di Covid-19. A subirne gli effetti è stato per primo il film *Onward*, che dopo un brevissimo esordio in sala è stato dirottato successivamente sulla piattaforma Disney+. Da quel momento, un vero e proprio ritorno in sala per i film Pixar non è ancora avvenuto: i modelli distributivi paiono essere definitivamente cambiati. *Soul*, nel Natale 2020, è stato distribuito solo su

Disney+ e anche il nuovo titolo *Luca*, il primo diretto da un italiano, Enrico Casarosa, e ambientato in Liguria, è uscito esclusivamente sulla piattaforma il 18 giugno. Disney ha dichiarato di voler seguire un criterio di distribuzione flessibile: la strategia di ogni titolo sarà valutata in modo indipendente, con alcuni film che usciranno nelle sale, alcuni in day-and-date su Disney+ con l'opzione di acquisto di Disney Premier Access, altri ancora solo in svod. Di certo la crescita di Disney+ influenzerà sempre più anche la produzione di nuovi titoli Pixar in vari formati, compresi quelli dell'animazione seriale (come la nuova serie dedicata a *Cars*, in arrivo nel 2022) e del cortometraggio (come la collezione di corti *Dug Days*, su Disney+ in autunno 2021) pensati specificatamente per lo streaming e destinati a fidelizzare la base degli abbonati. E nel 2023 arriverà sempre su Disney+ *Win or Lose*, la prima serie animata di lunga durata della Pixar dedicata alla squadra di softball di una scuola media. Dopo 35 anni, il futuro di Pixar è ancora tutto da scrivere. Come direbbe Buzz Lightyear di *Toy Story*, «verso l'infinito... e oltre!». **BO**

© Getty Images (3); Pixar Animation Studios/Walt Disney Pictures (13)



Luca, il primo film d'animazione diretto da un italiano, Enrico Casarosa, e ambientato in Liguria, è uscito esclusivamente sulla piattaforma Disney+ il 18 giugno 2021



coloradofilm
A RAINBOW COMPANY

TORNIAMO A SOGNARE!



MAURIZIO TOTTI ALESSANDRO USAI IGINIO STRAFFI PRESENTANO UNA PRODUZIONE COLORADO FILM
IN COLLABORAZIONE CON MEDUSA FILM

**DIEGO
ABATANTUONO**

**FRANK
MATANO**

**Una notte da
DOTTORE**
REGIA DI GUIDO CHIESA

**DAL 28 OTTOBRE
AL CINEMA**



**A CLASSIC
HORROR
STORY**

regia di
ROBERTO DE FEO e PAOLO STRIPPOLI
con **MATILDA LUTZ**



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

LUI SOFÌ

ME CONTRO TE

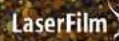
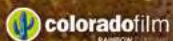
IL FILM

IL MISTERO DELLA SCUOLA INCANTATA

REGIA DI GIANLUCA LEUZZI



DAL 18 AGOSTO AL CINEMA



sky original

Fabio Deluigi Anita Caprioli Diego Abatantuono Carla Signoris

ridatemi mia moglie

regia di
Alessandro Genovesi

A settembre

sky



PREMI



I premiati e gli ospiti dell'edizione 2020 del
Filming Italy Best Movie Award sul red carpet

A VENEZIA TORNA IL FILMING ITALY BEST MOVIE AWARD

L'APPUNTAMENTO CON IL PREMIO AL MEGLIO DEL CINEMA E DELLA SERIALITÀ ITALIANA E INTERNAZIONALE IDEATO DA TIZIANA ROCCA E VITO SINOPOLI È ALLA 78ª EDIZIONE DELLA MOSTRA INTERNAZIONALE D'ARTE CINEMATOGRAFICA CON UNA CERIMONIA DI GALA IN PROGRAMMA IL 5 SETTEMBRE

a cura della redazione



Pierfrancesco Favino premiato con il Filming Italy Best Movie Award 2020 come miglior attore in un film drammatico per *Hammamet*. Con lui, Vito Sinopoli e Tiziana Rocca



L'attrice Gabriella Pession, madrina dell'edizione 2021 del Filming Italy Best Movie Award

