

BOX²⁵FFICE

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

www.e-duesse.it

ANNO XXVI - N. 14/15 - 30 agosto-15 settembre 2022



INTERVISTE

- Davide Romani
- Marco Belardi
- Francesca Rumi



RAINBOW - COLORADO FILM UNA SINERGIA VINCENTE

IL PRESIDENTE DI RAINBOW **IGINIO STRAFFI** E L'AMMINISTRATORE DELEGATO DI COLORADO FILM, **ALESSANDRO USAI**, PRESENTANO IL PERCORSO DI CRESCITA DEL GRUPPO, LE STRATEGIE INTERNE E LE LINEE EDITORIALI DELLE DUE SOCIETÀ, ANALIZZANDO LA SITUAZIONE PRODUTTIVA ATTUALE E LE CRITICITÀ DEL MERCATO CINEMATOGRAFICO ITALIANO

BENEDETTA
PORCAROLI

GALATEA
BELLUGI

MICHELE
BRAVI

GIOVANNA
MEZZOGIORNO



1932 90° 2022

Official Selection

tiff

Toronto International
Film Festival 2022

AMANDA

SCRITTO E DIRETTO DA **CAROLINA CAVALLI**

ELSIMORE FILM PRESENTA UNA PRODUZIONE ELSIMORE FILM WILDSIDE e TENDERSTORIES IN COLLABORAZIONE CON CHARADES e I WONDER PICTURES IL FILM È STATO REALIZZATO CON IL CONTRIBUTO DEL "POR FESR PIEMONTE 2014-2020"
CON BENEDETTA PORCAROLI GALATEA BELLUGI MICHELE BRAVI MONICA NAPPO MARGHERITA MACCAPANI MISSONI e con GIOVANNA MEZZOGIORNO CASTING MAURILIO MANGANO U.I.C.D. LUANA VELLISCIG SCENOGRAFIA MARTINO BONANOMI COSTUMI FRANCESCA CIBISCHINO
SUONO ROBERTO GAMBOTTO REMORINO ALESSANDRO BONFANTI ALESSANDRO FUSAROLI JACOPO LATTANZIO MONTAGGIO BABAK JALALI FOTOGRAFIA LORENZO LEVRINI MUSICA NICCOLÒ CONTESSA COORDINATORE DI PRODUZIONE DANILO GOGLIO PRODUTTORE DELEGATO CLAUDIO FALCOW
PRODUTTORE ASSOCIATO GUENDALINA PONTI PRODUTTORI ESECUTIVI CAROLE BARATON YOHANN COMTE PIERRE MAZARS ANDREA ROMEO LORENZO DE MAIO
PRODOTTO DA MORENO ZANI MALCOM PAGANI MARIO GIANANI LORENZO GANGAROSSA ANTONIO CELSI ANNAMARIA MORELLI SCRITTO E DIRETTO DA CAROLINA CAVALLI

DA OTTOBRE AL CINEMA

I WONDER
PICTURES

ELSIMORE
FILM

WILDSIDE

TENDERSTORIES

CHARADES

DIREZIONE GENERALE
CINEMA
MIC

FILM COMMISSIONE
TORINO PIEMONTE

EUROPEAN UNION

REGIONE
PIEMONTE

CITTA' DI TORINO

frame

mvmovies.it

6

6

PRODUZIONE: C'È UN PROBLEMA DI RAPPRESENTANZA?

Le frizioni di qualche mese fa tra la presidenza dell'unione produttori Anica e quattro grandi produttori associati sono probabilmente la punta dell'iceberg di un annoso problema, ovvero quello della rappresentanza. Che membri della stessa associazione abbiano interessi diversi, infatti, è un dato quasi scontato: inevitabilmente un'associazione rappresenta una pluralità di soggetti di dimensioni diverse e con obiettivi differenti. Dovrà essere il presidente dell'unione produttori Anica a trovare la sintesi, eventualmente.

C'è poi un altro tema che dovrà essere affrontato, e cioè il fatto che esistano due associazioni di produttori audiovisivi: Apa e l'unione produttori Anica. Si tratta di due associazioni storiche, ognuna con la sua genesi, le sue peculiarità e, ovviamente, i suoi interessi. La prima nasce da produttori principalmente televisivi, la seconda – più antica – nasce da produttori cinematografici. Ma è sotto gli occhi di tutti che queste categorie non sono più adeguate ai tempi. Oggi,

infatti, i produttori che garantiscono un minimo di continuità produttiva realizzano film per la sala, Originals per le piattaforme e serie Tv. Gli stessi Iginio Straffi di Rainbow e Alessandro Usai di Colorado Film affermano esplicitamente sulle pagine di questo *Box Office* che non si può continuare ad appartenere a due associazioni di produttori, proprio perché ormai non esistono quasi più produttori che realizzano solo film per la sala o solo serie Tv per il piccolo schermo. Piccolo e grande schermo sono ormai due facce della stessa medaglia. Per questo sarebbe auspicabile un maggior confronto tra Apa e l'unione produttori Anica che porti alla creazione di un'unica associazione o di una federazione comune, con regole chiare e un'unica voce. Altrimenti si rischierà che gli associati inizino ad abbandonare una delle due associazioni o, ancora peggio, a non riconoscersi più in nessuna delle due, con una conseguente perdita di rappresentanza da parte di entrambe.

di **Paolo Sinopoli**

14

COVER STORY
**RAINBOW-COLORADO FILM:
UNA SINERGIA VINCENTE**

Il presidente Iginio Straffi e l'amministratore delegato di Colorado Film, Alessandro Usai, presentano il percorso di crescita del gruppo, le strategie interne e le linee editoriali delle due società, analizzando la situazione produttiva attuale e le criticità del mercato cinematografico italiano

43

TOP 50

**LA POWER LIST DEL
CINEMA ITALIANO
2021/2022**

Foto Cover: © Loris Zambelli/Courtesy of Rainbow-Colorado Film



8
NEWS

12
FESTIVAL

**A VENEZIA BRILLA
IL GRANDE CINEMA**

Cinque film americani, cinque francesi e cinque italiani, pioggia di star (americane) e la geopolitica che entra in cartellone alla Mostra

22
REPORT

**EQUILIBRIO TRA SALE E
PIATTAFORME: È POSSIBILE?**

Il rapporto tra i settori theatrical e streaming è stato al centro del convegno organizzato da *Box Office* in apertura delle Giornate di Ciné lo scorso 5 luglio. Ne hanno discusso Alessandro Araimo, Francesco Grandinetti, Luigi Lonigro, Federica Lucisano, Andrea Occhipinti e Massimiliano Orfei. Ecco i loro interventi

George
CLOONEY *Julia*
ROBERTS



TICKET
to
PARADISE

IN ANTEPRIMA DOMENICA 2 OTTOBRE

Dal 6 Ottobre

#SOLOALCINEMA



WORKING TITLE

tickettoparadise-iffilm.it

[/universalpicturesinternationality](https://www.facebook.com/universalpicturesinternationality)

[@universalpicturesita](https://www.instagram.com/universalpicturesita)

[#TicketToParadiseIlFilm](https://www.tiktok.com/TicketToParadiseIlFilm)



© 2022 UNIVERSAL PICTURES

30

MARKETING

REGALIAMO UN'ESPERIENZA INDIMENTICABILE

Davide Romani, Director, Head of Marketing Studios & Integrated Marketing di The Walt Disney Company Italia, sottolinea l'importanza di un rapporto più stretto con l'esercizio, la necessità di ingaggiare il pubblico più giovane, e presenta le campagne di lancio di *Avatar 2*, *Black Panther 2* e *Strange World*

36

PRODUZIONI

LE AMBIZIONI DI BAMBOO PRODUCTION

Dopo l'uscita da Lotus Production, Marco Belardi mette a frutto il suo know-how e s'imbarca in una nuova avventura produttiva che lo vedrà realizzare film, serial, intrattenimento e documentari di ampio respiro per cinema, streaming e Tv. Il produttore racconta in esclusiva la linea editoriale della nuova società, i deal e le partnership già siglate, oltre ai progetti in arrivo

58

DISTRIBUZIONE

UNIVERSAL, LINEA DIRETTA CON L'ESERCIZIO

La Trade Marketing Manager Francesca Rumi fa un bilancio del nuovo portale esercenti di Universal che, lanciato lo scorso aprile, è cresciuto settimana dopo settimana arrivando a quasi 700 iscritti

60

RICERCHE

TANTI PIRATI POCO (C)ATTIVI

È un quadro sfaccettato quello del consumo illegale di contenuti audiovisivi in Italia nel 2021. Cresce il numero di pirati, ma diminuisce il numero complessivo di atti illeciti. Quello che resta sempre ingente è il danno economico. Tutti i dati della ricerca FAPAV/Ipsos

68

PIATTAFORME

VOD, IN EUROPA CI SI ALLEA

Intervista a Daniel Friedlaender, Chair di European VOD Coalition, l'associazione che raccoglie i maggiori attori del settore on demand del Vecchio Continente

72

FILM COMMISSION

UMBRIA, NASCE IL FILM BUSINESS THINK TANK

L'Umbria Film Commission ha organizzato il primo incontro tra alcuni dei maggiori produttori italiani e stampa economica per affrontare insieme i temi caldi del settore audiovisivo



74

EVENTI

LA CARICA DEL BEST MOVIE COMICS & GAMES

Il reportage fotografico della prima edizione dell'evento realizzato da Duesse Communication per festeggiare i 20 anni della rivista di cinema

80

GALLERY

LE EMOZIONI DI CINÉ

Immortaliamo i momenti più significativi e i protagonisti dell'11ª edizione delle giornate professionali di Riccione, che ha richiamato 1.300 accreditati del mondo del cinema

86

GALLERY

SUL RED CARPET DEL FILMING ITALY SARDEGNA FESTIVAL

Star del cinema internazionale, anteprime, talk e convegni industry hanno animato la 5ª edizione della manifestazione diretta da Tiziana Rocca

92

MERCATI

IN ARRIVO DA CANNES

I film comprati al Marché du Film o passati dalla selezione ufficiale del Festival che andranno ad arricchire i listini delle case di distribuzione italiane nei prossimi mesi

Anno XXVI N. 14-15
30 AGOSTO-15 SETTEMBRE 2022

Direttore responsabile

Vito Sinopoli

Responsabile di redazione Paolo Sinopoli

Redazione Valentina Torlaschi

Hanno collaborato Cristiano Bolla, Monica Ciceri, Eliana Corti,

Ilaria Ravarino, Chiara Scifi

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

Pubblicazione quindicinale 14 numeri all'anno
- Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale -
D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n°46) art. 1, comma 1,
DCB Milano Reg. Trib. Milano n. 238 del 7/5/94 -
Iscrizione Registro Nazionale della Stampa
n. 9380 del 11/4/2001 - ROC n. 6794

Stampa Galli Thierry Stampa srl Milano

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

Arretrati 7,55 euro + spese postali

Abbonamento 25 euro via ordinaria

Informativa resa ai sensi degli articoli 13 - 14

Regolamento UE 2016 / 679 GDPR

(General Data Protection Regulation)

Duesse Communication Srl, Titolare del trattamento

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

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

e per l'elenco di tutti gli 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.

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 29 luglio 2022



ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA DI SETTORE

SCOPRI COME ABBONARSI A BOX OFFICE



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

serviziobbonamenti@e-duesse.it
Tel. 02/277961



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

BOX OFFICE

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



Download on the App Store

GET IT ON Google Play



SICCITÀ

UN FILM DI **PAOLO VIRZÌ**

CON:

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

UNA PRODUZIONE

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

WARNER BROS. DISCOVERY, LA SQUADRA DI MANAGER PER ITALIA E IBERIA

Alessandro Araimo, General Manager di Warner Bros. Discovery Southern Europe, ha annunciato la squadra di manager a suo diretto riporto che guiderà il business in Italia & Iberia. La nuova organizzazione è composta da **Laura Carafoli** (SVP TV Networks & Digital Local Production), **Fabrizio Ioli** (SVP Consumer Product, Retail & Physical Home Entertainment), **Massimo**

Ghedini (GVP Adsales & Sponsorship), **Marcello Dolores** (GVP Legal), **Carlos Prada** (VP Studios Theatrical Production & Distribution), **Angel Yllera** (VP Affiliates, Content Licensing, Digital Home Entertainment), **Andrea Vidoni** (VP Marketing & Consumer PR), **Adriano Baioni** (Senior Director Communications), **Cristina Cattaneo** (Senior Director Insight & Research).



LE DATE DELLA FESTA DEL CINEMA IN ITALIA



In occasione di Ciné di Riccione, il direttore generale Anec Simone Gialdini ha annunciato il progetto di una nuova Festa del cinema in Italia. La manifestazione - curata da Anica e Anec con il MiC e con il David di Donatello - si articolerà con due appuntamenti annuali e, sul modello della Fête du Cinéma francese, prevedrà 5 giorni di ingresso al cinema a 3,5 euro. Il primo appuntamento di Cinema in Festa è dal 18 al 22 settembre 2022, ma sono state già fissate le date per i prossimi 5 anni, fino al 2026, per consolidare questo evento anno dopo anno, facendolo diventare un appuntamento fisso sempre più importante. Cinema in Festa si svolgerà ogni anno la terza settimana di settembre e la seconda di giugno, sempre dalla domenica al giovedì.

BREVISSIME

- Disney, rinnovato il Ceo Bob Chapek per altri 3 anni
- UNIC, Phil Clapp confermato presidente
- Rai Cinema, Samanta Antonnicola confermata responsabile della produzione
- Anec lombarda, Tomaso Quilleri nuovo presidente
- Le giornate professionali di Sorrento si terranno dal 28 novembre all'1 dicembre
- ITsArt: perdite per 7,4 milioni di euro nel 2021
- Amazon Prime aumenta gli abbonamenti in Italia: 49,90 euro il prezzo annuale
- Netflix: abbonamento con pubblicità in arrivo nel 2023
- Addio al fondatore di Teodora Film Vieri Razzini
- Il Centro Sperimentale di Cinematografia riaprirà il cinema Fiamma
- Matteo Fedeli nuovo direttore generale di Siae
- De Gaetano riconfermato direttore del Museo Nazionale del Cinema di Torino

INDIGO FILM E ALIANTE NUOVI SOCI DI MASI FILM

Siglato un importante accordo strategico volto a rafforzare Masi Film. La società di produzione audiovisiva di film, serie Tv e spot pubblicitari fondata da Massimiliano Di Lodovico, che ne è il presidente e ad, vede infatti l'ingresso nel capitale della società di investimento Aliante Industrial e della casa di produzione Indigo Film. Nel dettaglio, Aliante conta ora il 25% del capitale sociale, mentre Indigo l'11%. Con questa operazione Aliante Industrial, società appartenente al gruppo Aliante Partners, segna il suo ingresso nel mondo della produzione audiovisiva; prima si era occupata soprattutto del settore food&beverage e design. Con il nuovo assetto, Masi Film punta a realizzare progetti, tra serie Tv, film e pubblicità, per 80 milioni di euro in due anni.



PEGASUS DIVENTA SOCIETÀ ELITE

Importante riconoscimento per Pegasus. La casa di produzione cinematografica e televisiva italiana indipendente guidata da Martha Capello e Ilaria Dello Iacono è infatti diventata società ELITE, il private market e network internazionale dedicato alle aziende più ambiziose con un modello di business solido e una chiara strategia di crescita. ELITE è l'ecosistema per la crescita del Gruppo Euronext che supporta le piccole e medie imprese a strutturare il proprio sviluppo e ad accedere ai mercati dei capitali, privati e pubblici: un network internazionale di imprenditori, partner, broker e investitori di successo - che ormai conta 1.100 società - focalizzati nell'aiutare le migliori aziende di tutto il mondo a trasformare la loro visione in piani strategici e risultati concreti.

DAL REGISTA DI UN AFFARE DI FAMIGLIA

LE BUONE STELLE

BROKER

UN FILM DI KORE-EDA HIROKAZU



MIGLIOR ATTORE
FESTIVAL DI CANNES



CJ ENM CO., LTD. PRESENTA UNA PRODUZIONE ZIP CINEMA UN FILM DI KORE-EDA HIROKAZU "BROKER"

SONG KANG HO GANG DONG WON DOONA BAE LEE JI EUN LEE JOO YOUNG SCENEGGIATURA KORE-EDA HIROKAZU PRODOTTO DA LEE EUGENE PRODUTTORE ESECUTIVO MIKY LEE CO-PRODUTTORE ESECUTIVO KANG HO SUNG FINANCING EXECUTIVE SI YEON JAE CO-FINANCING EXECUTIVE LEE SON YOUNG
COPRODOTTORE SONG DAE CHAN FUKUMA MIYUKI YOON HYE JOON DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA HONG KYUNG PYO SCENOGRAFO LEE MO KWON COSTUMISTA CHOI SE YEON TRUCCO E ACCONCIATURE KIM SEO YOUNG MUSICA DI JUNG JAE IL MONTAGGIO KORE-EDA HIROKAZU TECNICO DELLE LUCI PARK CHEONG WOO
SUPERVISORE EFFETTIVISMI BAEK SANG HOON SUPERVISORE SUONO CHOI TAE YOUNG PRODUZIONE SUONO MIXER EUN HEE SOO DIGITAL INTERMEDIATE PARK JIN YOUNG EFFETTI SPECIALI DI JUNG DO AHN EFFETTI SPECIALI MAKE-UP DI KWAK TAE YOUNG DIRETTO DA KORE-EDA HIROKAZU

DAL 22 SETTEMBRE AL CINEMA

LUCKY RED

ZIP CINEMA

2022 ZIP CINEMA & CJ ENM CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED

CJ ENM

KOCH MEDIA

6

+

+



DAL REGISTA DI
**LA TENEREZZA
E HAMMAMET**

KAVAC FILM e RAI CINEMA
PRESENTANO

LEONARDO MALTESE LUIGI LO CASCIO ELIO GERMANO
SARRAIOCCO ANNA CATERINA ANTONACCI

IL SIGNORE DELLE FORMICHE

UN FILM DI GIANNI AMELIO

SCENEGGIATURA GIANNI AMELIO EDOARDO PETTI FEDERICO FAVA
FOTOGRAFIA LUAN AMELIO UJKAJ MONTAGGIO SIMONA PAGGI
SCENOGRFIA MARTA MAFFUCCI COSTUMI VALENTINA MONTICELLI
SUONO EMANUELE CICCONI OPERATORE EMANUELE CHIARI
ORGANIZZAZIONE GENERALE SONIA CILIA
UNA PRODUZIONE KAVAC FILM IBC MOVIE TENDERSTORIES CON RAI CINEMA
CON IL SOSTEGNO DI REGIONE EMILIA - ROMAGNA
REGIONE LAZIO FONDO PER IL CINEMA E L'AUDIOVISIVO
COPRODOTTO DA MORENO ZANI E MALCOM PAGANI
PRODOTTO DA SIMONE GATTONI BEPPE CASCHETTO
REGIA DI GIANNI AMELIO

DALL'8 SETTEMBRE
AL CINEMA



A VENEZIA BRILLA

CINQUE FILM AMERICANI, CINQUE FRANCESI E CINQUE ITALIANI, PIOGGIA DI STAR (AMERICANE) E LA GEOPOLITICA CHE ENTRA IN CARTELLONE ALLA MOSTRA CON PRESE DI POSIZIONE NETTE, COME L'ESCLUSIONE DELLA RUSSIA DAL CONCORSO E L'INCLUSIONE DI REGISTI COME JAFAR PANAHI, ATTUALMENTE INCARCERATO A TEHERAN

di Ilaria Ravarino



Colin Farrell e Brendan Gleeson in *The Banshees of Inisherin* di Martin McDonagh

a Mostra compie 90 anni e celebra il suo anniversario con un programma-kolossal (in scena dal 31 agosto al 10 settembre), aperto da *White Noise* del regista Noah Baumbach, con Adam Driver e Greta Gerwig, e chiuso da *The Hanging Sun - Sole di mezzanotte* di Francesco Carrozzini con Alessandro Borghi. Tanti i film attesi in cartellone, dal thriller *Don't Worry Darling* di Olivia Wilde (fuori concorso) a *The Whale* di Darren Aronofsky, tutto girato in un unico ambiente (concorso), *Blonde* di Andrew Dominik sulla scandalosa vita di Marilyn Monroe interpretata da Ana de Armas (concorso) e la commedia amara dai toni

IL GRANDE CINEMA



A sinistra, *Bones and All* di Luca Guadagnino; sotto, *Don't Worry Darling* di Olivia Wilde

CONCORSO

- *White Noise* di Noah Baumbach (film di apertura)
- *Il signore delle formiche* di Gianni Amelio
- *The Whale* di Darren Aronofsky
- *L'immensità* di Emanuele Crialese
- *Saint Omer* di Alice Diop
- *Blonde* di Andrew Dominik
- *Tár* di Todd Field
- *Love Life* di Kōji Fukada
- *Bardo, falsa crónica de unas cuantas verdades (Bardo, False Chronicle of a Handful of Truths)* di Alejandro González Iñárritu
- *Athena* di Romain Gavras
- *Bones and All* di Luca Guadagnino
- *The Eternal Daughter* di Joanna Hogg
- *Shab, dakheli, divar (Beyond the Wall)* di Vahid Jalilvand
- *The Banshees of Inisherin* di Martin McDonagh
- *Argentina, 1985* di Santiago Mitre
- *Chiara* di Susanna Nicchiarelli
- *Monica* di Andrea Pallaro
- *Khers nist (No Bears)* di Jafar Panahi
- *All the Beauty and the Bloodshed* di Laura Poitras
- *Un couple* di Frederick Wiseman
- *The Son* di Florian Zeller
- *Les miens* di Roschdy Zem
- *Les enfants des autres* di Rebecca Zlotowski

biografici *Bardo* di Alejandro G. Inarritu (concorso). Tra i 22 film in gara anche *The Banshees of Inisherin* di Martin McDonagh con Colin Farrell, *The Son* di Florian Zeller con Hugh Jackman e Anthony Hopkins, *Tár* di Todd Field con Cate Blanchett nei panni di una direttrice d'orchestra e *The Eternal Daughter* di Joanna Hogg con Tilda Swinton. Fuori concorso il divisivo documentario *Nuclear* di Oliver Stone, *Siccià* di Paolo

Virzì, *When the Wasps Are Gone* di Lav Diaz, il film postumo di Kim Ki-duk *Call of God* e due serie in anteprima: *Riget Exodus* di Lars Von Trier, seguito della saga soprannaturale *The Kingdom*, e *Copenhagen Cowboy* di Nicolas Winding Refn. Leone alla carriera a Paul Schrader e Catherine Deneuve, nessun film russo in concorso («La Mostra ha preso una posizione netta contro la guerra in Ucraina», ha dichiarato il direttore della Mostra Alberto Barbera) e quattro opere iraniane in cartellone, tra cui *Gli Orsi non esistono* di Jafar Panahi, attualmente incarcerato a Teheran. **BO**

FUORI CONCORSO - FICTION

- *Riget Exodus (The Kingdom Exodus)* di Lars von Trier (serie)
- *Copenhagen Cowboy* di Nicolas Winding Refn (serie)
- *The Hanging Sun* di Francesco Carrozzini (film di chiusura)
- *Kapag wala nang mga alon (When the Waves Are Gone)* di Lav Diaz
- *Living* di Oliver Hermanus
- *Dead for a Dollar* di Walter Hill
- *Kōne taevast (Call of God)* di Kim Ki-duk
- *Dreamin' Wild* di Bill Pohlad
- *Master Gardener* di Paul Schrader
- *Siccià* di Paolo Virzì
- *Pearl* di Ti West
- *Don't Worry Darling* di Olivia Wilde

© courtesy of Vision Distribution (1); courtesy of Warner Bros. Discovery (1); courtesy of the Walt Disney Company Italia (1); Getty Images (1)

RAINBOW
COLORADO FILM

UNA SINERGIA VINCENTE

IL PRESIDENTE **IGINIO STRAFFI** E L'AMMINISTRATORE DELEGATO DI COLORADO FILM, **ALESSANDRO USAI**, PRESENTANO IL PERCORSO DI CRESCITA DEL GRUPPO, LE STRATEGIE INTERNE E LE LINEE EDITORIALI DELLE DUE SOCIETÀ, ANALIZZANDO LA SITUAZIONE PRODUTTIVA ATTUALE E LE CRITICITÀ DEL MERCATO CINEMATOGRAFICO ITALIANO

di **Paolo Sinopoli** - foto di **Loris Zambelli**





Lo scorso giugno il gruppo Rainbow, fondato e guidato dal presidente Iginio Straffi, ha completato l'acquisizione della casa di produzione Colorado Film, di cui Alessandro Usai resta amministratore delegato. Un'operazione con cui il gruppo Rainbow – da sempre specializzato nella serialità animata per kids & family – intende sfruttare il grande know-how di Colorado per lanciare prodotti audiovisivi live-action, rendendo quest'ultimo un player competitivo sul mercato italiano e internazionale. Ma quale sarà il percorso di crescita di queste due società? A raccontarlo sono Iginio Straffi, presidente di Rainbow (e di Colorado Film), e Alessandro Usai, amministratore delegato di Colorado Film, che svelano strategie interne, linee editoriali, produzioni in arrivo e un punto di vista personale sulla situazione produttiva in Italia.

Ora che Rainbow ha finalizzato l'acquisizione di Colorado Film, come si integrano le anime di queste due società?

I.S. Anni fa Rainbow possedeva una piccola società a Roma che si occupava di prodotto live-action per kids and family. Ad un certo punto, volendo crescere nelle produzioni live action, in particolare nel settore Young Adults, ci siamo trovati di fronte a un bivio: assumere e formare professionisti esperti in questo mondo, oppure acquisire una società già strutturata e specializzata. Abbiamo preferito optare per la seconda opzione e acquisire Colorado Film, integrandola così all'interno di Rainbow. Una decisione che ci ha permesso di accelerare un processo di crescita che avrebbe impiegato anni prima di giungere a maturazione. Abbiamo così cercato di instillare il dna di Rainbow in Colorado, realizzando in Italia prodotto per il mercato globale, sperimentando generi come thriller, horror e fantasy. Insieme ad Alessandro Usai abbiamo iniziato a esplorare molteplici

territori e intendiamo esportare il marchio Colorado anche all'estero sul fronte live-action. Per Rainbow, invece, il core business resta sempre l'animazione, a cui si aggiungeranno sempre più progetti live-action per kids & family and Young Adults.

Ad oggi Paramount Global possiede il 30% di Rainbow. Avete intenzione di aprire il vostro capitale sociale ad altre aziende internazionali, o prevedete di riacquistare la quota di Paramount?

I.S. In questo momento sarei più propenso a riacquistare le quote di Paramount Global, piuttosto che aprire il capitale sociale ad altre società estere. La partnership con questo studio era certamente più vantaggiosa dieci anni fa, quando Nickelodeon – controllato da Paramount – era il nostro primo cliente e partner commerciale. Oggi lavoriamo molto di più con le piattaforme streaming e altri studios.

È ancora a tema una quotazione in Borsa della società?

I.S. Assolutamente sì. Anzi, continuo a credere che questo debba essere il nostro obiettivo primario a livello finanziario nell'ottica di dare continuità al gruppo Rainbow. Aprendo le porte ad altre società, ci siamo resi conto che i gruppi ben gestiti possono crescere ed espandersi al di là dei propri fondatori. Per questo credo che quotarsi in Borsa sia una soluzione da esplorare nel corso dei prossimi cinque anni. Ma vorrei aggiungere un ulteriore tassello.

Ci dica.

I.S. Avere acquisito una società come Colorado mi ha portato a credere che sarebbe importante creare anche in Italia un grande gruppo produttivo, con forza contrattuale e competenze strategiche, in grado di imporsi con forza a livello internazionale. Siamo forse l'unico Paese >



**«SAREBBE IMPORTANTE
CREARE IN ITALIA
UN GRANDE GRUPPO
PRODUTTIVO IN
GRADO DI IMPORSI
CON FORZA A LIVELLO
INTERNAZIONALE»**

occidentale del Vecchio Continente privo di queste grandi case di produzione indipendenti, mentre in ogni altra nazione ce ne sono almeno due. Oggi l'Italia è più un Paese preda di gruppi europei che fanno shopping per acquisire il nostro know-how. Sono, invece, convinto che ci sarebbe spazio per uno o due player italiani importanti in grado di fare da aggregatori per tante piccole-medie realtà tricolori, ma anche di acquisire società all'estero. In questo modo ci si svincolerebbe dall'essere spesso solo un service di gruppi americani o europei, ed esporteremmo contenuti audiovisivi Made in Italy oltre i confini nazionali. Mi riferisco a società italiane che dovrebbero trovare terreno fertile anche con le istituzioni pubbliche, perché in ogni Paese non si può difendere l'identità culturale e la produzione locale senza una volontà e una visione politica che favoriscano questo processo di aggregazione e riorganizzazione della troppo frastagliata industria italiana dei contenuti.

Il fenomeno Winx, che non accenna a diminuire, avrà ulteriori sviluppi audiovisivi?

I.S. Direi molteplici sviluppi audiovisivi. Innanzitutto proseguirà il serial live-action di Netflix, *Fate - The Winx Saga*. La prima stagione ha avuto un successo incredibile, tanto da diventare la serie Netflix più vista al mondo con 58 milioni di visualizzazioni nel primo trimestre 2021. La seconda stagione uscirà il prossimo autunno e sarà tradotta in oltre 50 lingue.

Poi siamo in fase di scrittura con una nuova serie televisiva animata per bambini sulle Winx. Si tratta di un reboot che dovrebbe vedere la luce nel 2024, una produzione imponente realizzata in computer grafica e con un budget molto alto. Probabilmente saremo in partnership con una piattaforma che coprirà parte del budget, aggiudicandosi i diritti vod.

Porremo grande attenzione anche allo sviluppo di un film live-action theatrical delle Winx e stiamo cercando uno studio che voglia imbarcarsi in quest'avventura produttiva insieme a noi (anche se prima dovremo attendere che termini la serie Netflix *Fate - The Winx Saga*). Infine, abbiamo in cantiere diversi spin-off, a partire da una storia sulle Trix, le streghe antagoniste delle Winx. C'è da sempre molto interesse da parte dei fan di conoscere meglio la storia delle cattive.

vissime Trix. Racconteremo l'origine di quella scissione che ha portato alla rivalità tra streghe e fate per il controllo dell'universo di Magix. Anche questo sarà un prodotto realizzato in collaborazione con una piattaforma streaming e Netflix sarà la prima a cui presenteremo il progetto.

Rainbow si conferma un grande partner delle piattaforme streaming.

I.S. Sì, in questo senso siamo stati dei precursori lanciando su Netflix la serie animata *World of Winx* nel 2016. Era un'altra epoca (avevamo firmato l'accordo nel 2013) e allora Netflix poteva vantare titoli Original in animazione con DreamWorks e pochi altri. Abbiamo realizzato forse il primo Original europeo e sicuramente ne realizzeremo molti altri in futuro. Così come intendiamo lavorare con tutte le piattaforme per differenziare il nostro parco clienti in tutti i Paesi.



Per Colorado Film, invece, la sala resta una destinazione imprescindibile?

Alessandro Usai: Certamente. Per Colorado la sala è una tappa fondamentale, è come giocare in Champion's League, perché offre un prestigio che nessun altro media garantisce. Se si ha la forza di sfondare in sala, poi si può beneficiare di tutti gli sfruttamenti successivi. Sono convinto che un sistema audiovisivo sia più forte proprio quando il cinema è più solido. Se il tuo prodotto si afferma sul grande schermo, la strada è in discesa e acquisisci una notorietà e un'autorevolezza introvabile altrove. Per questo Colorado cercherà di essere sempre presente con prodotto cinematografico nell'ottica di riempire la sala di moviegoers.

L'esperienza dei Me contro Te ha avuto il grande pregio di aver riavvicinato alla sala i più piccoli e le famiglie. Vedremo sul grande schermo altri titoli di questa saga?

A.U. Siamo già in fase di post-produzione con il primo serial basato su questo fenomeno e intitolato *Me contro Te - La serie: La famiglia reale*. Sarà un prodotto per Amazon Prime Video co-prodotto con Warner Bros. Discovery, composto da otto episodi da 25 minuti ciascuno, in uscita a fine settembre. Ma non è tutto, perché nel frattempo stiamo girando *Me con-* ➤

Rainbow ha creato molteplici prodotti audiovisivi basati sull'intellectual property delle Winx, dalle serie animate (in alto) al serial live-action su Netflix *Fate - The Winx Saga*. Sono già in lavorazione per Rainbow nuovi adattamenti per il grande e il piccolo schermo sulla franchise delle Winx



tro Te 4 per il cinema, che sarà il quarto film della franchise realizzato insieme a Warner Bros. Discovery e dagli stessi Me contro Te. Siamo orgogliosi di questo grande successo confermato dalla vittoria di un biglietto d'oro (nella speranza di aggiudicarci quest'anno il secondo) e del David di Donatello per lo spettatore. Se si considera il biglietto d'oro di *10 giorni senza mamma* potremmo ottenerne tre sugli ultimi quattro anni, e non sono tanti i produttori che sono riusciti a tagliare questi traguardi. Anche se ci dispiace che questo accada negli anni della pandemia in cui i valori sono ridimensionati. Ma siamo felicissimi di aver portato in sala un pubblico di bambini tra i 4 e gli 11 anni che non è abituato a vedere un prodotto live-action sul grande schermo. Non abbiamo mai dato per scontato questo successo, tanto che, escluso il primo film, nei capitoli successivi abbiamo deciso insieme a Warner di investire molto nella costruzione scenografica e negli effetti speciali, anche per distanziarci radicalmente dai video fruiti su smartphone e tablet.

Quali titoli targati Colorado sono pronti, in fase di sviluppo e in post-produzione?

A.U. Avremo la commedia *Tre di troppo* di e con Fabio De Luigi (nel cast anche Virginia Raffaele), prossimamente in sala, e l'Original Netflix *Il mio nome è vendetta*, un revenge movie con Alessandro Gassman. È poi in fase di sviluppo e lavorazione *Natale in famiglia*, interpretato da Christian De Sica e Angela Finocchiaro, che produrremmo insieme a Sony Pictures, con cui abbiamo siglato un accordo per più film. In altri Paesi Sony Pictures è molto attiva nella local production; ad esempio in Spagna ha realizzato la saga di successo *Padre No Hay Más Que Uno*, che è la versione spagnola del nostro remake *10 giorni senza mamma*. Ma la nostra sfida più avvincente sarà l'adattamento

cinematografico de *Il fabbricante di lacrime* di Erin Doom, che stiamo sviluppando insieme a Rainbow. Un prodotto young adult con cui proveremo a intercettare il target dei ragazzi, quello che è rimasto più fedele alla sala cinematografica in questi due anni ma che il cinema italiano fatica sempre di più a intercettare, sfiorato più volte e poi toccato con *Fate - The Winx Saga*. Tenteremo di rispettare le aspettative dell'ampia fan base, pur portando quel valore aggiunto che il prodotto audiovisivo deve avere. Come si evince da questo listino, anziché puntare sul cinema cosiddetto "di autore" (un segmento già ampiamente coperto dalla maggior parte dei produttori italiani) crediamo e investiamo sul cinema di genere, prediligendo la commedia ma realizzando anche thriller, horror e kids & family. Ci consideriamo una "entertainment company". E alla produzione cinematografica si affianca la produzione televisiva che è da sempre parte integrante del dna di Colorado e che ha visto l'ultima produzione comica per Warner Bros. Discovery dal titolo *Only Fun* (in onda in prima serata sul Nove) affermarsi come uno dei maggiori successi della scorsa stagione. Stiamo preparando la seconda edizione per l'autunno.

Oltre a quella dei Me contro Te, quali altri serial svilupperete?

A.U. Siamo molto affezionati al proget-

to seriale *Uccidi il padre*, basato sull'omonimo libro di Sandrone Dazieri e diretto da Roberto De Feo. Si tratta di un thriller puro alla *True Detective* e appartiene a una trilogia letteraria che ha venduto oltre mezzo milione di copie fuori dai confini italiani. Il libro è stato opzionato cinque anni fa da un'importante società americana e, ora che è terminato il periodo di opzione, abbiamo deciso di svilupparne una serie Tv. Un altro progetto seriale degno di nota è *The System*, in cosviluppo con



Sotto, il terzo capitolo della franchise cinematografica con Lui e Sofi, *Me contro Te - Persi nel tempo*, coprodotta da Colorado Film, Warner Bros. e Me contro Te; In basso, la commedia *Tre di troppo* di e con Fabio De Luigi (nel cast anche Virginia Raffaele), tra i prossimi film Colorado in uscita in sala



Fremantle UK (Andrea Scrosati ha apprezzato molto questo titolo), scritto da Fabio Resinaro e Fabio Guaglione. È una storia originale ambientata in Inghilterra che inizia con il sequestro di una classe delle superiori per mano di un ragazzo che ha imbastito un piano misterioso ed estremamente elaborato in stile *La casa di carta*.

E i prossimi progetti di Rainbow?

I.S. Il nostro core business è la produzione di contenuti audiovisivi animati rivolti a un target prescolare e kids fino ai 10 anni. Stiamo sviluppando la decima stagione delle *Winx* e sono in produzione nuove puntate di *44 gatti* (già oltre quota 100 episodi) e la seconda stagione del serial di successo *Pinocchio and Friends* (tra i cartoni più visti su RAI Yoyo ma anche sulla BBC, dove va in onda tutti i giorni). Abbiamo in >

«PER COLORADO LA SALA È UNA TAPPA FONDAMENTALE, PERCHÉ OFFRE UN PRESTIGIO CHE NESSUN ALTRO MEDIA GARANTISCE»

lavorazione anche *Mermaid Magic* (titolo provvisorio), la nuova serie animata per Netflix con un budget di oltre 20 milioni di euro per un totale di 20 puntate, ambientato in un mondo fantastico tipo Atlantide e popolato da sirene e tritoni. Per quanto riguarda l'ambito live-action per il cinema (tra cui il già citato film delle Winx), invece, abbiamo in cantiere diversi progetti che realizzeremo con la produzione esecutiva di Colorado e altri partner americani per quelli in lingua inglese.

Credete che dopo la pandemia i contenuti audiovisivi e i film per la sala debbano essere ripensati in termini di scrittura, generi, trame e budget?

I.S. Credo di sì. La pandemia ha innescato un processo, in parte irreversibile, che spinge gli spettatori a recarsi al cinema solo per vedere grandi eventi, ovvero prodotti di impatto che offrono un'esperienza radicalmente diversa dalla fruizione casalinga a cui ci siamo abituati in questi due anni e mezzo. In questo senso è essenziale che si producano film più targettizzati e con budget importanti, capaci di richiamare in sala la forbice più ampia di pubblico. Bisogna offrire grandi spettacoli cinematografici e adattarsi al cambio dei tempi.

Sicuramente oggi il cinema italiano fatica a incontrare il favore del pubblico. Quali sono le ragioni di questo trend e come invertirlo?

A.U. Purtroppo con le produzioni italiane accade l'esatto opposto del settore musicale, dove il prodotto nazionale occu-



«È ESSENZIALE CHE SI PRODUCANO FILM PIÙ TARGETTIZZATI E CON BUDGET PIÙ IMPORTANTI PER RICHIAMARE IN SALA LA FORBICE PIÙ AMPIA DI PUBBLICO»



pa spesso e volentieri le prime posizioni delle classifiche. E questo accade perché gran parte della produzione non si interroga seriamente sui gusti e sulla psicologia del pubblico, non si immedesima nello spettatore. Servirebbe un maggiore sforzo a livello di scrittura per motivare il cliente cinematografico a uscire di casa per recarsi in sala. In secondo luogo, viene troppo trascurato il pubblico giovane e giovanissimo, che invece ha consentito alle franchise USA di mantenere risultati importanti.