LA GIURIA DI QUALITÀ

Anche quest'anno torna al Lido il **Filming Italy Best Movie Award**, il premio dedicato al meglio del cinema e della serialità italiana e internazionale ideato da Tiziana Rocca (Direttore Generale Filming Italy Award) e Vito Sinopoli (Amministratore Unico Duesse Communication e Presidente onorario del Premio). Già da diversi anni parte della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia, si tratta di un riconoscimento che viene assegnato ai migliori film, documentari, serie tv, nonché ai talent e professionisti dell'industria audiovisiva dell'ultima stagione cinematografica. L'appuntamento per quest'anno è fissato per il 5 settembre, con una cerimonia di gala che vede come madrina l'attrice Gabriella Pession.

I premi delle quattro categorie principali saranno assegnati da una Giuria di qualità composta da: Alberto Barbera, Direttore Artistico della Mostra internazionale d'arte cinematografica di Venezia; Paolo Del Brocco, ad di Rai Cinema; Chiara Sbarigia, Presidente di Cinecittà; Guglielmo Marchetti, Presidente e ad di Notorious Pictures; Tinny Andreatta, VP delle serie originali italiane Netflix; Giampaolo Letta, VP e ad di Medusa; il giornalista Antonello Sarno; Maria Pia Ammirati, Direttore Rai Fiction; Luciano Sovena, Presidente della Fondazione Roma Lazio Film Commission; Nicola Maccanico, ad di Cinecittà; Roberto Stabile, Responsabile delle relazioni internazionali di Anica; Massimiliano Orfei, ad di Vision Distribution; Marta Donzelli, Presidente del Centro Sperimentale di Cinematografia; Mario Lorini, Presidente di ANEC; Stefano Sardo, Presidente dell'Associazione 100autori; Franco Montini, Presidente del Sindacato Nazionale Critici Cinematografici Italiani.

Il voto della giuria di qualità andrà ad affiancare il voto del pubblico, che tramite i lettori di *Best Movie* e di www.bestmovie.it assegnerà anche il premio dedicato ai Maestri del Cinema. **BO**



Alberto Barbera, Direttore Artistico della Mostra internazionale d'arte cinematografica di Venezia



Paolo Del Brocco, ad di Rai Cinema



Chiara Sbarigia, Presidente di Cinecittà



Guglielmo Marchetti, Presidente e ad di Notorious Pictures



Tinny Andreatta, VP delle serie originali italiane Netflix



Giampaolo Letta, VP e ad di Medusa



il giornalista Antonello Sarno



Maria Pia Ammirati, Direttore Rai Fiction



Luciano Sovena, Presidente della Fondazione Roma Lazio Film Commission



Nicola Maccanico, ad di Cinecittà



Roberto Stabile, Responsabile delle relazioni internazionali di Anica



Massimiliano Orfei, ad di Vision Distribution



Mario Lorini, Presidente di ANEC



Stefano Sardo, Presidente dell'Associazione 100autori



Marta Donzelli, Presidente del Centro Sperimentale di Cinematografia



Franco Montini, Presidente del Sindacato Nazionale Critici Cinematografici Italiani.

© Gettyimages (7); Courtesy of Filming Italy (2); Assunta Savello (1); Courtesy of Apa (1); Valerio Pardi (1); Gianmarco Chiericato (1); Stefano Pinci (1); Erica Fava (1); Riccardo Ghilardi (1); Courtesy of Anec (1); Daniela Pellegrini (1)





MARVEL STUDIOS

SHANG-CHI

E LA LEGGENDA DEI DIECI ANELLI

**DALL'1 SETTEMBRE
AL CINEMA**

#ShangChi  Marvelitaly  @marvelitalia

NUOVO

cinema-HOTEL PARADISO



IL GRUPPO MK2 HA INAUGURATO A PARIGI, PROPRIO SOPRA IL SUO MULTIPLEX NATION, IL PRIMO ALBERGO-CINEMA AL MONDO: 34 CAMERE E 2 SUITE, OGNUNA DOTATA DI UN GRANDE SCHERMO PER PROIEZIONI PRIVATE. CON LA POSSIBILITÀ DI ORGANIZZARE ANCHE SESSIONI DI VIDEO GAMING E KARAOKE

a cura di **Valentina Torlaschi**

Un rifugio per cinefili in tempi di pandemia e sale chiuse? Certo. Ma anche – e soprattutto – un concept che guarda al futuro e che punta a una sinergia unica tra cinema e alberghi. Stiamo parlando del Cinema-Hotel Paradiso di Parigi: il primo albergo-sala cinematografica al mondo che il gruppo MK2 (attivo nella produzione, distribuzione