I.S. Oggi il cinema italiano è il segmento più sofferente in termini di box office e la sua quota è in netto calo rispetto al passato. C'è sicuramente un problema di percezione del pericolo da parte dello spettatore a causa del terrorismo mediatico legato al Covid e mi auguro che non vengano reintrodotte misure penalizzanti per l'esercizio cinematografico. L'unico modo per inver-

«VIENE TROPPO TRASCURATO IL PUBBLICO GIOVANE E GIOVANISSIMO, CHE INVECE HA CONSENTITO ALLE FRANCHISE USA DI MANTENERE RISULTATI IMPORTANTI»

tire questo trend è quello di realizzare prodotti in sintonia con il grande pubblico, perché se si producono opere disconnesse dallo spettatore si finisce per vivere soprattutto di contributi pubblici, mentre si dovrebbe vivere di incassi e di sfruttamenti successivi alla sala.

Riguardo alla recente discussione tra Anica e i quattro grandi produttori associati, che posizione avete?

I.S. Oggi la criticità maggiore che individuo è il fatto di avere due associazioni di categoria per il mondo produttivo: l'unione produttori Anica e Apa. Avrebbe più senso poter contare su un'unica associazione che abbia il potere di imporsi con più forza in quanto rappresentante di tutte le società audiovisive. Questo dualismo è anacronistico. Ormai, infatti, non c'è più distinzione tra cinema e serialità, perché i produttori sviluppano progetti per entrambi i segmenti. Per quanto riguarda, invece, la dissertazione su chi sia produttore indipendente "puro" (in quanto società interamente italiana) o "impuro" (in quanto acquisito da gruppi internazionali), non mi sembra abbia senso finché si realizza prodotto di qualità in Italia.

A.U. Non posso che condividere quanto detto da Iginio in merito alle associazioni. Anche perché questa divisione non ha una logica industriale ma dipende da motivazioni legate alle storie e alle persone delle associazioni. Per quanto riguarda il tema dell'identità produttiva nazionale, mi chiedo solo se per il nostro sistema politico/industriale non sia un problema se domani tutto l'audiovisivo italiano diventasse di proprietà internazionale. **BC**

Nella foto a sinistra, la serie animata *Pinocchio and Friends* (ora in sviluppo la seconda stagione); a destra, uno scatto di *Natale in famiglia*, con Christian De Sica e Angela Finocchiaro, prodotto da Colorado Film e Sony Pictures



Lois Zambelli/Courtesy of Rainbow-Colodaro Film (4), Courtesy of Rainbow (3), Courtesy of Colorado Film (3)



EQUILIBRIO TRA SALE E PIATTAFORME: È POSSIBILE?

IL RAPPORTO TRA I SETTORI THEATRICAL E STREAMING È STATO AL CENTRO DEL CONVEGNO ORGANIZZATO DA *BOX OFFICE* IN APERTURA DELLE GIORNATE DI CINÉ, A RICCIONE, LO SCORSO 5 LUGLIO. NE HANNO DISCUSO ALESSANDRO ARAIMO, FRANCESCO GRANDINETTI, LUIGI LONIGRO, FEDERICA LUCISANO, ANDREA OCCHIPINTI E MASSIMILIANO ORFEI. ECCO I LORO INTERVENTI

a cura della redazione

EQUILIBRIO
TRA SALE E
PIATTAFORME:
È POSSIBILE?

A CURA DI
BOXOFFICE



A sinistra Luigi Lonigro (Presidente unione editori e distributori Anica e Direttore 01 Distribution) e Massimiliano Orfei (amministratore delegato Vision Distribution)

ARRICCHIRSI (DI SUCCESSI) A VICENDA

Ad aprire il giro di interventi è stato **Luigi Lonigro** che ha voluto mettere subito le “cose in chiaro”: «le piattaforme non sono il lupo cattivo. Dobbiamo cancellare questa immagine negativa, anche perché, dal loro arrivo, questi soggetti hanno portato nuove idee e capitali che hanno arricchito tutta l’industria». Così ha esordito Lonigro, ricordando poi i casi di collaborazione virtuosa tra cinema e serialità, in primis *Gomorra*: «film di successo al box office con oltre 10 milioni di euro incassati, che ha poi riversato il proprio potenziale in Tv con una serie che è arrivata a durare 5 stagioni. Una serie che ha comunque poi continuato a dialogare con il grande schermo attraverso lo spin-off cinematografico de *L’Immortale*. Un’opera crossmediale unica, quest’ultima, che ha beneficiato del target della serie ma che al contempo ha contribuito al lancio della 5ª stagione che sarebbe iniziata poco dopo. Ecco, questo esempio ci deve ricordare che può esistere una via sana e virtuosa nel rapporto tra cinema e piattaforme, grazie alla quale entrambi i mondi si danno ricchezza e si trasmettono ricchezza. Lo si è visto anche recentemente con i successi sulle piattaforme di serie di “origine cinematografica” quali *A casa tutti bene*, *Le fate ignoranti*, o *Suburra*. Questo fa capire che, se il segmento theatrical diventa povero, diventa povera tutta l’industria. Altro aspetto importante è che le piattaforme devono essere viste come stimolo per la produzione; stimolo a investire in budget più importanti, a puntare su storie più coraggiose. Le piattaforme hanno alzato l’asticella qualitativa. Ed è sotto gli occhi di tutti che, oggi, il cinema italiano ha bisogno più di qualità che non di quantità».

urata delle window, necessità di investire maggiormente nella promozione non solo dei film in uscita ma nell’esperienza cinematografica tout court. E poi il ruolo centrale della sala nella catena del valore e il tasto dolente di una stagionalità tutta italiana che non vede, nei mesi estivi, un calendario di release di richiamo. Questi sono solo alcuni dei tanti temi emersi nel convegno organizzato da *Box Office*, in collaborazione con Anica e Anec, dal titolo “Equilibrio tra sale e piattaforme: è possibile?”, che ha aperto l’edizione 2022 di Ciné.

A rimbalzarsi domande, riflessioni e proposte per il futuro nell’ottica di costruire una convivenza fruttuosa tra settore theatrical e streaming sono stati: Alessandro Araimo (General Manager Italy, Spain and Portugal di Warner Bros. Discovery), Francesco Grandinetti (General Manager The Space Cinema), Luigi Lonigro (Presidente unione editori e distributori Anica e Direttore 01 Distribution), Federica Lucisano (AD IIF e Lucisano Media Group e vicepresidente unione produttori Anica), Andrea Occhipinti (Presidente Lucky Red) e Massimiliano Orfei (AD Vision Distribution). Ha moderato Vito Sinopoli (amministratore unico di Duesse Communication, casa editrice di *Box Office*).

Alessandro Araimo (General Manager Italy, Spain and Portugal di Warner Bros. Discovery)



CENTRALITÀ DELLE SALE, ANCHE D'ESTATE

Il rapporto di fruttuoso scambio tra sale e piattaforme è stato ribadito da **Francesco Grandinetti** che ha invitato ad «abbandonare una visione aziendalistica a favore di una visione di filiera. Cinema e piattaforme fanno parte dello stesso ecosistema: entrambi devono mettere al centro lo spettatore, ognuno con un proprio modello di business che permetta di raggiungere un valore aggiunto». Grandinetti ha poi sottolineato come la finestra di esclusiva theatrical sia ormai riconosciuta come essenziale per tutto il mercato: «per fortuna, in questo 2022 abbiamo avuto la conferma che le major credono nelle sale: saltare la finestra è controproducente, gli incassi delle uscite day & date dell'anno scorso negli Usa lo hanno chiarito inesorabilmente. A proposito di finestre, in Italia abbiamo bisogno di una cronologia ben determinata: è così, sgombriamo il tavolo da questo tema per concentrarci sull'azione. Anche perché ci sono ancora tante problematiche strutturali, come la stagionalità del nostro mercato, che non sono più procrastinabili. A CineEurope di Barcellona abbiamo visto le line up estive delle major: una lista di titoli di grande impatto in uscita da luglio ad agosto. Anche in Italia dovremmo provare a pensare a una programmazione forte da luglio ad agosto, anche di titoli

italiani. Ecco perché bisognerebbe poter usufruire di un tax credit sulla distribuzione pensato espressamente per la promozione dei titoli nei mesi caldi».

PARTIRE DALLO SPETTATORE

Andrea Occhipinti ha poi spostato l'attenzione sul pubblico. «Dobbiamo partire dallo spettatore. Molte ricerche, non solo sull'audience americana ma anche su quella italiana, hanno dimostrato che chi va al cinema è anche chi consuma più contenuti sulle piattaforme, e viceversa. Dunque, non c'è competizione, non c'è una sottrazione di visioni reciproca; semmai, c'è una somma di fruizioni». Questo il pensiero di **Andrea Occhipinti** che ha invitato a cambiare il focus d'attenzione dalle piattaforme come competitor delle sale, alle sale stesse, al fatto che le sale e la visione su grande schermo debba essere rilanciata. «Il nostro impegno come distributori ed esercenti deve essere ora quello di far tornare il pubblico al cinema non solo per i film-evento. E per farlo dobbiamo rendere l'esperienza in sala sempre più unica, attraverso ospiti, una cura estrema del contenitore (il luogo-sala) e del contenuto (la qualità della nostra programmazione

che deve essere costruita conoscendo e profilando bene il pubblico). I problemi del nostro box office non si possono risolvere pensando solo alle finestre: anche perché abbiamo visto che i mercati degli altri Paesi europei stanno andando meglio sia nel caso in cui le window siano regolate, sia nel caso in cui non lo siano».

PROMUOVERE L'EMOZIONE DEL CINEMA

A proposito di window, per **Alessandro Araimo** «il tema delle finestre è, in realtà, un non-tema. Un tema ormai superato. Nei fatti, l'esclusiva theatrical si è già dimostrata fondamentale per il mercato, e va da sé che i grandi produttori e distributori di contenuti si impegnino a difenderla. Un altro elemento importante su cui focalizzarsi è invece la creazione di titoli diversificati per catturare tutti i target: e qui cito una produzione originale Warner, realizzata prima del mio insediamento, quale i *Me contro Te* che è andata a catturare una fascia di spettatori difficilissima da ingaggiare: i ragazzini dai 4 agli 11 anni. Altra necessità del nostro mercato, come già indicata dagli altri interlocutori, è quella di allungare la stagione: è una problematicità tutta italiana che a luglio e agosto escano così pochi titoli. In Spagna, mercato che seguo, >



Francesco Grandinetti
(General Manager The Space Cinema)



Andrea Occhipinti
(Presidente Lucky Red)

frame

Oltre 300
shots di VFX
per una Roma
mai vista prima.

Crediti non contrattuali

Siccità

Un film di Paolo Virzì

frame by frame

VFX Supervisor

Marco Geracitano

WILDSIDE
A Fremantle Company



prime video

sky

VISION
DISTRIBUTION



Federica Lucisano (AD IIF e Lucisano Media Group e vicepresidente unione produttori Anica) e Vito Sinopoli (amministratore unico di Duesse Communication, casa editrice di Box Office) che ha moderato l'incontro

è esattamente il contrario: al loro primo weekend di programmazione a inizio luglio, *Minions 2* ha totalizzato 3,5 milioni di euro».

Araimo ha poi messo l'accento sulla necessità di promuovere non solo i film, ma l'esperienza stessa della visione in sala. «Se la finestra theatrical è quella che crea valore per il resto della catena di sfruttamento, bisogna promuovere l'esperienza theatrical anche con operazioni marketing focalizzate. Ecco perché, in autunno lanceremo una campagna marketing di 12 mesi sui canali televisivi del nostro gruppo proprio per promuovere l'esperienza cinematografica in sé. Lo scopo è ricordare a quante più persone possibile l'emozione unica di guardare un film al cinema con altre persone sedute vicino a te».

PRODURRE E PENSARE IN GRANDE

Riagganciandosi alla questione della creazione di contenuti, **Federica Lucisano** ha evidenziato le problematiche e potenzialità della produzione cinematografica italiana. «La difficoltà dei film italiani al box office, che era già presente nell'era pre-pandemica, ora è ancora più evidente. C'è però da sottolineare che diversi nostri titoli che non hanno destato particolare interesse di pubblico in sala, sono stati grandi successi sulle piattaforme. Il pubblico c'è, ma si è spostato sui piccoli schermi. Detto questo, le piattaforme sono nostri alleati e dobbiamo ragionare nell'ottica di una catena del valore condivisa. L'obiet-

tivo di noi produttori è di "produrre in grande", ragionare su grandi cast, grandi budget. E in termini di budget, le piattaforme possono dare un contributo fondamentale. Non solo, perché le piattaforme stanno poi svolgendo un ruolo importante nella ricerca di nuovi talenti». Produrre e pensare in grande, per Lucisano, significa anche e soprattutto progettare film che puntino a un pubblico internazionale, con storie originali, o anche storie importanti come quelle tratte da libri di successo, per esempio *Le otto montagne*.

LA SALA HA LA CORONA DEL CONTENUTO

E citando *Le otto montagne*, prodotto e distribuito da Vision Distribution, la parola è andata all'ad della società **Massimiliano Orfei** che ha ricordato come la battaglia vera non sia quella tra sale e piattaforme, ma quella che le piattaforme stanno combattendo tra di loro. «Una battaglia "armata" di volumi di investimento altissimi che rischiano di alimentare una bolla che può esplodere con facilità. Ma è anche vero che, nel periodo di fortissima crisi innescato dalla pandemia, le piattaforme sono venute in soccorso del cinema. E ora noi possiamo produrre

grandi film solo grazie alle piattaforme: il 60% dei costi industriali di produzioni italiane è coperto dalle ott. In questo momento in cui le entrate theatrical sono estremamente ridotte, il contributo delle piattaforme è letteralmente vitale».

Sul tema delle finestre, anche per Orfei «l'esclusiva in sala è fuori discussione. Detto questo dobbiamo imparare dalla Francia che non ha senso parlare di un'unica finestra. Non esiste solo lo sfruttamento svod dopo la sala. Le regole devono tenere conto anche degli altri canali, che sia il vod o la pay tv. È giusto e necessario porsi il problema di valorizzare ogni segmento di sfruttamento per massimizzare il risultato di tutti». E parlando di window, Orfei ha infine ricordato del perché l'esclusiva theatrical resti fondamentale anche per i soggetti dello streaming: «Le piattaforme hanno capito che il prodotto che esce in sala è in grado di sfidare 60 milioni di potenziali spettatori, mentre loro, le piattaforme, questo non lo possono fare. L'eco del valore che si crea quando quel film sfida una complessità così enorme, resta anche dopo. Anche quando il film esce online. Insomma, sono le sale ad avere la corona del contenuto».

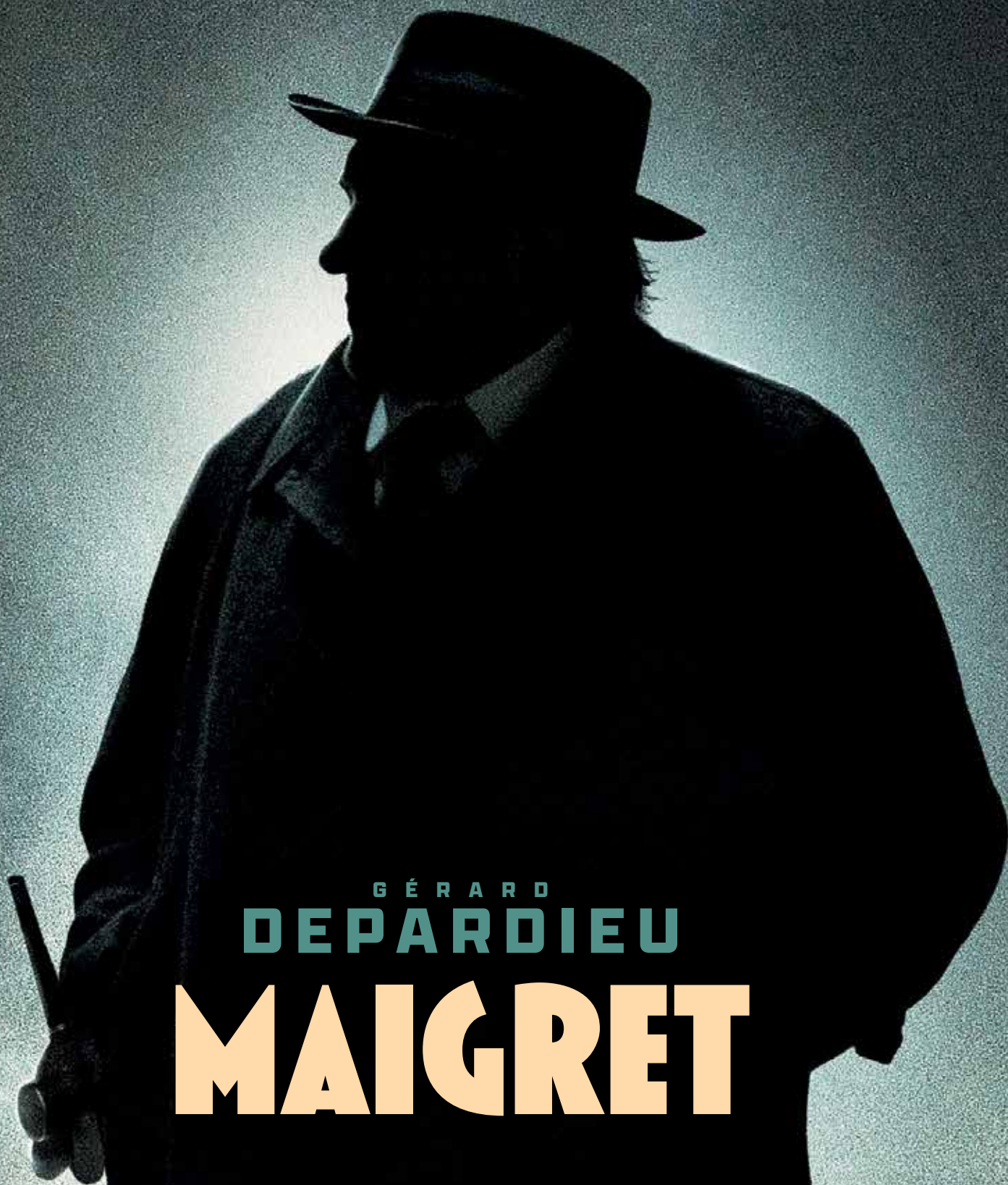
BO

©Fabio Demitri / Courtesy of Ciné (7)



La sala piena del Palacongressi di Riccione durante il convegno

SND PRESENTA



GÉRARD
DEPARDIEU
MAIGRET

UN FILM DI
PATRICE LÉCONTE

DAL ROMANZO DI
GEORGES SIMENON
"MAIGRET E LA GIOVANE MORTA"

DAL 15 SETTEMBRE AL CINEMA

ADATTAMENTO DI **JÉRÔME TONNERRE** E **PATRICE LÉCONTE**
JADE LABESTE MÉLANIE BERNIER AURE CLÉMENT CLARA ANTOONS PIERRE MOURE BERTRAND PONCET ELIZABETH BOURGINE
UNE COPRODUZIONE CINE@ F COMME FILM SND GROUPE M6 SCOPE PICTURES REALIZZATO CON IL SOSTEGNO DEL TAX SHELTER DU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL BELGE VIA SCOPE INVEST. AGRÉ LA PARTICIPATION DE CANAL+ ET DE CINE+ AGRÉ LE SOUTIEN DE LA RÉGION ÎLE-DE-FRANCE
A GRÉCE SOUTIEN DE LA PRODRÉP. AGRÉ YVES ANGELO MONTAGE JOËLLE HACHE SON PAUL LAMÉ JEAN GOUJER ERIC TISSERAND AGRÉ LOIC CHAMANON ASSISTANT ANNE PÉRIER AGRÉ CHRISTOPHE BEAUFRÉY AGRÉ BRUNO COLLAIS

comme film

ciné@

SCOPE

© 2021 CINE@ F COMME FILM SND SCOPE PICTURES

W

CANAL+

UNION

PRODRÉP

W

W

ADLER

EXPERIMENTAL



KISS www.kiss.cherry

NEW OPENING



by
Marco Belardi



BAMBOO
PRODUCTION

REGALIAMO UN'ESPERIENZA INDIMENTICABILE

IL DIRECTOR, HEAD OF MARKETING STUDIOS & INTEGRATED MARKETING DI THE WALT DISNEY COMPANY ITALIA, **DAVIDE ROMANI**, SOTTOLINEA L'IMPORTANZA DI UN RAPPORTO PIÙ STRETTO CON L'ESERCIZIO, LA NECESSITÀ DI INGAGGIARE IL PUBBLICO PIÙ GIOVANE, E PRESENTA LE CAMPAGNE DI LANCIO DI *AVATAR 2*, *BLACK PANTHER 2* E *STRANGE WORLD*

di Chiara Scifi



Sopra, una suggestiva immagine dell'atteso sequel *Avatar: La via dell'acqua*; a destra, il mondo inesplorato del film d'animazione *Strange World - Un mondo misterioso*





S

i interroga Davide Romani, Director, Head of Marketing Studios & Integrated Marketing di The Walt Disney Company Italia, sull'impatto che l'emergenza sanitaria ha avuto sulle strategie di lancio dei film: «Le sfide poste dalla pandemia e dalle conseguenti modifiche dei comportamenti delle nostre audience hanno spinto gli operatori del settore a una riflessione sulle strategie di lancio dei film. In questo momento le strategie marketing di tutta la filiera dovrebbero dare maggior risalto all'esperienza in sala come unica via per poter godere del coinvolgimento emotivo, visivo, sociale che solo il grande schermo sa offrire. Questi ultimi due anni hanno, inoltre, accelerato un processo di digitalizzazione che ha cambiato modalità di consumo, di comunicazione, di socializzazione e di istruzione che non possiamo trascurare nelle nostre strategie. Anzi, dobbiamo sfruttare al meglio le tecnologie a disposizione per creare un rapporto ancora più diretto con il consumatore».

Dopo *Thor: Love and Thunder* arriverà al cinema *Black Panther: Wa-*

***kanda Forever*. Quali sono oggi le sfide più grandi nel promuovere al meglio i cinecomic Marvel?**

La sfida principale è quella di non deludere e scontentare i fan, sempre più numerosi e attenti, mentre cerchiamo di allargare il più possibile l'audience potenziale di ciascun titolo. Un esempio concreto in questa direzione è stato l'evento pensato per il lancio di *Doctor Strange nel multiverso della follia*: abbiamo ricreato un percorso con stanze a tema dove sia gli influencer sia i nostri fan potevano immergersi nelle atmosfere del film. E più recentemente Natalie Portman ha sorpreso il pubblico di *Thor: Love and Thunder* in un cinema di Roma che l'ha accolta con entusiasmo e infiniti applausi. Ma non dimentichiamo però la sfida più importante: promuovere senza spoiler.

Sono altissime le aspettative attorno all'uscita in sala di *Avatar: La via dell'acqua*. Che tipo di comunicazione state pianificando?

Posso confermare che sarà una campagna marketing a 360 gradi che >



In alto, un'immagine di *Avatar: La via dell'acqua*; sopra, Ralph Fiennes e Ana Taylor-Joy in *The Menu*; a destra, Christian Bale, Margot Robbie e John David Washington in *Amsterdam* di David O. Russell

Che strategia adatterete per il lancio dell'animation *Strange World* e quali azioni metterete in campo per attrarre le famiglie e i più piccoli?

Per *Strange World - Un mondo misterioso* avremo attività digital e PR che coinvolgeranno sia gli adulti, sia le famiglie con bambini; come per *Avatar: La via dell'acqua* realizzeremo eventi sul territorio che permetteranno al pubblico di immergersi nelle atmosfere fantastiche del film; appronteremo un piano di comunicazione che coinvolgerà tutti i mezzi possibili (Tv, outdoor, radio, digital, cinema, ecc.); collaboreremo con l'esercizio con iniziative specifiche come il nostro Pre-Show e con concorsi e attività digital ad hoc; e infine, anche in questo caso, attiveremo tutta l'azienda per supportare il lancio del film.

E per quanto riguarda i lanci dei vostri film di qualità in uscita a fine anno?

A differenza dei grandi blockbuster o franchise, i film di qualità come *Amsterdam*, *Omicidio nel West End* o *The Menu* richiedono un approccio più selettivo e mirato. Anche i messaggi trasmessi con le attività di marketing e comunicazione si focalizzano sull'importanza dei filmmaker e sul cast, evidenziandone la filmografia e i riconoscimenti ottenuti. Messaggi ulteriormente amplificati dalle attività di Publicity che, insieme alla partecipazione ai festival nazionali e internazionali, aiutano anche a dare prestigio ai titoli stessi, rendendoli maggiormente appetibili al pubblico di riferimento.

coinvolgerà tutta la nostra azienda. Ci saranno attività immersive che faranno rivivere al pubblico il mondo di Pandora, progetti specifici per la promozione della visione in 3D, partnership importanti locali e internazionali, una campagna media che coinvolgerà tutti i mezzi e target possibili, attivazioni Publicity per amplificare al massimo le attività locali e internazionali, e il coinvolgimento dei nostri partner e licenziatari.

Quanto è determinante oggi, post-pandemia, la presenza a eventi pubblici legati al mondo dell'entertainment?

Moltissimo. Il pubblico ha ripreso a frequentare concerti, eventi e attività sul territorio. È quindi fondamentale presidiare questo ulteriore "canale di comunicazione".

Quali sono i social più efficaci in ambito theatrical, quelli con la maggiore cassa di risonanza?

La nostra ricetta per intercettare l'audience corretta non è univoca, ma cambia da titolo a titolo e prevede un sapiente mix di tutti i grandi player del mercato (TikTok, Meta e YouTube) ciascuno con il proprio stile di comunicazione e interazione.

Come si può riconquistare quel pubblico di moviegoers che abbiamo perso durante la pandemia, quello ancora restio a tornare in sala?

Non c'è una formula magica. Come ho già avuto modo di evidenziare, occorre in questo momento ricordare al pubblico perché vale la pena vedere un film al cinema, che non sia solo un grande blockbuster. In questo contesto la collaborazione tra esercenti e distributori sarà cruciale.

E come, invece, si può ampliare la base di pubblico italiano che va al cinema?

I grandi eventi cinematografici sono sicuramente un modo per attirare in sala anche chi solitamente non la frequenta facendoli innamorare del grande schermo. Dovremo poi essere in grado, attraverso un'esperienza di sala indimenticabile, un palinsesto adeguato, una comunicazione efficace e un'attività di continua fidelizzazione, di riportarli in sala anche successivamente e più frequentemente. Ma la vera sfida è portare i giovanissimi al cinema: tra pandemia e nuovi metodi di fruizione di contenuti, non hanno avuto modo di vivere quell'emozione della sala che invece ha caratterizzato le nostre generazioni. Dobbiamo lavorare con loro affinché il cinema recuperi quella centralità culturale che negli ultimi anni si è persa.

In che modo collaborate con l'esercizio per promuovere i vostri film e su quali aspetti si può migliorare questa sinergia?

Direi a 360 gradi. Forniamo alle sale sia contenuti digital esclusivi, sia materiali creativi per l'allestimento dei cinema. Creiamo anche promozioni esclusive con gadget e concorsi a premi per vincere esperienze uniche (anche in collaborazione con Disneyland Paris) o prodotti legati ai film in uscita. Stiamo poi lavorando per espandere la presenza nei cinema del nostro Pre-Show. Oltre a queste iniziative di tipo concreto, diamo supporto strategico e operativo per la realizzazione di campagne digital sempre più efficaci ed efficienti nel raggiungere un target più localizzato che prevedono data partnership con alcuni esercenti.

Su quali aspetti gli esercenti dovrebbero investire maggiori risorse ed energie per migliorare sul fronte della comunicazione con il pubblico?

Ritengo che l'esercizio abbia un asset fondamentale che lo differenzia dai distributori: la conoscenza e la vicinanza del proprio pubblico. E su questo asset dovrebbe lavorare cercando di fidelizzarlo sempre di più, ad esempio attraverso un processo di acquisto del biglietto

online più veloce e semplificato, un database continuamente aggiornato, pagine social con contenuti sempre nuovi e accattivanti, newsletter tematiche, app da scaricare con vantaggi per i propri clienti, una comunicazione il più possibile personalizzata in base agli interessi del pubblico e magari supportare la creazione di community online legate alla propria insegna.

Tra le vostre ultime iniziative marketing, quali sono state le più virtuose in termini di attrattività?

Tra le attività di spicco per impatto e "italianità" ci tengo a menzionare: lo show di video mapping 3D proiettato sulla Piramide di Caio Cestio a Roma per il lancio di *Assassino sul Nilo*; lo spettacolo con 200 droni che ha disegnato, nel cielo sopra il Foro Romano, il logo di *Eternals* alla presenza del cast del film; la partnership, diventata poi globale, con Scuderia Ferrari in occasione del Gran Premio di Monaco di Formula 1 per l'uscita di *Lightyear - La vera storia di Buzz* e il cameo di doppiaggio di Charles Leclerc e Carlos Sainz

BO



© Giulia Parrigiani/courtesy of The Walt Disney Company Italia (1), courtesy of The Walt Disney Company Italia (2)



Non solo Sport

ORA ICS FINANZIA ANCHE IL CINEMA

ECCO LE OPPORTUNITÀ DI FINANZIAMENTO DA PARTE DELL'ISTITUTO PER IL CREDITO SPORTIVO PER IL SETTORE AUDIOVISIVO

L'Istituto per il Credito Sportivo amplia la propria offerta commerciale anche al cinema e all'audiovisivo. ICS, leader nel finanziamento all'impianistica sportiva, ha di recente avviato un importante percorso di sviluppo nel finanziamento degli investimenti anche nel settore dei beni e delle attività culturali. La Banca sociale per lo sviluppo sostenibile dello Sport e ora anche della Cultura ha deciso di sostenere gli investimenti finalizzati a valorizzare il patrimonio culturale offrendo i propri servizi allo sviluppo del comparto cinematografico italiano.

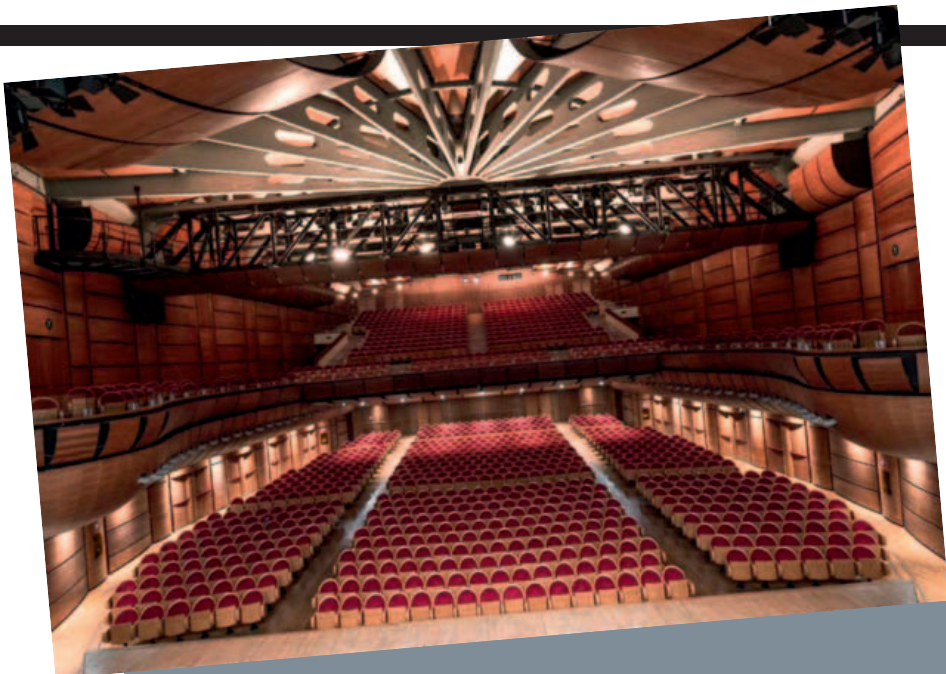
Un comparto industriale, quello del cinema e dell'audiovisivo, che, nel corso della pandemia, ha subito un contraccolpo enorme ma che non si è mai arreso, dimostrando la propria voglia di rinascita con nuove pro-

duzioni, risorsa indispensabile, non solo per la filiera in senso stretto ma anche per l'indotto economico generato. Un settore costituito da 9.000 imprese e 65.000 posti di lavoro diretti, ai quali se ne aggiungono altri 114.000 nelle filiere connesse, in grado di generare un fatturato di 13 miliardi di euro, il 10% del totale europeo, con l'Italia quarto mercato di riferimento, terza per produttività

dopo Germania e Francia. Per ogni euro di domanda finale di servizi audiovisivi in Italia si attivano 1,97 euro di maggiore produzione, ripartita in tutti i settori dell'economia, con uno dei moltiplicatori più alti. Il cinema e l'audiovisivo sono insomma un "valore", e ICS punta a far crescere questo valore. Nel box della pagina a fianco viene spiegato come.



ISTITUTO PER IL CREDITO SPORTIVO



L'OFFERTA DI ICS PER SUPPORTARE L'INDUSTRIA AUDIOVISIVA ITALIANA

SOTTO I PRODOTTI SPECIFICI PER SODDISFARE
TUTTE LE ESIGENZE DEI PRODUTTORI

FINANZIAMENTI

- acquisto tax credit definitivo
- anticipi su tax credit provvisori fino a un massimo dell'80% dell'ammontare richiesto
- anticipi su contratti con broadcaster e distributori fino a un massimo dell'80% dell'ammontare
- anticipi su contributi pubblici quali "automatici" e/o "selettivi", o su quelli delle Film Commission ecc.

ANTICIPAZIONE FINANZIARIA A 18 MESI

Operazione destinata alla produzione di opere audiovisive end to end, anche ben prima che maturino le fonti di rientro. Di seguito le caratteristiche salienti:

- finanziamento a 18 mesi fino all'80% del budget di produzione con esclusione delle spese di sviluppo e sceneggiatura
- erogazioni in più soluzioni in relazione con la tempistica dei costi di produzione
- rientro attraverso i flussi legati allo sfruttamento dell'opera (contratti di cessione diritti, tax credit, contributi vari, ecc), tutti al servizio del finanziamento
- possibilità di rinnovo per un massimo di ulteriori 18 mesi, al verificarsi di condizioni contrattualmente predeterminate

OPERAZIONI MEDIO E LUNGO TERMINE

In presenza di esigenze finanziarie più significative, mirate a coprire budget di produzioni importanti, ICS può concedere finanziamenti che eccedono la durata di 18 mesi, ma che prevedono comunque un periodo di preammortamento congruo (18/24 mesi). Dopo questo periodo cominciano a decorrere le rate di ammortamento, fermo restando che, se i flussi rivenienti dallo sfruttamento dell'opera sorgono durante il periodo di preammortamento, il finanziamento si estingue anticipatamente senza applicazione di penali.

Sopra, la sede
dell'Istituto per il Credito
Sportivo.

A sinistra, l'Auditorium di
Milano, riqualificato con il
sostegno di ICS



PER INFORMAZIONI

© courtesy of Istituto per il Credito Sportivo (2), © iStock (2)



LE AMBIZIONI DI BAMBOO PRODUCTION

DOPO L'USCITA DA LOTUS PRODUCTION, **MARCO BELARDI** METTE A FRUTTO IL SUO KNOW-HOW E S'IMBARCA IN UNA NUOVA AVVENTURA PRODUTTIVA CHE LO VEDRÀ REALIZZARE FILM, SERIAL, INTRATTENIMENTO E DOCUMENTARI DI AMPIO RESPIRO PER CINEMA, STREAMING E TV. IL PRODUTTORE RACCONTA IN ESCLUSIVA LA LINEA EDITORIALE DELLA NUOVA SOCIETÀ, I DEAL E LE PARTNERSHIP GIÀ SIGLATE, OLTRE AI PROGETTI IN ARRIVO

di **Monica Ciceri**

Dopo aver fondato nel 2004 Lotus Production – acquisita dieci anni dopo da Leone Film Group – e averla guidata con successo fino al 2022, Marco Belardi ha deciso di mettere a frutto il suo know-how e di dare vita a una nuova società: Bamboo Production. Un progetto ambizioso che lo vedrà realizzare film, serial, documentari, intrattenimento e molto altro per cinema, streaming e Tv, avviando le prime produzioni nel 2023 e incrementando il volume delle produzioni nel giro di due o tre anni. «La linea editoriale di Bamboo Production è quella che mi contraddistingue da sempre e riguarda la costruzione di film per il grande pubblico», spiega il Ceo e founder Marco Belardi. «Mi piace realizzare

una forma di intrattenimento capace di andare incontro ai gusti di un pubblico ampio, sia che si tratti di commedie, sia di drama, storie vere o quant'altro. Faccio da sempre questo lavoro con l'obiettivo di intrattenere, nel senso più ampio del termine, realizzando progetti in cui credo profondamente e che ritengo possano piacere a tanti. Le destinazioni finali dei nostri progetti sono tra le più ampie e riguardano cinema, streaming e Tv. I nostri sviluppi, infatti, spaziano dai film ai serial, dai documentari alle docuserie, dall'intrattenimento ai podcast. Stiamo realizzando tanti titoli su ogni fronte, coadiuvati anche da una writing room – grande e importante novità della Bamboo Production – ➤

composta da otto giovani sceneggiatori, tra i 23 e i 30 anni, individuati tramite le università, i premi e i progetti di successo firmati dalle nuove leve. L'esperimento della writing room prevede contratti di 6 mesi per valutare il lavoro dei giovani sceneggiatori, sia da soli che in team, nella speranza di scoprire nuovi importanti penne di domani, oltre che idee fresche e innovative».

Avete già in cantiere alcuni progetti? Quando uscirà il vostro primo titolo?

In questi primi mesi abbiamo sviluppato tantissimi progetti che stiamo presentando ai nostri partner distributivi riscuotendo molto interesse. Nel dettaglio, alcuni dei nostri progetti sono già passati a un secondo step di realizzazione grazie all'attivazione da parte di partner distributivi come Rai Fiction, Paramount, Netflix, Medusa/Mediaset e Sky. Tra i principali titoli in fase di produzione, abbiamo la serie di *Nuovo Cinema Paradiso* di Giuseppe Tornatore e le miniserie sulla vita di Franco Califano e Patty Pravo.

Qual è la struttura organizzativa di Bamboo Production e da chi è composta? Ci sono altri soci?

Bamboo Production è attualmente una produzione italiana indipendente, anche se abbiamo ricevuto numerose proposte di partnership che stiamo valutando.

Valuterete anche coproduzioni con soggetti internazionali?

Assolutamente sì, lo stiamo già facendo ma solo su grossi progetti di respiro internazionale.

Avete già accordi in essere con talent o società?

Stiamo chiudendo accordi quadro con alcuni registi: il giovane e talentuoso Fabio Mollo, Michele Alhaique e altri importanti talent che presenterò più avanti.

Quali sono le vostre previsioni di crescita per il futuro?

Grazie ai rapporti già consolidati con diversi broadcaster, intendiamo partire con le prime produzioni nel 2023 per





crescere velocemente nel volume delle produzioni nel giro di due/tre anni.

Il cinema italiano continua a fatica al box office. Quali sono, secondo lei, le ragioni di questa disaffezione del pubblico verso il prodotto nazionale?

Sicuramente noi produttori siamo responsabili del prodotto che abbiamo offerto al pubblico negli ultimi anni. Un'offerta che ha portato gradualmente i nostri spettatori ad allontanarsi dalla fruizione del prodotto italiano in sala. È innegabile, però, che le chiusure degli ultimi due anni dovute al Covid e la proliferazione di contenuti disponibili in streaming hanno accelerato il processo di allontanamento dalle sale, complice anche l'accessibilità sempre più ampia a sistemi di intrattenimento domestico che permettono di vedere un'enorme quantità di prodotto ad altissima definizione.

Ritiene che si producano troppi film per la sala?

Sì. In un momento come questo andrebbero realizzati meno film ma di maggiore qualità, sfruttando gli effetti digitali in modo da invogliare la gente a riconoscere nei film uno spettacolo che valga la pena vedere sul grande schermo, anziché a casa propria.

Pensa anche lei che le produzioni dovrebbero valutare una destina-

zione finale del prodotto che non sia sempre e solo il grande schermo?