Le pareti delle stanze sono costellate da locandine di film, mentre gli esterni dell'albergo sono impreziositi da affreschi e installazioni dell'artista JR (foto in piccolo a sinistra). Disponibile anche il servizio in camera con una carta food&beverage stilata sulla qualità e ricercatezza



Alcune immagini del Cinema-Hotel Paradiso, il cui nome si ispira al titolo del famoso film di Giuseppe Tornatore, uno dei preferiti di Nathanaël Karmitz (Ceo di MK2)



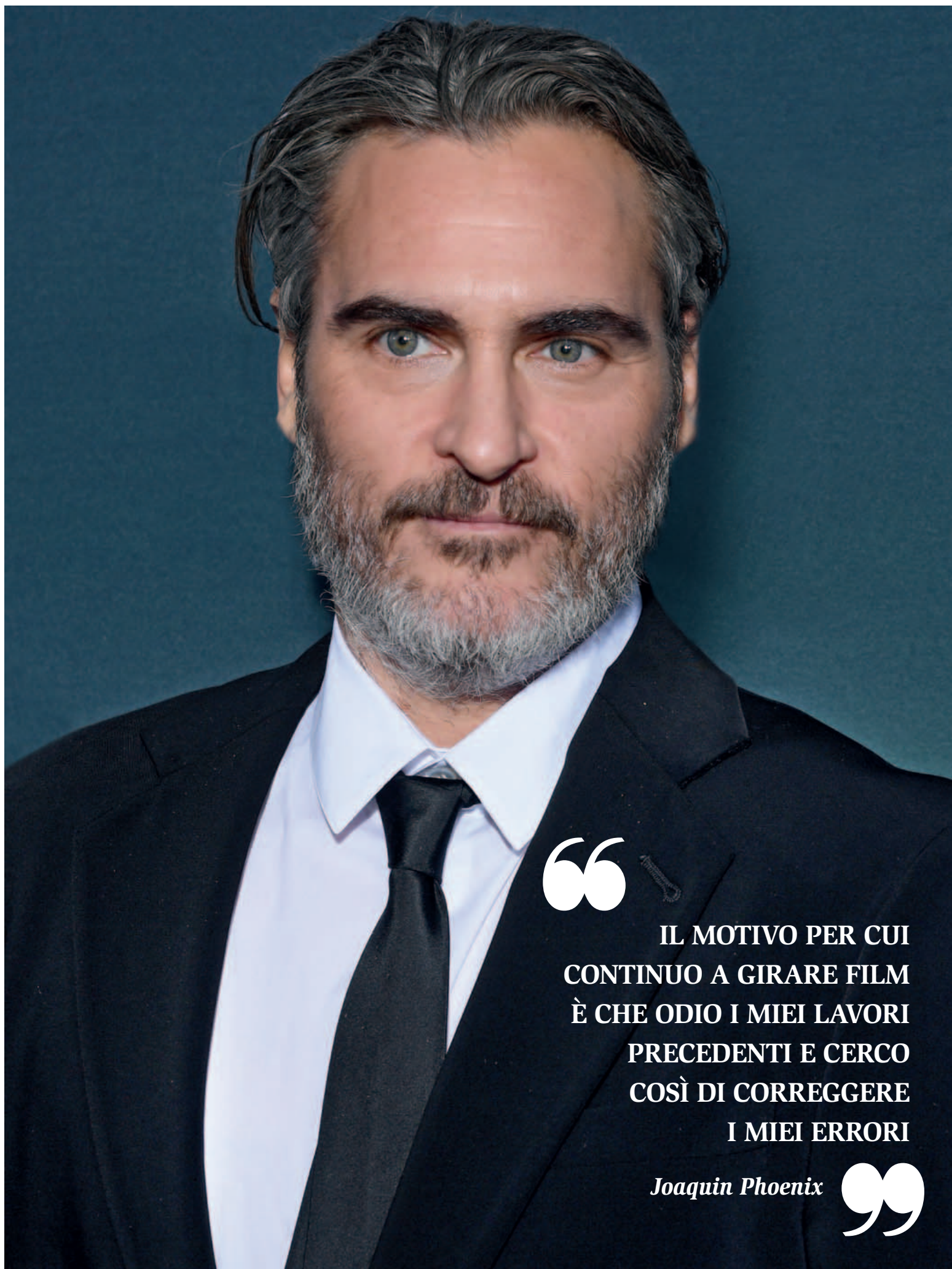
ed esercizio) ha inaugurato lo scorso 10 marzo 2021. Situata proprio sopra la multisala di proprietà MK2 Nation, a boulevard Diderot, la struttura vanta 34 camere dotate di maxi schermi di 3 metri, con sistemi di video-proiezioni hi-tech, e 2 suite con annessa una saletta cinematografica, con proiettori CDI 2K standard professional. L'offerta propone camere di vario tipo (matrimoniali, con letti separati, familiari), tutte studiate per godersi la visione di un film nel massimo comfort e relax, con la possibilità, in alcune stanze, di godersi anche un film dalla vasca da bagno. L'hotel conta inoltre una terrazza sul tetto con un grande schermo per proiezioni *en plein air* in primavera-estate, una sala per il karaoke e una discoteca per una decina di persone, oltre a una piccola-sala vetrata e insonorizzata per 100 persone con bar annesso. Costo delle camere: da 100 a 350 euro a notte. L'offerta dei titoli da guardare attinge invece da otto piattaforme streaming (tra cui Netflix, Disney+, Mubi, MyCanal, MK2 Curiosity) e una collezione di quasi 2.500 Dvd/Blu-ray. Non solo, perché in alcune stanze è inoltre possibile organizzare sessioni di video gaming su Playstation 5.