Assolutamente sì e di fatto è già così. Dato che la varietà dell'offerta è una realtà ormai conclamata, è possibile pensare a prodotti che abbiano come prima destinazione la sala e a progetti che invece nascono per lo streaming. Questo processo, di fatto, amplia anche le opzioni di offerta per noi produttori dal momento che il ventaglio di titoli che oggi funziona in sala è davvero limitato.

Come valuta lo stato di salute dell'esercizio italiano e come si può uscire da questa impasse?

Lo stato di salute del nostro esercizio purtroppo non è dei più floridi. E questa non è una mia opinione ma sono i numeri del box office a parlare. D'altro canto, però, le produzioni sul set sono numerosissime grazie alla spinta propulsiva delle piattaforme, pay tv e produzioni internazionali che sempre più frequentemente scelgono l'Italia come meta dei loro set. Questa visione più ampia del nostro lavoro è la strada che può incentivare noi produttori ad andare avanti, cercando di trovare prodotti sempre più "sostanziosi" da proporre in sala ma, allo stesso tempo, non limitando la nostra offerta ai film per il cinema e allargando il nostro campo di azione alle serie Tv, ai documentari e a tutti quei prodotti destinati a canali alternativi.

Crede che streaming e cinema saranno eterni "concorrenti", o impareranno a convivere tra loro?

Ritengo che cinema e streaming non siano affatto concorrenti. Anzi, ritengo che lo streaming sia un importante supporto per la sala, specialmente nella situazione attuale, così come la sala è un grandissimo trampolino di lancio per alcuni film che possono poi avere una seconda vita in streaming.

Siete associati ad Anica? Come valuta il lavoro portato avanti dall'unione produttori?

Non ancora ma ritengo molto utile il lavoro portato avanti dall'unione e ho già avviato le pratiche per associarmi ad essa. BO



© courtesy of Bamboo Production (3); iStock (2)





IL FASCINO IRRESISTIBILE
DI UN FILM VISTO AL CINEMA,
L'INCANTESIMO DI UNA STORIA



CHE PRENDE VITA E
SI DISPIEGA SULLO SCHERMO
DI UNA SALA BUIA,



SEDUTI ACCANTO
A SCONOSCIUTI COMPAGNI
DI UNA SOLA SERA



SI TRASMETTONO
DA GENERAZIONI
IN TUTTA LA LORO MAGIA...

JACK VALENTI - PRESIDENTE MPAA



Buon cinema a tutti!



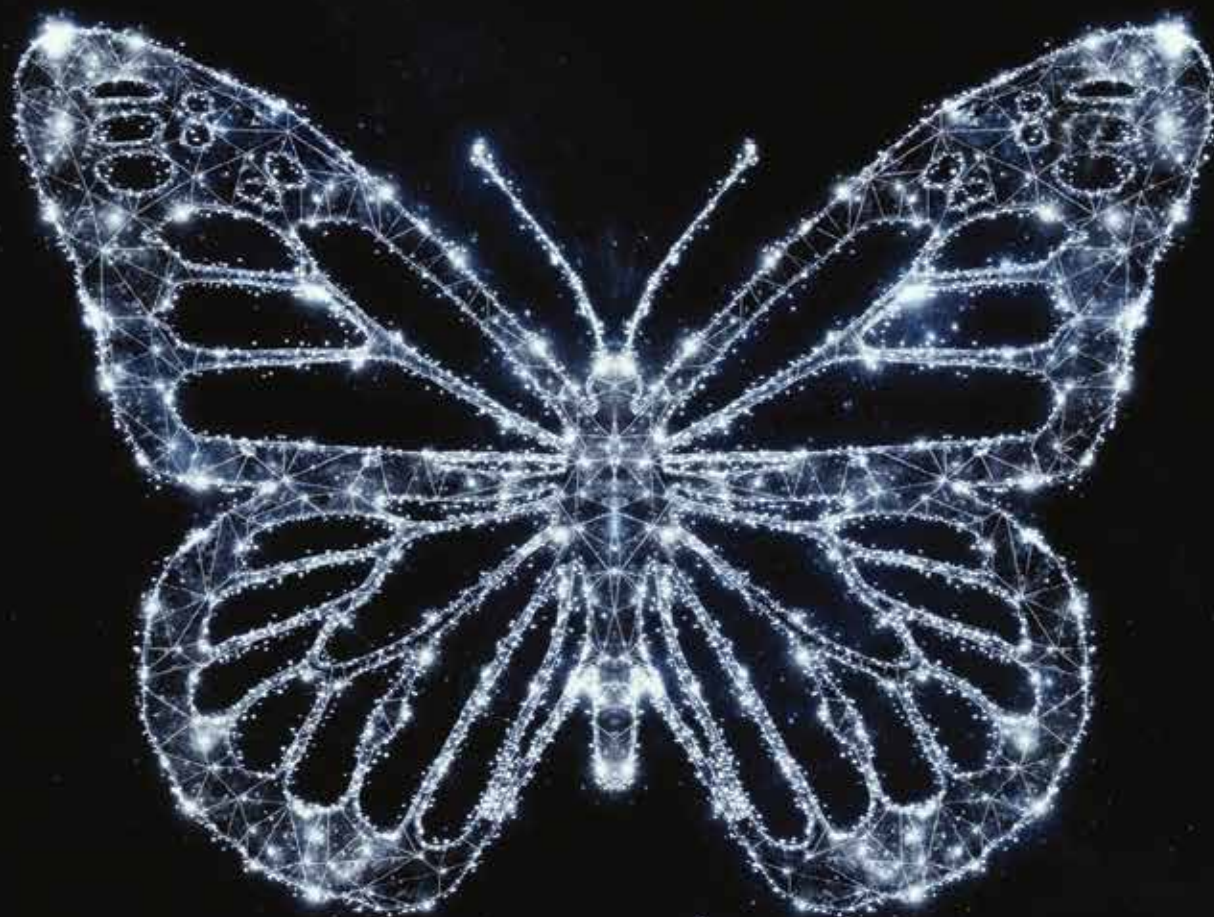
Fulvio Lucisano

PRESIDENTE LMG E ITALIAN INTERNATIONAL FILM



LUCISANO.iif

LA FAVOLA PRENDE VITA.
IL CASO EDITORIALE DELL'ANNO
PRESTO AL CINEMA.



FABBRICANTE
DI LACRIME



coloradofilm
A RAINBOW COMPANY

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

BOXOFFICE & CIAK

PRESENTANO

TOP 50

LA **POWER LIST** DEL CINEMA ITALIANO

LA CLASSIFICA DEI PROFESSIONAL (A CURA DI *BOX OFFICE*) E DEI TALENT (STILATA DA *CIAK*) PIÙ INFLUENTI DEL CINEMA ITALIANO NELLA STAGIONE 2021/2022, TRA CONFERME, NEW ENTRY E SORPRESE. UN BILANCIO CHE TIENE CONTO DI INNUMEREVOLI SFACCETTATURE, NONCHÉ DI UN MERCATO TRICOLORE FORTEMENTE RIDIMENSIONATO DAGLI STRASCICHI DELL'EMERGENZA SANITARIA E DA LIMITAZIONI CHE NE HANNO RALLENTATO LA RIPARTENZA. PASSATO, PRESENTE E FUTURO SI INTRECCIANO COSÌ NELLA SEMPRE ATTESISSIMA POWER LIST, CHE SVELA CHI CONTA DAVVERO (FESTIVAL ESCLUSI) NELL'INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA ITALIANA



VIVI LE EMOZIONI
DEL GRANDE CINEMA

infinity+


 SCARICA
L'APP

PROFESSIONAL

di Paolo Sinopoli

TALENT

di Flavio Natalia, Alessandra De Luca, Oscar Cosulich ed Emanuele Bucci



01

PAOLO DEL BROCCO

AMMINISTRATORE DELEGATO DI RAI CINEMA



PUNTO DI FORZA

GLI IMPONENTI INVESTIMENTI PRODUTTIVI NELLA SETTIMA ARTE CONFERMANO ANCORA UNA VOLTA RAI CINEMA COME IL MOTORE INDISCUSSO DEL CINEMA ITALIANO.

PUNTO DEBOLE

DOVENDO GARANTIRE UN PLURALISMO PRODUTTIVO, È INEVITABILE CHE ALCUNI FILM NON ABBIANO IL POTENZIALE DI DIVENTARE UN SUCCESSO CINEMATOGRAFICO.

Di anno in anno Rai Cinema si conferma il principale player produttivo del cinema italiano, con una media di 70 film all'anno e la vittoria di 15 David di Donatello nel 2022, tra cui quello come miglior produttore. La società pubblica guidata dall'ad Paolo Del Brocco (sempre coadiuvato dal presidente Nicola Claudio e dal direttore generale Giuseppe Sturiale) ha continuato a tenere acceso il motore della cinematografia nazionale investendo quasi 170 milioni di euro nel biennio 2021/2022, realizzando 160 film, di cui 70 opere prime/seconde, oltre a 50 docufilm, e coinvolgendo 140 società di produzione e 213 registi di cui 54 donne. Un forte impulso alla produzione italiana che ha portato così allo stanziamento di risorse superiori a una situazione normale. Tra i titoli in produzione, i nuovi film di grandi autori di cinema di qualità quali Marco Bellocchio, Nanni Moretti, Matteo Garrone, Gianfranco Rosi, Saverio Costanzo e le commedie di Sydney Sibilia e Alessandro Siani. È stato poi "tutelato" il prodotto del listino di O1 Distribution (22 i film usciti in sala per 16,3 milioni di euro al box office), distribuzione guidata dal direttore Luigi Lonigro, difendendo le uscite in sala dei film più attesi come *Diabolik* (2,8 milioni) e *Freaks Out* (2,6 milioni). Tra le molte produzioni targate Rai Cinema e prossimamente in sala con O1 Distribution spiccano *Il signore delle formiche* di Amelio, *Dante di Avati*, il ritorno di Casanova di Salvatores, *Diabolik 2* dei fratelli Manetti, *Colibrì* della Archibugi, *L'ombra di Caravaggio* di Placido e *Chiara* della Nicchiarelli.



02

MASSIMILIANO ORFEI

AMMINISTRATORE DELEGATO DI VISION DISTRIBUTION



PUNTO DI FORZA

ORFEI HA DIMOSTRATO CAPACITÀ DI LEADERSHIP ALLA GUIDA DI VISION E IL CORAGGIO DI COMPIERE SCELTE CONTROCORRENTE RISCOUOTENDO RISULTATI IMPORTANTI NEL CONTESTO PANDEMICO.

PUNTO DEBOLE

SERVE ANCORA TEMPO PER TROVARE UN FILONE AUTORIALE CAPACE DI AFFERMARSI ALL'ATTENZIONE DEL GRANDE PUBBLICO.

Dopo quasi un anno e mezzo alla guida di Vision Distribution in veste di amministratore delegato, Massimiliano Orfei ha dimostrato capacità di leadership nella gestione della società e dei rapporti con i produttori soci, riscuotendo risultati importanti e contribuendo a tenere unita la filiera e desta l'attenzione sui temi più urgenti del momento. Ha, inoltre, avuto il coraggio di compiere scelte controcorrente ed estremamente significative, come la decisione di portare al cinema in estate *Come un gatto in tangenziale - Ritorno a Coccia di Morto* (in sala il 26 agosto 2021), che ha registrato 3,2 milioni al box office. Nella stagione 2021/2022 Vision ha lasciato il segno distribuendo sul grande schermo 21 film per un box office complessivo di 10,4 milioni di euro, tra cui spiccano *Belli ciao* (3 milioni), *Corro da te* (2,3 milioni), *Chi ha incastrato Babbo Natale?* (2 milioni), *Ariaferma* (798mila euro) e *America Latina* (644mila euro). Tra i prossimi film in uscita sul grande schermo figurano *Brado* di Kim Rossi Stuart, *Siccià* di Paolo Virzi, *Io sono l'abisso* di Donato Carrisi, *La guerra desiderata* di Gianni Zanasi, *Bones and All* di Luca Guadagnino, *Le otto montagne* di Felix Van Groeningen e Charlotte Vandermeersch e *Buon viaggio ragazzi* di Riccardo Milani, con Antonio Albanese.



01

PAOLO SORRENTINO

REGISTA, SCENEGGIATORE, PRODUTTORE



PUNTO DI FORZA

ENTRARE NELLA CINQUINA DEGLI OSCAR UNA VOLTA PUÒ ESSERE CONSIDERATO UN COLPO DI FORTUNA, ENTRARCI DUE VOLTE È UN SEGNALE CHIARO: QUELLO DI SORRENTINO È UN CINEMA SOLIDAMENTE INTERNAZIONALE SEGUITO CON ATTENZIONE DA REGISTI E ATTORI DI TUTTO IL MONDO. E LA LISTA DEGLI INTERPRETI CHE SOGNANO DI LAVORARE CON LUI CRESCE DI ANNO IN ANNO.

PUNTO DEBOLE

QUEST'ANNO NON PERVENUTO.

Gli ultimi dodici mesi sono stati magici per Paolo Sorrentino che con *È stata la mano di Dio* ha vinto il Gran Premio della Giuria al Festival di Venezia (ma anche il Premio Mastroianni per il miglior attore/attrice esordiente per Filippo Scotti), numerosi riconoscimenti internazionali, cinque David di Donatello, sei Nastri d'argento. Tra i traguardi raggiunti dal film più intimo e personale del regista napoletano ci sono le candidature all'Oscar, al Golden Globe e al Bafta come migliore opera internazionale.



02

PIERFRANCESCO FAVINO

ATTORE, PRODUTTORE



PUNTO DI FORZA

GLI STESSI DI SEMPRE: DUTTILITÀ, CAPACITÀ DI ENTRARE IN PROFONDITÀ IN OGNI RUOLO, E FORZA ISTRIONICA.

PUNTO DEBOLE

CERCARE OGNI VOLTA NUOVE SFIDE, GUARDANDO ANCHE AL PUBBLICO INTERNAZIONALE, PUÒ AVERE CONTROINDICAZIONI, COME IL NON CONVINCENTE *PROMISES* DI AMANDA STHERS.

Ancora un anno da protagonista indiscusso, alle prese con prove d'attore diversissime tra loro e sempre in grado di fare la differenza. Sia che si tratti di una commedia leggera che ha come sfondo la sensibilizzazione sui temi della convivenza e della diversità, come *Corro da te*, in cui calarsi nel ruolo di guascone privo di scrupoli pur di aggiungere una bella donna in carrozzella alla sua collezione di conquiste (salvo finire conquistato dalla di lei autenticità), o di una difficile prova autoriale come *Nostalgia* di Mario Martone, Favino sa mettersi in discussione, usare ogni volta un registro diverso, e attrarre lo spettatore, non deludendolo. È ormai uno dei pochissimi attori italiani il cui nome in cartellone rappresenti un richiamo reale. Anche perché, chi sceglie di andare a vederlo, non resta mai deluso. E la stagione entrante lo vedrà di nuovo alle prese con ruoli diversi dai precedenti, ad iniziare da *Il colibrì*, di Francesca Archibugi, in cui recita accanto a Nanni Moretti.



03

NICOLA MACCANICO

AMMINISTRATORE DELEGATO DI CINECITTÀ



PUNTO DI FORZA

LA FORZA POLITICA/MANAGERIALE E LA VISIONE A LUNGO TERMINE DI MACCANICO GLI CONSENTONO DI AMMINISTRARE CON SICUREZZA LA CRESCITA E L'ESPANSIONE DI CINECITTÀ.

PUNTO DEBOLE

NON È SEMPRE FACILE GESTIRE AGILMENTE IL RILANCIO E L'AMPLIAMENTO DI UNA STORICA SOCIETÀ PUBBLICA COME CINECITTÀ.

Nel suo primo anno di mandato, l'amministratore delegato di Cinecittà, Nicola Maccanico, ha avviato un grande piano di rilancio degli studios italiani. Forte anche dei 300 milioni di euro del PNRR, la società pubblica ha già terminato alcune opere (tra queste la costruzione del ledwall più grande d'Europa) e molte altre sono state messe in cantiere. Entro fine anno dovrebbe essere finalizzato il contratto con Cassa Depositi e Prestiti che porterà alla realizzazione di nuovi teatri di posa e all'ampliamento degli spazi (e dei servizi) con oltre 15 ettari di backlot. Da quando Maccanico ha avviato il piano di riqualificazione degli studios, Cinecittà ha acquisito un crescente appeal agli occhi dei produttori, diventando sempre più un hub imprescindibile per l'industria audiovisiva tricolore e internazionale.



03

FERZAN ÖZPETEK

REGISTA, SCENEGGIATORE



PUNTO DI FORZA

ÖZPETEK, CHE HA IL CORAGGIO DI INSEGUIRE I PROPRI SOGNI SFIDANDO CLICHÉ E PREGIUDIZI, È UN VULCANO DI IDEE ED È GIÀ AL LAVORO SU NUOVI PROGETTI TRA CINEMA, TEATRO E LETTERATURA.

PUNTO DEBOLE

DA TEMPO NON SI MISURA CON UN FESTIVAL INTERNAZIONALE.

Anche quest'anno è stato speciale per Ferzan Özpetek. Approdato a Disney+ con la sua prima attesissima serie Tv *Le fate ignoranti*, ha riportato sullo schermo in otto puntate un mondo di tolleranza, rispetto, solidarietà e inclusione che nel 2001 ha cambiato per sempre il nostro sguardo sulla società. Positivamente accolta non solo in Italia, ma anche in Europa e negli Usa, *Le fate ignoranti* ha vinto due Nastri d'argento: uno per la migliore serie e l'altro per l'interpretazione di Ambra Angiolini e Anna Ferzetti. Non solo: *Ferzaneide*, il one man show del regista che viaggia tra ricordi, sensazioni e incontri memorabili, ha riempito molti teatri d'Italia e il riallestimento de *La traviata* di Verdi al San Carlo di Napoli è stato un trionfo.

di Paolo Sinopoli

di Flavio Natalia, Alessandra De Luca,
Oscar Cosulich ed Emanuele BuccìNEW
ENTRY

04

ALESSANDRO ARAIMO

GENERAL MANAGER ITALY, SPAIN AND PORTUGAL DI
WARNER BROS. DISCOVERY

PUNTO DI FORZA

L'ESPERIENZA MANAGERIALE ACQUISITA IN DISCOVERY, LE GRANDI RISORSE DEL NUOVO GRUPPO E IL FATTO DI POTER CONTARE SU UN TEAM DI ESPERIENZA NEL SETTORE CINEMATOGRAFICO COME QUELLO DI WARNER BROS.

PUNTO DEBOLE

IL MONDO DEL CINEMA È UN TERRENO NUOVO PER ARAIMO E LA NUOVA RESPONSABILITÀ RICHIEDERÀ INEVITABILMENTE UN PERIODO DI ASSESTAMENTO.

In seguito alla fusione tra Warner Bros. e Discovery, Alessandro Araimo (ex ad di Discovery Italia) è stato nominato General Manager Italy, Spain and Portugal della neo Warner Bros. Discovery. Il manager eredita così la squadra cinematografica di Warner, fino a poco tempo fa guidata da Thomas J. Ciampa (ex country manager per Italia, Spagna e Portogallo di WarnerMedia). La grande sfida di Araimo sarà sicuramente quella di accompagnare al meglio l'integrazione tra le due società, ma anche di prendere confidenza con il mondo del cinema, facendo affidamento sul know-how del team Warner Bros. La stessa Warner, infatti, si conferma la major italiana che crede e investe maggiormente nel cinema nazionale. Nell'ultima stagione si è dimostrata una scommessa vinta la saga del duo comico Lui e Sofì: prima con *Me contro Te - Il mistero della scuola incantata*, uscito il 18 agosto 2021 e forte di un incasso complessivo di 5 milioni di euro, e poi con *Me contro Te - Persi nel tempo* (3,5 milioni). Due ottimi risultati – purtroppo penalizzati dall'emergenza pandemica – e una saga tutta italiana che ha il grande merito di aver ingaggiato l'audience più piccola e delle famiglie. Degne di nota anche le performance di *La scuola cattolica* (1,5 milioni) e di *7 donne e un mistero* (1 milione). Tra le produzioni italiane targate Warner più attese figurano la commedia *Tre di troppo* di e con Fabio De Luigi (nel cast anche Virginia Raffaele), *L'immensità* di Emanuele Crialese, interpretato da Penélope Cruz e il quarto capitolo cinematografico dei *Me contro Te*.

↓

05

DARIO FRANCESCHINI

MINISTRO DELLA CULTURA



PUNTO DI FORZA

LE IMPORTANTI MISURE A SOSTEGNO DEL SETTORE CINEMATOGRAFICO HANNO RESO INDISPENSABILE L'INTERVENTO DEL MINISTRO PER LA SOPRAVVIVENZA DEI COMPARTI, A PARTIRE DALL'ESERCIZIO.

PUNTO DEBOLE

IL PROLUNGAMENTO ECCESSIVO DI ALCUNE AZIONI VOLTE A CONTENERE I CONTAGI HANNO RALLENTATO LA RIPARTENZA, ANZICHÉ INCENTIVARE IL RITORNO DEL PUBBLICO IN SALA.

Anche nell'ultimo anno si è rivelato essenziale il sostegno economico che il ministro della cultura Dario Franceschini (coadiuvato da Nicola Borrelli, direttore generale cinema del MiC) ha garantito al settore cinematografico, che risente ancora delle conseguenze della pandemia e fatica a ripartire definitivamente. Il ministro ha, infatti, stanziato ulteriori risorse a supporto di esercizio, distribuzione e produzione, sostenendo soprattutto gli esercenti cinematografici (sicuramente la categoria più sofferente): il Fondo Cinema e Audiovisivo è stato portato a 750 milioni di euro, ulteriori 25 milioni sono stati destinati al Fondo cinema a valere sui fondi emergenza, e altri 25 (sempre dal fondo emergenza) sono stati indirizzati alle esigenze delle sale cinematografiche. Aiuti a parte, alcune azioni legislative di Franceschini non sono state altrettanto apprezzate dal settore. In particolare, il lungo divieto di consumo di Food & Beverage e l'introduzione dell'obbligo di indossare la mascherina ffp2 in sala nelle festività natalizie – terminato solo il 16 giugno 2022 – sono stati ritenuti molto penalizzanti per il cinema, nonché discriminanti rispetto ad altre attività al chiuso come discoteche e ristoranti non soggette alle stesse restrizioni. Ritenuta da molti poco incisiva anche la rivisitazione minima del decreto Bonisoli sulle finestre dei film italiani che beneficiano di contributi pubblici (scese da 120 a 90 giorni), a maggior ragione in vista della nuova e imminente regolamentazione delle window per i film italiani e internazionali. Infine, le forti perdite legate al primo anno di attività della piattaforma streaming It'sArt sembrano confermare i dubbi e le criticità attorno a questa iniziativa (come anche noi abbiamo evidenziato più volte) costata diversi milioni di euro.

=

06

GIAMPAOLO LETTA

VICEPRESIDENTE E AMMINISTRATORE DELEGATO DI
MEDUSA FILM

PUNTO DI FORZA

AVERE IN SCUDERIA CELEBRI COMICI COME CHECCO ZALONE, FICARRA E PICONE, O ALDO, GIOVANNI E GIACOMO.

PUNTO DEBOLE

IL CALENDARIO DELLE USCITE TENDE A ESSERE DISCONTINUO E, SENZA LA PRESENZA DI GRANDI COMICI AMATI DAL PUBBLICO, MEDUSA FATICA A LASCIARE IL SEGNO AL BOX OFFICE.

Negli anni privi di film con grandi comici come Checco Zalone, Ficarra e Picone, o Aldo Giovanni e Giacomo, Medusa Film continua a faticare a imporsi al box office italiano. Nella stagione 2021/2022, la società guidata dal vicepresidente e amministratore delegato Giampaolo Letta ha distribuito in sala 8 film che hanno totalizzato 3,9 milioni di euro, tra cui *Nostalgia* (1,2 milioni), *Mollo tutto e apro un chiringuito* (727mila euro) e *Con tutto il cuore* (626mila euro). Purtroppo la performance di *Supereroi* di Paolo Genovese (606mila euro), come quella di altri titoli, è stata fortemente penalizzata dalle restrizioni introdotte dal Governo nei cinema per contenere i contagi da Covid-19 alla vigilia delle festività natalizie. Tra i titoli targati Medusa e pronti ad approdare sul grande schermo emergono soprattutto *Tutti a bordo di Miniero*, *La stranezza* di Andò (coprodotto con Rai Cinema), *Vicini di casa* di Costella, *Il primo giorno della mia vita* di Paolo Genovese, il nuovo film di e con Ficarra e Picone, e il nuovo film di Aldo, Giovanni e Giacomo.

↑

04

MARCO BELLOCCHIO

REGISTA, SCENEGGIATORE



PUNTO DI FORZA

PIÙ VA AVANTI CON GLI ANNI E PIÙ CRESCE IL SUO TASSO DI CORAGGIO, LIBERTÀ E LUCIDITÀ. LA SUA CAPACITÀ DI COLLEGARE IL PARTICOLARE CON L'UNIVERSALE E DI FAR DIALOGARE DIVERSE GENERAZIONI.

PUNTO DEBOLE

NON GLI PIACE BALLARE.

All'anagrafe sono 82 anni, ma l'età percepita dal pubblico è al massimo di 40. Il fatto che abbia realizzato quest'anno la sua prima serie tv, *Esterno notte*, presentata con grande successo all'ultimo Festival di Cannes, arrivata in due parti nelle sale e prevista su Rai 1 in autunno, la dice lunga sull'energia, la curiosità e la vivacità di Marco Bellocchio, che prosegue il suo progetto su Aldo Moro in un ideale controcampo misurandosi con un formato diverso e non privo di sfide. Una scommessa vinta a piene mani. Per non parlare del suo splendido documentario, *Marx può aspettare*, Nastro d'argento come film dell'anno.

NEW
ENTRY

05

MARIO MARTONE

REGISTA, SCENEGGIATORE



PUNTO DI FORZA

ANCHE CHI LO ACCUSAVA DI ESSERE UN REGISTA "ALGIDO" SI È FINALMENTE RESO CONTO DELLA CARICA UMANA ED EMOTIVA DELLE SUE OPERE, CHE CI RESTITUISCONO UNA NAPOLI VIVA E PULSANTE, IN BILICO TRA TRADIZIONE E CONTEMPORANEITÀ.

PUNTO DEBOLE

AL MOMENTO NON SE NE VEDONO.

Una stagione infuocata e trionfale quella appena conclusa, che ha segnato il definitivo punto di svolta nella carriera di questo maestro del cinema. Lo abbiamo visto presentare lo straordinario *Qui rido io* (Ciak d'Oro 2021 per il Miglior Film, con Toni Servillo che si è aggiudicato il SuperCiak d'Oro come miglior protagonista della stagione) alla Mostra di Venezia e *Nostalgia* a Cannes. Martone ha poi vinto il Nastro d'Argento 2022 per la Miglior regia dopo essere stato candidato (caso unico) per entrambi i titoli e vincendo anche il Nastro per la Miglior sceneggiatura (con Ippolita Di Maio) e aver visto aggiudicarsi il Nastro i suoi attori di *Nostalgia* Pierfrancesco Favino, Tommaso Ragno e Francesco Di Leva. Nel frattempo, in questo anno di fulgore creativo, Martone ha trovato il tempo per dedicarsi alle regie teatrali e di opere liriche e ora è impegnato sul set del film documentario su Massimo Troisi dal titolo *Laggiù qualcuno mi ama*. Inarrestabile.

NEW
ENTRY

06

LUCA GUADAGNINO

REGISTA, SCENEGGIATORE, PRODUTTORE



PUNTO DI FORZA

COME IL FERRAGAMO DEL SUO RECENTE DOC, *SALVATORE - IL CALZOLAIO DEI SOGNI*, ANCHE GUADAGNINO, A MODO SUO, È ORMAI UN BRAND INTERNAZIONALE, CHE ASSOMMA CON GUSTO SQUISITAMENTE POSTMODERNO CULTURA POP E ACCADEMICA, MEMORIA CINEFILA E NUOVE SENSIBILITÀ.

PUNTO DEBOLE

IL SUO CINEMA VIENE PERCEPITO DA UNA PARTE DI PUBBLICO E CRITICA COME SIN TROPPO ESTETIZZANTE E INTELLETTUALISTICO. D'ALTRONDE ESSERE DIVISIVI PUÒ (SEMPRE) RIVELARSI UN VANTAGGIO.

Chi l'avrebbe detto che il regista di *Melissa P.*, successo commerciale ma tra i film meno apprezzati del 2005 (secondo un sondaggio realizzato all'epoca proprio da Ciak), sarebbe diventato uno dei nomi di maggior peso del nostro cinema, anche (e soprattutto) all'estero? La sua storia, infatti, è quella di un cineasta italiano che ce l'ha fatta come pochi a Hollywood, un successo certificato sin dall'exploit del 2017, *Chiamami col tuo nome*, che gli ha fruttato, tra le altre cose, un Oscar (su quattro candidature tra cui Miglior film), il contributo determinante alla nascita di un giovane divo (Timothée Chalamet) e un'aura da regista di culto LGBTQ+. Senza dimenticare la tradizione della nostra miglior cinematografia di genere, liberamente omaggiata in *Suspiria* (2019), né temere la frontiera della serialità, col teen-drama *We Are Who Are* (2020). Tutto ciò potrebbe trovare sintesi e coronazione in uno dei titoli più attesi al Lido, la love-story cannibal-reaganiana *Bones and All*, ma il seguito non promette di meno: dal triangolo amoroso con Zendaya, *Challengers*, al nuovo, sanguinario *Scarface*, passando per l'adattamento del *Signore delle mosche* di William Golding.

PROFESSIONAL

di Paolo Sinopoli

=

07

MARIO GIANANI

AMMINISTRATORE DELEGATO DI WILDSIDE



PUNTO DI FORZA

LA LUNGA COLLABORAZIONE CON RICCARDO MILANI, LA PRODUZIONE DI TITOLI AMBIZIOSI RIVOLTI AL GRANDE PUBBLICO E IL RAPPORTO CON VISION DISTRIBUTION.

PUNTO DEBOLE

LO SVILUPPO DI IMPONENTI PROGETTI SERIALI CONTINUA A DRENARE INEVITABILMENTE GLI INVESTIMENTI NELLA PRODUZIONE DI FILM PER LA SALA.

È stato decisivo il contributo che Wildside, controllata da Fremantle, ha dato al mercato cinematografico italiano nella stagione 2021/2022, a partire da *Come un gatto in tangenziale* - *Ritorno a Coccia di Morto* di Riccardo Milani (uscito in sala il 26 agosto 2021) che ha totalizzato 3,2 milioni di euro. Particolarmente significativo anche il risultato di un altro film diretto da Riccardo Milani, *Corro da te*, che ha registrato 2,3 milioni al box office, seguito da *7 donne e un mistero* di Alessandro Genovesi (1 milione). Ma sono diversi i film prodotti da Wildside e in uscita sul grande schermo nei prossimi mesi. Tra questi emergono soprattutto *Siccià* di Paolo Virzì, *Buon viaggio ragazzi* di Riccardo Milani, e *L'immensità* di Crialese, interpretato da Penélope Cruz.

↑

08

ANDREA OCCHIPINTI

PRESIDENTE DI LUCKY RED



PUNTO DI FORZA

I CRESCENTI INVESTIMENTI NEL CINEMA ITALIANO E LE PARTNERSHIP DISTRIBUTIVE/PRODUTTIVE CON DIVERSE SOCIETÀ.

PUNTO DEBOLE

LE PRODUZIONI PIÙ AMBIZIOSE IN TERMINI DI BUDGET E IL FILONE COMMERCIALE/POPOLARE FATIGANO A INCONTRARE I GUSTI DEL PUBBLICO.

È stato un anno intenso per Lucky Red sul fronte del cinema italiano. La società guidata dal presidente Andrea Occhipinti ha distribuito sul grande schermo 14 film italiani, per un incasso complessivo di 6,7 milioni di euro, e i maggiori successi sono stati il docufilm *Ennio* (2,5 milioni), *Io sono Babbo Natale* (1,6 milioni), *L'Arminuta* (569mila euro) ed *Esterno Notte - Parte 1* (526mila euro). Non va poi dimenticato che Lucky Red ha portato in sala anche *È stata la mano di Dio* di Paolo Sorrentino, rimasto al cinema tre settimane prima di approdare sulla piattaforma streaming di Netflix. E nonostante non siano stati comunicati i dati di incasso a Cinetel (policy Netflix), il film sembrerebbe aver registrato il maggiore incasso italiano della stagione 2021/2022. Inoltre, Lucky Red ha coprodotto *Freaks Out* (distribuito da O1), che ha registrato 2,6 milioni, *La befana vien di notte 2 - Le origini* (482mila euro), *Gli idoli delle donne* (312mila euro) e *Promises* (245mila euro). Tra i prossimi titoli realizzati dalla società troviamo *Forever Young - Les amandiers* di Valeria Bruni-Tedeschi, *Il principe di Roma* di Edoardo Galea, con Marco Giallini, e *Profeti* di Alessio Cremonini. Importante anche il ruolo di Occhipinti nell'esercizio cinematografico in veste di presidente di Circuito Cinema, coadiuvato dal direttore della programmazione **Fabio Fefé**.

↑

09

IGINIO STRAFFI; ALESSANDRO USAI

PRESIDENTE; AMMINISTRATORE DELEGATO DI COLORADO FILM



PUNTO DI FORZA

L'ACQUISIZIONE DI COLORADO FILM DA PARTE DI RAINBOW E LA PARTNERSHIP PRODUTTIVA/DISTRIBUTIVA CON WARNER BROS. DISCOVERY.

PUNTO DEBOLE

SARÀ DIFFICILE TROVARE UN NUOVO FILONE CINEMATOGRAFICO DI GRANDE SUCCESSO COME QUELLO DEI ME CONTRO TE.

Se c'è un grande merito che va riconosciuto a Colorado Film - controllata dal gruppo Rainbow - è stato quello di aver coprodotto insieme a Warner Bros. la saga dei *Me contro Te*, ovvero l'unico fenomeno cinematografico italiano recente in grado di riportare al cinema i bambini e le famiglie. Il secondo capitolo *Me contro Te - Il mistero della scuola incantata* (uscito al cinema il 18/8/2021) è stato il maggiore incasso per un film italiano nell'estate 2021 con 3,9 milioni di euro (5 i milioni a fine corsa), così come il sequel *Me contro Te - Persi nel tempo* (in sala l'1/1/2022) ha totalizzato 3,5 milioni, diventando l'incasso italiano più alto nella stagione 2021/2022. Due risultati molto importanti nonostante entrambi abbiano risentito delle conseguenze della pandemia. È poi uscita al cinema la produzione *Una notte da dottore* di Guido Chiesa, che ha registrato 492mila euro. Particolarmente attesa in sala la commedia *Tre di troppo* di Fabio De Luigi, che vede De Luigi fare coppia con Virginia Raffaele, a cui si aggiungono altri titoli del listino Colorado quali *Me contro Te 4*, *Per amore di una donna* di Chiesa, *Il mio nome è vendetta* di Gomez e *In bocca al lupo* di Jublin.

TALENT

di Flavio Natalia, Alessandra De Luca, Oscar Cosulich ed Emanuele Bucci

↑

07

TONI SERVILLO

ATTORE, REGISTA



PUNTO DI FORZA

IL CARISMA, LA VOGLIA DI PROVARSÌ IN SFIDE SEMPRE NUOVE, LA CAPACITÀ DI RENDERE MODELLI I SUOI PERSONAGGI.

PUNTO DEBOLE

LA RITROSIA ALLA SFIDA REGISTICA ANCHE NEL CINEMA, MOTIVATA DALLA SCARSA ATTRAZIONE PER UN LAVORO CHE "PROCEDENDO PER FRAMMENTI, NON CREA VERO CONTATTO CON IL PUBBLICO, A DIFFERENZA DEL TEATRO".

È stato anche il suo anno, strepitoso e diversissimo in tre dei film chiave della stagione del cinema italiano appena conclusa: tracimante per forza e capacità di variare i registri in *Qui rido io* di Martone, capolavoro di misura nel ruolo di padre e marito di mezza età nella Napoli piccolo-medio borghese degli anni '80 in *È stata la mano di Dio* di Sorrentino. E ancora, direttore ad interim volutamente rigido di un carcere in via di dismissione, incapace di nascondere fino in fondo il suo gran cuore, in *Ariaferma* di Leonardo Di Costanzo. Ha messo di nuovo in mostra la maturità recitativa assoluta di un mattatore. Non a caso, ha vinto per acclamazione il *SuperCiak d'oro* dei lettori. E stiamo per vederlo in nuove sfide, come il Pirandello de *La stranezza* di Roberto Andò, accanto a Ficarra e Picone, o il *Ritorno di Casanova* di Gabriele Salvatores.

↓

↑

08

EX AEQUO - PAOLA CORTELLESI; RICCARDO MILANI

ATTRICE, SCENEGGIATRICE;
REGISTA, SCENEGGIATORE



PUNTO DI FORZA

GRINTA, MESTIERE E LA CAPACITÀ DI MANTENERE LA FRESCHEZZA DI UNA VISUALE NON BANALE DEI TIC DELLA NOSTRA REALTÀ.

PUNTO DEBOLE

PER ENTRAMBI C'È BISOGNO DI UNA GRANDE SFIDA AUTORIALE.

Coppia nella vita e ditta felice nel mondo del cinema, hanno saputo confermarsi in una stagione difficilissima e anche realizzarsi singolarmente in sfide autonome. E se *Ritorno a Coccia di Morto*, di cui lui è stato regista e coautore e lei protagonista e coautrice, non ha potuto confermare gli incassi di *Come un gatto in tangenziale*, impigliato nelle restrizioni dovute al Covid e alla paura di andare in sala, i lampi recitativi e di alcune scene hanno confermato per entrambi la capacità di farci sorridere e assieme riflettere. Capacità clamorosamente confermata da Milani da regista di *Corro da te*, e da Cortellesi nella difficile sfida di *Petra*, della quale sta per partire la seconda stagione.

NEW ENTRY

09

SILVIO ORLANDO

ATTORE



PUNTO DI FORZA

SCHIVO, ARGUTO E RAFFINATO, È UN VERO FUORICLASSE, CAPACE DI CANCELLARSI PER ENTRARE NEI PANNI E NEI MONDI DEGLI ALTRI.

PUNTO DEBOLE

LO STESSO ORLANDO SI DEFINISCE UN CAMPIONE DI INSICUREZZE. CHE PERÒ LO HANNO PORTATO LONTANO.

Per lui è stato un anno d'oro: nei panni di un carcerato ha conquistato il David e il Nastro d'Argento («*penso di essere un comico, e invece vinco come cattivo*») per la migliore performance maschile in *Ariaferma* di Leonardo Di Costanzo, presentato fuori concorso alla scorsa Mostra del Cinema di Venezia, dove ha accompagnato anche *Il bambino nascosto* di Roberto Andò. Lo ritroveremo in *Siccià* di Paolo Virzì e ne *Il sol dell'avenire*, il nuovo film di Nanni Moretti, con cui non lavorava dal 2006, l'anno de *Il caimano*.

PROFESSIONAL

di Paolo Sinopoli

NEW ENTRY

10

LORENZO MIELI

AMMINISTRATORE DELEGATO DI THE APARTMENT



PUNTO DI FORZA

IN SOLI DUE ANNI HA DIMOSTRATO DI AVERE UNA GRANDE FORZA CREATIVA E PRODUTTIVA.

PUNTO DEBOLE

PARTE DEGLI INVESTIMENTI SONO DRENATI DALLA SERIALITÀ E BISOGNA VEDERE QUALE DIREZIONE PRENDERÀ LA LINEA EDITORIALE DI THE APARTMENT NEI PROSSIMI ANNI.