«È possibile, di giorno, assistere a una normale proiezione nel nostro multiplex di 6 sale in boulevard Diderot, e, di notte, organizzare proiezioni private nel nostro cinema-hotel sopra la multisala», ha dichiarato Nathanaël Karmitz a *French Film*, sottolineando come il Cinema-Hotel Paradiso sia davvero un'estensione del multiplex MK2 Nation. Tra i due luoghi ci sarà continuità e forme di promozione reciproche, in primis quella di offrire un biglietto omaggio per il cinema per ogni prenotazione alberghiera. La prospettiva, poi, è quella di affittare le stanze e le sale dell'albergo a professionisti e società private per meeting e convegni, costruendo una proposta che sfrutti gli spazi sia dell'hotel sia del multiplex.

Un concept, quello del cinema-hotel, sul quale i fratelli Elisha e Nathanaël Karmitz (figli del produttore cinematografico e fondatore dell'enorme gruppo cinematografico MK2, Marin Karmitz) hanno lavorato per circa sette anni: «È stato un modo per reinventarsi, ma che può anche essere il futuro del cinema».



©Romain Ricard/MK2 Hotel Paradiso (3), Courtesy Of MK2 Hotel Paradiso Instagram (1)



“

IL MOTIVO PER CUI
CONTINUO A GIRARE FILM
È CHE ODIO I MIEI LAVORI
PRECEDENTI E CERCO
COSÌ DI CORREGGERE
I MIEI ERRORI

Joaquin Phoenix

”

© Gettyimages

UN FILM DI STEVEN SPIELBERG

WEST SIDE STORY

PRODUTTORI
ESECUTIVI RITA MORENO DANIEL LUPI ADAM SOMNER TONY KUSHNER

PRODOTTO
DA STEVEN SPIELBERG, p.g.a. KRISTIE MACOSKO KRIEGER, p.g.a. KEVIN MCCOLLUM

COREOGRAFIE
ORIGINALI DI JEROME ROBBINS COREOGRAFIE
DI JUSTIN PECK BASATO SUL LIBRO
DELL'OPERA TEATRALE DI ARTHUR LAURENTS