La società di produzione The Apartment, controllata da Fremantle e guidata dall'amministratore delegato Lorenzo Mieli, si è guadagnata una posizione di rilievo nella stagione 2021/2022. Il film di punta si è rivelato *È stata la mano di Dio* di Paolo Sorrentino, in programmazione al cinema per tre settimane prima di andare direttamente in streaming su Netflix. E anche se non sono stati comunicati a Cinetel i dati di incasso in sala, questo titolo sembrerebbe essere stato il maggiore incasso italiano della stagione 2021/2022. Tra gli altri titoli usciti in sala e prodotti da The Apartment figurano *America Latina* dei fratelli D'Innocenzo (644mila euro), *Esterno notte - Parte 1* (526mila euro) ed *Esterno notte - Parte 2* (235mila euro). In attesa di uscire al cinema, invece, sono le produzioni *Bones and All* di Luca Guadagnino, con Timothée Chalamet, Taylor Russell e Mark Rylance, *Te l'avevo detto* di Ginevra Elkann, con Valeria Bruni Tedeschi e Valeria Golino, e *Holiday* di Edoardo Gabbriellini.

=

11

RAMÓN BIARNÉS;
FRANCESCO GRANDINETTI

MANAGING DIRECTOR SUD E NORD EUROPA DI ODEON CINEMAS GROUP;
GENERAL MANAGER DI THE SPACE CINEMA



PUNTO DI FORZA

ENTRAMBI I CIRCUITI NON HANNO SMESSO DI INVESTIRE NELLA RISTRUTTURAZIONE E NEL RILANCIO DELLE LORO STRUTTURE PER UN'ESPERIENZA PREMIUM.

PUNTO DEBOLE

CI VORRÀ TEMPO PER ASSORBIRE E RISANARE LE GRVI PERDITE LASCIATE DALLA PANDEMIA.

Senza la riapertura delle sale The Space Cinema (36 strutture e 359 sale) e UCI Cinemas (39 strutture e 403 sale), la ripartenza del cinema nel 2021 non sarebbe stata possibile. Oggi i due circuiti si confermano ancora una volta i leader indiscussi dell'esercizio cinematografico italiano e, nonostante il duro colpo inferto dalla pandemia, continuano a investire nelle loro strutture per garantire al proprio pubblico un'esperienza Premium all'insegna dell'eccellenza. Nella stagione 2021/2022, The Space Cinema ha completato il restyling dei multiplex di Quartucciu (CA), di Torri di Quartesolo (VI), di Bologna e del Moderno di Roma, ed entro fine 2022 dovrebbe terminare il rinnovamento delle strutture di Parma, Silea, Salerno, Livorno, Torino e Padova. Un'operazione del valore complessivo di 20 milioni di euro. Più contenuto l'intervento di UCI Cinemas, che entro l'anno dovrebbe terminare la ristrutturazione del cinema di Pioltello. Intanto sono aumentate le responsabilità di Ramón Biarnés, nominato Managing Director Sud (Spagna, Italia, Germania e Portogallo) e Nord Europa (Svezia, Finlandia e Norvegia) di Odeon Cinemas Group.

↑

12

MARCO COHEN,
FABRIZIO DONVITO,
BENEDETTO HABIB

PARTNER DI INDIANA PRODUCTION



PUNTO DI FORZA

PUR TRA ALTI E BASSI, INDIANA PUNTA SU ARTISTI DAL POTENZIALE COMMERCIALE.

PUNTO DEBOLE

FATICANO A EMERGERE AL BOX OFFICE I FILM DI QUALITÀ.

Nella stagione 2021/2022 Indiana Production si è distinta sul grande schermo per la sua prima produzione di un film diretto e interpretato da Alessandro Siani: *Chi ha incastrato Babbo Natale?* ha, infatti, registrato 2 milioni di euro al box office (la corsa, come quella di altri film, è stata frenata dall'introduzione delle restrizioni del Governo nei cinema per frenare la diffusione dei contagi). Sul fronte della qualità è poi uscito in sala *Promises* di Amanda Sthers (245mila euro), con Pierfrancesco Favino, Kelly Reilly e Jean Reno. Nella scuderia di Indiana troviamo prossimamente la commedia *Tutti a bordo* di Luca Miniero, con Stefano Fresi, Giovanni Storti e Carlo Buccirosso, *Il ritorno di Casanova* di Gabriele Salvatores, con Toni Servillo, Sara Serraiocco e Fabrizio Bentivoglio, la commedia *Romantiche* dell'esordiente Pilar Fogliati, *L'ultima notte* di Andrea Di Stefano, con Pierfrancesco Favino e Scordato di e con Rocco Papaleo.

TALENT

di Flavio Natalia, Alessandra De Luca,
Oscar Cosulich ed Emanuele Buccì

↑

10

EX AEQUO • LUCA MARINELLI

ATTORE



PUNTO DI FORZA

TRA I GIOVANI ATTORI ITALIANI È UNO DEI PIÙ "IDONEI" A CONQUISTARE IL PUBBLICO INTERNAZIONALE.

PUNTO DEBOLE

LO VEDIAMO MENO SPESSO DI QUANTO VORREMMO. MA CHI HA DETTO CHE QUESTA NON SIA INVECE LA SUA FORZA?

Non ci sono dubbi che Luca Marinelli sia uno degli attori più versatili e talentuosi d'Europa, e lo ha dimostrato anche nei panni dell'iconico *Diabolik* nel film dei Manetti Bros. A proprio agio in diversi generi, è stato tra i volti più significativi dell'ultimo Festival di Cannes, dove ha accompagnato con Alessandro Borghi, Filippo Timi ed Elena Lietti *Le otto montagne*, tratto dall'omonimo romanzo di Paolo Cognetti (premio Strega nel 2017) e diretto da Felix Van Groeningen e Charlotte Vandermeersch, che hanno portato l'Italia sul podio con il Premio della Giuria. E prosegue sul versante hollywoodiano tornando nei panni di Nicky al fianco di Charlize Theron e Uma Thurman in *The Old Guard 2*.

↑

10

EX AEQUO • ALESSANDRO BORGHI

ATTORE



PUNTO DI FORZA

SCEGLIE I SUOI RUOLI CON MOLTA CURA IN UN PERCORSO DI CRESCITA CHE STA SFOCIANDO IN PROGETTI INTERNAZIONALI.

PUNTO DEBOLE

NON È ANCORA DEL TUTTO CONSAPEVOLE DELLE PROPRIE POTENZIALITÀ.

La sua interpretazione in *Le otto montagne*, dove ritrova Luca Marinelli a sette anni da *Non essere cattivo*, ha lasciato il segno. Nei panni di Bruno, che tra le montagne della Valle d'Aosta trova pace e turbamento, Borghi si è fatto notare per una performance puntuale e commovente. Lo abbiamo visto in *Delta* di Michele Vannucci, presentato all'ultimo Locarno, e lo ritroveremo al fianco di Peter Mullan e Charles Dance in *The Hanging Sun* di Francesco Carrozzini, basato sul romanzo di Jo Nesbø.

NEW ENTRY

11

EX AEQUO • LUISA RANIERI

ATTRICE



PUNTO DI FORZA

LA CAPACITÀ DI AFFIDARSI COMPLETAMENTE AI PROPRI REGISTI.

PUNTO DEBOLE

HA RACCONTATO CHE AGLI INIZI DELLA CARRIERA IL SUO «FISICO COSÌ IMPORTANTE È STATO UN ENORME OSTACOLO», MA QUESTO OGGI SEMBRA UN PROBLEMA DECISAMENTE SUPERATO.

Luisa Ranieri è reduce da una stagione intensa: in tv è stata la protagonista di *Le indagini di Lolita Lobosco* di Luca Miniero, al cinema l'abbiamo vista in *7 donne e un mistero* di Alessandro Genovesi. Ma picco del 2021 lo ha raggiunto con Paolo Sorrentino grazie all'intensa e commovente interpretazione della zia Patrizia in *È stata la mano di Dio*, che le ha fruttato la candidatura come Miglior attrice non protagonista ai David di Donatello, e il Nastro d'Argento, consacrazione di un percorso artistico ventennale, che ha visto crescere il suo talento in modo costante e sempre più sicuro.

NEW ENTRY

11

EX AEQUO • TERESA SAPONANGELO

ATTRICE



PUNTO DI FORZA

AVER RAGGIUNTO LA CONSACRAZIONE DOPO COSÌ TANTI ANNI DI DURO LAVORO È LA GARANZIA CHE TERESA SAPONANGELO SAPRÀ GESTIRE OCULATAMENTE IL SUCCESSO.

PUNTO DEBOLE

PER SORRENTINO HA IMPARATO PERSINO L'ARTE DELLA GIOCOLERIA. UN'ATTRICE COSÌ NON HA PUNTI DEBOLI.

Teresa Saponangelo è stata per anni uno dei segreti meglio custoditi dello spettacolo italiano. Interprete straordinaria, pur essendo attiva ancora giovanissima tra radio, teatro, cinema e Tv fin dalla fine degli anni '90, solo negli ultimi tempi ha visto riconosciuto il suo talento, con un 2021/2022 da sogno. Dopo aver vinto infatti il Premio Pasinetti a Venezia 2021 per il ruolo di Maria Schisa in *È stata la mano di Dio*, si è poi aggiudicata, per lo stesso ruolo, il David come Miglior attrice non protagonista e il Nastro d'Argento come Miglior attrice protagonista, a dimostrare come l'interpretazione, pur in un film corale come quello di Paolo Sorrentino, aveva i numeri per far brillare il suo talento raffinato.

PROFESSIONAL

di Paolo Sinopoli

TALENT

di Flavio Natalia, Alessandra De Luca,
Oscar Cosulich ed Emanuele Bucci



13

PIER GIORGIO BELLOCCHIO, ANTONIO E MARCO MANETTI, CARLO MACCHITELLA

SOCI DI MOMPRACEM



PUNTO DI FORZA

LA CAPACITÀ DI TRASFORMARE UN CULT EDITORIALE COME IL FUMETTO DI DIABOLIK IN UN SUCCESSO CINEMATOGRAFICO.

PUNTO DEBOLE

IN FUTURO MOMPRACEM DOVRÀ DIMOSTRARE IL SUO VALORE PRODUTTIVO ANCHE CON ALTRI FILM OLTRE ALLA SAGA DI DIABOLIK.

È stato un successo al box office il primo film di grande richiamo della casa di produzione Mompracem, guidata da Pier Giorgio Bellocchio, Antonio e Marco Manetti, e Carlo Macchitella. *Diabolik* dei Manetti Bros. ha, infatti, incassato al box office 2,8 milioni di euro, diventando il terzo incasso per una produzione italiana nella stagione 2021/2022. Nel sequel *Diabolik 2 - Ginko all'attacco* dei Manetti Bros., Giacomo Gianniotti (noto anche per il suo ruolo in *Grey's Anatomy* nel ruolo del Dr. Andrew Deluca) prenderà il posto dell'attore Luca Marinelli nei panni del ladro/assassino Diabolik, mentre torneranno Miriam Leone e Valerio Mastandrea. Un cast già assicurato anche per l'atteso *Diabolik 3* dei Manetti Bros., sempre realizzato da Mompracem. Tra i prossimi film del listino Mompracem figurano *Di più non basta mai* di Pappi Corsicato e, in fase di sviluppo, *La guerra del Tiburtino III* di Luna Gualano.



12

SUSANNA NICCHIARELLI

REGISTA, SCENEGGIATRICE



PUNTO DI FORZA

REGISTA TRA LE PIÙ INTERESSANTI E ORIGINALI NEL PANORAMA INTERNAZIONALE, È CAPACE DI CREARE INEDITE CORRISPONDENZE TRA PASSATO E PRESENTE, CONIUGANDO PASSIONE E RIFLESSIONE.

PUNTO DEBOLE

C'È UNA PARTE DELLA CRITICA ITALIANA CHE ANCORA NON VEDE I SUOI PUNTI DI FORZA.

Dopo *Nico, 1988* (miglior film a Orizzonti a Venezia 2017, quattro David) e *Miss Marx* (tre David, Nastro d'argento film dell'anno), Susanna Nicchiarelli chiude la personalissima trilogia sulle biografie femminili con l'attesissimo *Chiara*, sulla santa d'Assisi (Margherita Mazzucco) che seguì San Francesco (Andrea Carpenzano) abbracciando la povertà e ribellandosi al padre. L'obiettivo è mostrare e scoprire l'individuo oltre i libri di storia. Ha inoltre scritto con Marco Bellocchio il prossimo film del regista di Bobbio, *La conversione*, ispirata alla vera storia di Edgardo Mortara.



14

DOMENICO PROCACCI

RESPONSABILE DI FANDANGO



PUNTO DI FORZA

LA COLLABORAZIONE CON NANNI MORETTI RIMANE UNA GARANZIA.

PUNTO DEBOLE

AVERE MOMENTANEAMENTE ABBANDONATO UN FILONE PIÙ COMMERCIALE E RIVOLTO AL PUBBLICO POPOLARE.

Per Fandango l'ultimo anno di attività è strettamente connesso a Nanni Moretti, che con il suo *Tre piani*, interpretato da Margherita Buy, Riccardo Scamarcio, Alba Rohrwacher, Adriano Giannini e dallo stesso Moretti, ha incassato al cinema 2 milioni di euro (ottavo incasso per un film italiano nella stagione 2021/2022). Tra gli altri titoli prodotti e usciti in sala emerge poi *Il muto* di Gallura di Matteo Fresi, che ha registrato 204mila euro. Guardando al futuro, prosegue la collaborazione con Moretti, che vede Fandango tra i produttori di *Il sol dell'avenire* (nel cast Mathieu Amalric, Margherita Buy, Silvio Orlando, Barbara Bobulova e Moretti). Nel listino della società di Domenico Procacci, in attesa di uscire in sala troviamo anche *Il colibrì* di Francesca Archibugi, con Pierfrancesco Favino, Bérénice Bejo, Kasia Smutniak e Laura Morante, e *Pantafa* di Scaringi, con Kasia Smutniak.



13

GIUSEPPE TORNATORE

REGISTA, SCENEGGIATORE, PRODUTTORE, MONTATORE



PUNTO DI FORZA

UN AMORE CONTAGIOSO, TRASVERSALE AI LINGUAGGI, AGLI STECCATI CULTURALI, AI CONFINI NAZIONALI E GENERAZIONALI, PER IL CINEMA.

PUNTO DEBOLE

TANTA GLORIA VUOL DIRE ANCHE ATTESA E RISCHIO DI DELUDERE. DOPO I FASTI DI ENNIO, LE ASPETTATIVE TORNANO A CRESCERE.

«La ragione di questo successo io stesso non l'ho capita»: così Giuseppe Tornatore (al recente Taormina Film Fest) ha commentato il suo *Ennio*, uno dei grandi casi della stagione 2021-2022, cupa per i prodotti italiani. Quasi tre milioni di euro al box office per un documentario di due ore e mezza in un periodo dove il nostro pubblico (blockbuster Usa a parte) stenta a farsi sedurre dal cinema in sala. Sarebbe bastato certo molto meno a far (ri)entrare tra i nomi più influenti della nostra industria cinematografica un regista già nell'Olimpo dei pochi italiani ad aver conquistato il gradino più alto dell'Academy, con l'Oscar al Miglior film per *Nuovo Cinema Paradiso* (tuttora tra i film più amati di sempre anche dai lettori di Ciak, come ha certificato il sondaggio del 2020). Inevitabile che la curiosità attorno al suo nuovo, misterioso «progetto internazionale» sia elevatissima, e che comunque vada sarà uno dei grandi eventi (non solo) italiani del futuro prossimo.



15

ANDREA LEONE; RAFFAELLA LEONE

AMMINISTRATORE DELEGATO; PRESIDENTE/
AMMINISTRATORE DELEGATO DI LOTUS PRODUCTION



PUNTO DI FORZA

LA SPINTA A REALIZZARE PROGETTI AMBIZIOSI NEL TENTATIVO DI IMPORSI ANCHE NEI MERCATI INTERNAZIONALI.

PUNTO DEBOLE

CERTAMENTE L'USCITA DI MARCO BELARDI RICHIEDERÀ UN PERIODO DI ASSESTAMENTO PER LA SOCIETÀ CONTROLLATA DA LEONE FILM GROUP.

La stagione 2021/2022 si è rivelata un periodo di transizione per Lotus Production, segnata da uscite cinematografiche poco performanti e da un cambio ai vertici della società di produzione controllata da Leone Film Group. Dopo l'uscita di Marco Belardi (ex amministratore unico di Lotus), ora alla guida della neonata Bamboo Production, sono subentrati Raffaella Leone nel ruolo di presidente/amministratore delegato, Andrea Leone in veste di amministratore delegato, e il consigliere **Federico Polimanti**. Per quanto riguarda il box office, Lotus non è riuscita a lasciare il segno con *Per tutta la vita* di Costella (928mila euro), *Supereroi* di Genovese (606mila euro), che non è riuscito a esprimere appieno il proprio potenziale anche a causa delle restrizioni del Governo per contenere i contagi, e *Time is Up* di Amoruso (200mila euro). Sono, invece, in attesa di approdare sul grande schermo *Il primo giorno della mia vita* di Paolo Genovese, *Time is Up 2* di Amoruso, il musical *The Land of Dreams* di Nicola Abbatangelo, *Felicità* di e con Micaela Ramazzotti e *Mia* di De Matteo.



14

ALESSANDRO GASSMANN

ATTORE, REGISTA, SCENEGGIATORE



PUNTO DI FORZA

LA VERSATILITÀ, AL SERVIZIO DI UNA RAGGIUNTA CONSAPEVOLEZZA DI SÉ E DI CIÒ CHE AMA ESPORRE, E LA RITROSIA VERSO OGNI SCORCIOATAIO.

PUNTO DEBOLE

LA SIMPATIA PER RUOLI CUCITI SU MISURA PER LUI IN MOLTE SERIE TV (IN CUI È BRAVISSIMO) DI PER SÉ NON È CERTO UN LIMITE, ANZI. PUÒ PERÒ, ALLA LUNGA, RENDERE MENO SEMPLICE IL PERCORSO VERSO LA GIUSTA PERCEZIONE DELL'AMBIENTE PER LE SUE PROVE REGISTICHE.

Nell'anno nero del cinema, ha saputo far brillare la sua stella di regista e autore, oltre a quella di autore popolare e sempre più amato dal pubblico. I tre Ciak d'oro del pubblico che lo hanno premiato sia protagonista che non protagonista del suo *Il silenzio grande*, sono solo uno dei traguardi di un artista ormai più che maturo e impegnato su temi chiave di questi anni, come la difesa dell'ambiente. E serenamente convinto che il suo futuro sarà sempre più dietro alla macchina da presa. Naturalmente, con qualche incursione sempre diversa, come il prete che parla latino maccheronico ne *Il pataffio*, o l'ex criminale vendicativo nell'action di Netflix *Il mio nome è vendetta*.

di Paolo Sinopoli

di Flavio Natalia, Alessandra De Luca,
Oscar Cosulich ed Emanuele Buccì

=

16

**BENEDETTO HABIB;
LUIGI LONIGRO; MARIO LORINI;
FRANCESCO RUTELLI****PRESIDENTE UNIONE PRODUTTORI ANICA;
PRESIDENTE UNIONE EDITORI E DISTRIBUTORI ANICA;
PRESIDENTE ANEC; PRESIDENTE ANICA**

Nella stagione 2021/2022 le associazioni di categoria cinematografica sono riuscite a ottenere nuove risorse a favore del settore e hanno lavorato per raggiungere una regolamentazione legislativa sulle window. Un tema divisivo e a lungo dibattuto, quest'ultimo, su cui forse ci si è focalizzati troppo a lungo a discapito di altre questioni altrettanto necessarie per il comparto.

Va poi evidenziato l'importante pianificazione delle date della Festa del Cinema per i prossimi anni, oltre alla prima edizione di Anec Lab per la formazione degli esercenti.

Certo non sono mancate alcune tensioni interne, come l'ultimo scontro acceso tra Benedetto Habib e i quattro produttori Cattleya, Groenlandia, Picomedia e Wildside, e anche tra gli associati dell'unione editori e distributori Anica non sempre è facile trovare una sintesi comune sui diversi temi.

PUNTO DI FORZA

IL LAVORO DELLE ASSOCIAZIONI HA CONTRIBUTITO A OTTENERE NUOVE RISORSE PUBBLICHE A FAVORE DEL SETTORE CINEMATOGRAFICO.

PUNTO DEBOLE

NONOSTANTE LA COLLABORAZIONE TRA LE ASSOCIAZIONI E GLI INTERESSI COMUNI, NON SEMPRE SI TROVA FACILMENTE UNA VISIONE UNITARIA SU TUTTI I TEMI.