MUSICHE
DI LEONARD BERNSTEIN PAROLE
DI STEPHEN SONDHEIM MESSA IN SCENA, REGIA
E COREOGRAFIE DI JEROME ROBBINS

PAROLE
DI STEPHEN SONDHEIM MUSICHE
DI LEONARD BERNSTEIN SCENEGGIATURA
DI TONY KUSHNER DIRETTO
DA STEVEN SPIELBERG

PROSSIMAMENTE AL CINEMA

#WestSideStory  20centurystudiosit  20centuryit



© 2021 20th Century Studios. All Rights Reserved.

PROPERTY OF 20TH CENTURY STUDIOS. PHOTOGRAPHY, SET DESIGN, CAST, CLOTHING AND OTHER TRADEMARKS OF THIS MATERIAL IS EXPRESSLY PROHIBITED.

Harrison Ford
a bordo piscina mentre ripassa
la sceneggiatura di un film
nella sua casa a Los Angeles (1981)



© Getty Images

RALPH
FIENNES

GEMMA
ARTERTON

RHYS
IFANS

HARRIS
DICKINSON

con DJIMON
HOUNSOU



The King's Man

LE ORIGINI



20th CENTURY STUDIOS PRESENTA IN ASSOCIAZIONE CON MARV UNA PRODUZIONE CLOUDY UN FILM DI MATTHEW VAUGHN "THE KING'S MAN - LE ORIGINI" (THE KING'S MAN) RALPH FIENNES GEMMA ARTERTON RHYS IFANS MATTHEW GOODE TOM HOLLANDER HARRIS DICKINSON DANIEL BRÜHL
 con DJIMON HOUNSOU e CHARLES DANCE COSTI DI REGINALD POERSCOUT-EDGERTON, CSA, CMA, CMAA COSTUME DI MICHELE CLAPTON CANTIERI DI MATTHEW MARGESON & DOMINIC LEWIS MONTAGNA DI JASON BALLANTINE A.S.E. ACE ROBERT HALL SCENOGRAFIA DI DARREN GILFORD
 DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA BEN DAVIS, BSC PRODOTTORE MARK MILLAR, DAVE GIBBONS, STEPHEN MARKS, CLAUDIA VAUGHN, RALPH FIENNES, REGIA DI MATTHEW VAUGHN, P.S.G. DAVID REID, P.S.G. ADAM BOHLING, P.S.G. REGIA ASSISTENTE MARK MILLAR e DAVE GIBBONS
 MARV 20th CENTURY RECORDS KINGSMAN IT 20th CENTURY STUDIOS DAL 29 DICEMBRE AL CINEMA

Listino secondo semestre

RE GRANCHIO

di Alessio Rigo de Righi e Matteo Zoppis

LA LEGGE DEL TERREMOTO

di Alessandro Preziosi

LA MACCHINA DELLE IMMAGINI DI ALFREDO C.

di Roland Sejko

BOSNIA EXPRESS

di Massimo d'Orzi

C'È UN SOFFIO DI VITA SOLTANTO

di Matteo Botrugno e Daniele Coluccini

CIPRIA

di Giovanni Piperno

GIOVANNA, STORIE DI UNA VOCE

di Chiara Ronchini

TENERE LO SGUARDO FISSO SUL PASSATO
PUÒ ACCECARE

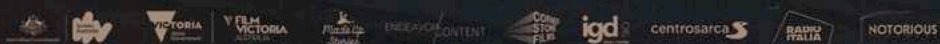
ERIC
BANA

CHI È SENZA PECCATO

T H E D R Y



PROSSIMAMENTE #SOLOALCINEMA



UNA PRODUZIONE ANELE CON RAI CINEMA
IN ASSOCIAZIONE CON NOTORIOUS PICTURES

CLAUDIA
GERINI

SULLA GIOSTRA

LUCIA
SARDO

PROSSIMAMENTE #SOLOALCINEMA