↓

17

FULVIO E FEDERICA LUCISANO**PRESIDENTE; AMMINISTRATORE DELEGATO DI IIF -
ITALIAN INTERNATIONAL FILM**

È stata una stagione cinematografica 2021/2022 debole per la casa di produzione IIF - Italian International Film. La società guidata da Fulvio e Federica Lucisano ha, infatti, totalizzato al box office 1,3 milioni di euro con cinque film distribuiti, i cui maggiori incassi sono stati *Una famiglia mostruosa* di De Biasi (664mila euro) e *C'era una volta il crimine* di Massimiliano Bruno (513mila euro), non certo aiutato dall'uscita su Sky - causa pandemia - del capitolo precedente *Ritorno al crimine*. Ma guardando al futuro, nel listino di IIF brilla soprattutto il nuovo film di e con Alessandro Siani, *Tramite amicizia*, seguito da *I migliori giorni e I peggiori giorni* di Edoardo Leo e Massimiliano Bruno, e da *Non sono quello che sono* di e con Edoardo Leo.

PUNTO DI FORZA

LA DECISIONE DI PRODURRE PER LA PRIMA VOLTA UN FILM DI ALESSANDRO SIANI, INTITOLATO *TRAMITE AMICIZIA*.

PUNTO DEBOLE

NON È STATA ANCORA TROVATA LA STRADA GIUSTA PER I DIVERSI FILM DI GENERE REALIZZATI IN QUESTI ANNI.

↑

18

**FRANCESCA CIMA,
NICOLA GIULIANO****SOCI DI INDIGO FILM**

Nell'ultimo anno Indigo Film ha lasciato il segno al box office con solo *Qui rido io* di Mario Martone, con Toni Servillo nelle vesti del grande attore comico Eduardo Scarpetta, che ha incassato 1,5 milioni di euro sul grande schermo. Tra le prossime produzioni targate Indigo, tutte improntate sul cinema di qualità, troviamo *Ti mangio il cuore* di Pippo Mezzapesa, che segna l'esordio della cantante Elodie nelle vesti di attrice protagonista, l'opera seconda di Roberto De Paolis, *Princess*, *La treccia* di Laetitia Colombani, e *Il comandante* di Edoardo De Angelis. Al momento di andare in stampa non si è ancora avuto seguito alle indiscrezioni per cui Legendary Entertainment sarebbe in trattative per acquisire Indigo Film.

PUNTO DI FORZA

LA COSTANTE ATTENZIONE E PRODUZIONE DI FILM DI QUALITÀ.

PUNTO DEBOLE

MANCA DA TEMPO UN FILM COMMERCIALE IN GRADO DI INGAGGIARE UN PUBBLICO PIÙ VASTO.

↓

15

NICOLA GUAGLIANONE**SCENEGGIATORE****PUNTO DI FORZA**

LA CONOSCENZA ENCICLOPEDICA DEL CINEMA DEGLI ANNI '80 E '90 GLI PERMETTE DI ARRICCHIRE LE SUE SCENEGGIATURE DI CITAZIONI E OMAGGI CHE, NELLE MANI DI ALTRI AUTORI, SEMBREBBERO INCONGRUI.

PUNTO DEBOLE

NON SEMBRA PRONTO A RIFIUTARE LAVORI E COLLABORAZIONI ANCHE QUANDO NON LO CONVINCONO IN PIENO.

=

16

GABRIELE MAINETTI**REGISTA, SCENEGGIATORE, PRODUTTORE****PUNTO DI FORZA**

ESSERSI POTUTO PERMETTERE DI LAVORARE COSÌ A LUNGO SULLA POST-PRODUZIONE DEL SUO FILM, HA DIMOSTRATO COME PER MAINETTI IL TEMPO DELL'ANTICAMERA NELLE STANZE DI PRODUTTORI CHE NON ERANO IN GRADO DI CAPIRE L'INNOVATIVO LINGUAGGIO DEI SUOI PROGETTI SIA ORMAI FINITO.

PUNTO DEBOLE

C'È IL TIMORE CHE PER IL SUO TERZO LUNGOMETRAGGIO SI DEBBANO ASPETTARE ALTRI SEI ANNI.

↑

17

MIRIAM LEONE**ATTRICE****PUNTO DI FORZA**

HA CARISMA E VERSATILITÀ, QUALITÀ ESSENZIALI IN UN MERCATO AUDIOVISIVO IPERAFFOLLATO E MUTEVOLE COME QUELLO ATTUALE.

PUNTO DEBOLE

PER UNA PIENA AFFERMAZIONE, LE MANCA ANCORA LA TRASFERTA ALL'ESTERO.

PROFESSIONAL

di Paolo Sinopoli

TALENT

di Flavio Natalia, Alessandra De Luca, Oscar Cosulich ed Emanuele Buccì



19 MATTEO ROVERE; SYDNEY SIBILIA

AMMINISTRATORE UNICO; SOCIO DI GROENLANDIA



Ora che il colosso internazionale Banijay ha acquisito Groenlandia, si potrebbe aprire una nuova era per la società guidata da Matteo Rovere e Sydney Sibilia, che può contare su basi economiche ed editoriali più solide. Nell'ultima stagione Groenlandia ha totalizzato al box office 1,2 milioni di euro con quattro film usciti in sala che hanno visto in prima linea *Marilyn ha gli occhi neri* di Simone Godano (817mila euro), *Settembre* di Giulia Louise Steigerwalt (284mila euro) e *Mondocane* di Alessandro Celli (117mila euro). Tra i prossimi film realizzati da Groenlandia figurano *Delta* di Michele Vannucci, con Alessandro Borghi e Luigi Lo Cascio, *Non sono quello che sono* di e con Edoardo Leo, e *Mixed by Erry* di Sydney Sibilia.

PUNTO DI FORZA

L'ENTRATA DI GROENLANDIA IN BANIJAY POTREBBE INAUGURARE UNA NUOVA ERA PER LA SOCIETÀ DI PRODUZIONE.

PUNTO DEBOLE

MANCA DA TEMPO UN FILM CAPACE DI IMPORSI CON VIGORE SUL GRANDE SCHERMO.



18 VALERIA GOLINO

ATTRICE, REGISTA, SCENEGGIATRICE, PRODUTTRICE



Resta in classifica la diva pluripremiata del nostro cinema, amatissima anche oltreoceano, in un'annata che, dopo un 2021 di forte esposizione (da *Occhi blu* e *La terra dei figli* alla serie Tv Apple *The Morning Show*, passando per *La scuola cattolica*), è stata finora soprattutto di passaggio e attesa per i progetti annunciati e in lavorazione. Ad iniziare dalla nuova prova d'attrice nella serie Netflix tratta da *La vita bugiarda degli adulti* di Elena Ferrante, che dopo *L'amica geniale* e *La figlia oscura* non smette di mobilitare grandi nomi e investimenti (anche fuori dall'Italia) fra grande e piccolo schermo. Non meno interesse desta la nuova sfida registica, *L'arte della felicità*, dove Golino adatta per Sky Original il romanzo omonimo di Goliarda Sapienza e si misura per la prima volta con la regia di una serie. E aspettiamo di vedere anche in Italia altre opere che la vedono presente, come il (troppo?) coraggioso *Adults in the Room*, pamphlet anti-troika del regista Costa-Gavras, presentato a Venezia 2019.

PUNTO DI FORZA

È TUTTORA FRA LE ATTRICI DEL NOSTRO CINEMA PIÙ PROIETTATE SULLA RIBALTA INTERNAZIONALE, E IL NUOVO PROGETTO SERIALE PUÒ FARLA CRESCERE ANCORA COME REGISTA.

PUNTO DEBOLE

SI SPENDE SIN TROPPO GENEROSAMENTE IN RUOLI DI CONTORNO IN PROGETTI NON SEMPRE ALL'ALTEZZA DEL SUO TALENTO.



20 PIERA DETASSIS

PRESIDENTE E DIRETTRICE ARTISTICA DELL'ACCADEMIA DEL CINEMA ITALIANO - PREMI DAVID DI DONATELLO



In questi anni, sotto la guida della presidente e direttrice artistica Piera Detassis, il cuore dei Premi David di Donatello ha sempre più suonato all'unisono con quello dell'industria cinematografica, cementando il rapporto con le associazioni di categoria. Significativo quest'anno anche il ritorno dei David a Cinecittà, dove si sono svolti il red carpet, il welcome cocktail e la cerimonia di premiazione. Un'operazione, quindi, in continuità con il lavoro svolto negli ultimi anni da Piera Detassis (riconfermata nel suo ruolo per il prossimo quadriennio), che è riuscita a realizzare con coraggio due edizioni in piena pandemia, apportando anche modifiche importanti allo statuto del premio. La serata dei David di Donatello 2022 è stata vista su Rai 1 da 2,4 milioni di spettatori per uno share pari al 14,7% (nel 2021 erano 2,5 milioni gli spettatori, per uno share dell'11,6%). Forse andrebbero ripensati il ritmo della serata e la conduzione di Carlo Conti, eccessivamente lunga e politicamente correct, anche nell'ottica di "svecchiare" questo evento e di ingaggiare un pubblico più giovane. I David di Donatello restano un evento cruciale per promuovere il cinema italiano.

PUNTO DI FORZA

LE FORTI RELAZIONI NEL MONDO DEL CINEMA E LA DETERMINAZIONE DI FAR CRESCERE L'EVENTO DEI DAVID DI DONATELLO.

PUNTO DEBOLE

FORSE ANDREBBERO RIPENSATI IL RITMO DELLA CERIMONIA E LA CONDUZIONE DI CARLO CONTI, SPECIALMENTE NELL'OTTICA DI INGAGGIARE I PIÙ GIOVANI.



19 ELIO GERMANO

ATTORE



Reduce da un biennio fantastico, accolto da una pioggia di premi per *Favolacce* e *Volevo nascondermi*, il più giovane dei grandi talenti consolidati del nostro cinema ha vissuto un anno meno intenso, non premiato dall'accoglienza contraddittoria di *America Latina* dei gemelli D'Innocenzo, per i quali è divenuto una sorta di attore feticcio. Eppure i critici sono concordi nell'indicare nell'interpretazione di Germano il punto di forza del film. E la scena in cui, nel ruolo dello stralunato dentista alle prese con i suoi fantasmi, incontra il padre (Massimo Vertmuller), rappresenta uno dei grandi pezzi di bravura del cinema italiano nella stagione 2021-'22.

PUNTO DI FORZA

UNA BRAVURA STRAORDINARIA UNITA A UNA CAPACITÀ UNICA DI FONDERSI CON IL PERSONAGGIO CHE GLI VIENE AFFIDATO.

PUNTO DEBOLE

A QUASI 42 ANNI, È IL MOMENTO DI ANDARE OLTRE LA BRAVURA, DI FARLA "PESARE" ALLA GUIDA DI PROGETTI CHE NE PREMIO FINO IN FONDO IL TALENTO. A COSTO DI PASSARE DIETRO LA MACCHINA DA PRESA.



21 GUGLIELMO MARCHETTI

CHAIRMAN & CEO DI NOTORIOUS CINEMA



Nonostante una stagione 2021/2022 in sordina per Notorious Pictures, l'impegno di Guglielmo Marchetti nella produzione cinematografica italiana sarà più evidente nel prossimo anno, avendo in listino diversi titoli già terminati o in fase di sviluppo destinati al grande schermo. Ad attendere la sala troviamo *Charlotte M.* - Il film di Emanuele Pisano, che vede nel cast proprio la celebre content creator di 14 anni Charlotte M (presenti anche due brani musicali inediti dell'influencer), *Improvvisamente Natale 2* di Francesco Patierno, con Diego Abatantuono, Violante Placido, Nino Frassica, Lodo Guenzi e Mago Forest, e l'opera seconda di Massimiliano D'Epiro *La prima regola*, con Marius Bizau, Fabrizio Ferracane e Darko Peric.

PUNTO DI FORZA

L'AUMENTO SIGNIFICATIVO DEGLI INVESTIMENTI IN PRODUZIONI ITALIANE.

PUNTO DEBOLE

IL CRESCENTE IMPEGNO PRODUTTIVO SUL FRONTE ITALIANO DEVE ANCORA TRADURSI IN UN SUCCESSO COMMERCIALE SIGNIFICATIVO.



20 NANNI MORETTI

ATTORE, SCENEGGIATORE, REGISTA, PRODUTTORE



Nonostante gli undici minuti di applausi ottenuti alla proiezione sulla Croisette, il Festival di Cannes 2021 non ha donato alcun riconoscimento al suo *Tre piani*, tratto dall'omonimo romanzo dell'israeliano Eshkol Nevo, primo film diretto da Moretti non nato da una sua sceneggiatura originale. L'autore ha saputo prenderla con grande autoironia sul suo account Instagram, ma anche il pubblico italiano, quando il film è uscito nelle sale lo scorso settembre, non lo ha premiato come in passato. Probabilmente la scelta di Moretti di restare "fedele" alla Croisette, rifiutandosi di andare a Venezia nel 2020 (dove sarebbe stato "il" film) e tenendo fermo per oltre un anno un film pronto già nella primavera del 2020, non si è rivelata vincente. Andrà certamente meglio con l'attesissimo *Il sol dell'avvenire*, scritto con Federica Pontremoli, Valia Santella e Francesca Marciano, ambientato a Roma negli anni '50 e fino ai '70 nel mondo del circo e dove si parla anche di cinema. Nell'attesa, in ottobre Moretti torna attore ne *Il colibri* di Francesca Archibugi, dall'omonimo romanzo premio Strega di Sandro Veronesi.

PUNTO DI FORZA

DOPO AVER ABBANDONATO OGNI PROTAGONISMO, SPERIMENTANDO UN FILM CORALE ED ESSERSI RIMESSO IN GIOCO COME ATTORE IN FILM ALTRUI, MORETTI È ORA PRONTO A TORNARE SE STESSO.

PUNTO DEBOLE

AVER ANTEPOSTO NEL 2020 LA FEDELITÀ A CANNES, CHE NON SI ERA SVOLTO, TRASCURANDO L'OPPORTUNITÀ DI PARTECIPARE ALL'EDIZIONE DI VENEZIA DI QUELL'ANNO, DOVE SICURAMENTE SAREBBE STATO ACCOLTO MEGLIO E AVREBBE DATO IMPULSO AL NOSTRO CINEMA.

di Paolo Sinopoli

di Flavio Natalia, Alessandra De Luca,
Oscar Cosulich ed Emanuele Buccì

=

22

CRISTINA PRIARONE

PRESIDENTE DI ITALIAN FILM COMMISSIONS E DIRETTORE
GENERALE DI ROMA LAZIO FILM COMMISSION

PUNTO DI FORZA

IL GRANDE SERVIZIO AL COMPARTO AUDIOVISIVO, VOLTO A STRINGERE NUOVE COLLABORAZIONI, SIA ITALIANE CHE INTERNAZIONALI.

PUNTO DEBOLE

NELLA PROMOZIONE, RISPETTO AGLI ANNI PASSATI, C'È STATA MENO PRESENZA SU ALCUNI TERRITORI IMPORTANTI COME NORD AMERICA E ASIA.

È stato incessante il lavoro di Cristina Priarone in veste di presidente di Italian Film Commissions (che rappresenta 20 film commission) per far crescere l'associazione come sistema, nel tentativo di rafforzare l'identità delle varie strutture sparse sul territorio. Nella stagione 2021/2022 IFC ha siglato un accordo di collaborazione con British Film Commission - nell'ottica di creare anche un ponte verso gli Stati Uniti - e con French Film Commission, Film France. Inoltre, al tavolo di coordinamento di DGCA, Italian Film Commissions e Regioni si è aggiunto anche il tavolo di lavoro sui festival per incentivarne la crescita sul territorio. Indicativa poi la scelta di partecipare per la prima volta con IFC a Ciné di Riccione, per essere vicina a tutta la filiera, esercizio compreso.

Continua poi il lavoro in veste di direttore generale di Roma Lazio Film Commission, di cui Luciano Sovena è presidente, per supportare, promuovere e incentivare la produzione cinematografica italiana e internazionale sul territorio regionale.

=

23

NICOLA CORIGLIANO

COORDINATORE DESK SPECIALISTICO MEDIA & CULTURA
DI INTESA SANPAOLO

PUNTO DI FORZA

SI CONFERMA ESSENZIALE IL GRANDE LAVORO DI SOSTEGNO E CONSULENZA CHE CORIGLIANO FORNISCE AL CINEMA ITALIANO PER CONTO DI INTESA SANPAOLO.

PUNTO DEBOLE

LA VALUTAZIONE DEI PROGETTI MIGLIORI DA SUPPORTARE NON È UNA SCIENZA ESATTA.

La stagione 2021/2022 si è confermata un'annata importante per la produzione cinematografica italiana, con moltissimi progetti avviati e messi in cantiere. E nel solco di questa grande vivacità creativa e produttiva, la banca Intesa Sanpaolo si è dimostrata ancora una volta un partner decisivo per mantenere in vita la grande macchina del cinema italiano grazie al lavoro indispensabile di Nicola Corigliano, Coordinatore desk specialistico Media & Cultura di Intesa Sanpaolo. È lui, infatti, a guidare l'intelaiatura finanziaria dei film destinati al grande schermo, seguendo con il suo team ogni passo della progettazione, delle tempistiche e della lavorazione dei singoli titoli, offrendo consulenze sul fronte economico e svolgendo attività di networking tra i soggetti produttivi.

↑

24

ROBERTO STABILE

RESPONSABILE DELLE RELAZIONI INTERNAZIONALI
ANICA; COORDINATORE DESK AUDIOVISIVI DI ICE;
RESPONSABILE PROGETTI SPECIALI E ADVISOR PER
L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLA DGCA DEL MIC
PRESSO CINECITTÀ

PUNTO DI FORZA

L'AMPIA RETE DI RELAZIONI INTERNAZIONALI, CONSOLIDATE NEL TEMPO, RENDONO STABILE UNA FIGURA ESSENZIALE PER ESPORTARE LA NOSTRA CINEMATOGRAFIA IN TUTTO IL MONDO.

PUNTO DEBOLE

I NUMEROSI RUOLI RICOPERTI RISCHIANO DI COMPORRE UNA DISPERSIONE DI ENERGIE.

Nonostante le dimissioni dal ruolo di presidente della Lucana Film Commission dopo oltre un anno di attività, crescono le responsabilità di Roberto Stabile, da anni un vero punto di riferimento per l'internazionalizzazione del cinema italiano. Alle cariche di Responsabile delle relazioni internazionali Anica e Coordinatore desk audiovisivi di Ice, infatti, si sono aggiunte quelle di Responsabile progetti speciali e advisor per l'internazionalizzazione della DGCA del Mic presso Cinecittà, e di Rappresentante italiano presso Ibermedia. Ruoli che amplificano il raggio di azione di Roberto Stabile per la diffusione delle opere cinematografiche tricolori in tutto il mondo, rafforzando il suo ruolo di coordinamento operativo e politico. Nelle sue mansioni rientrano la rappresentanza istituzionale della DGCA all'estero, uno stretto coordinamento con l'ufficio del consigliere diplomatico del Ministro della Cultura, e la gestione di una serie di progetti che vedono coinvolti le sedi diplomatiche e gli istituti di cultura sparsi nel mondo.

NEW
ENTRY

21

FRANCESCA ARCHIBUGI

REGISTA, SCENEGGIATRICE



PUNTO DI FORZA

POSSEDE LA SENSIBILITÀ NECESSARIA PER RACCONTARE GRANDI STORIE RICCHE DI UMANITÀ.

PUNTO DEBOLE

L'ULTIMA VOLTA A VENEZIA CON VIVERE NEL 2019 NON È ANDATA BENISSIMO.

A lei il merito di aver portato sullo schermo uno dei romanzi più amati degli ultimi anni, *Il colibrì* di Sandro Veronesi, Premio Strega 2020. E sul set Francesca Archibugi, tre David e tre Nastri all'attivo, ha diretto un cast d'eccezione che conta tra gli altri Pierfrancesco Favino, Nanni Moretti, Kasia Smutniak, Bérénice Bejo e Laura Morante. Non solo: quest'anno ha affrontato anche uno dei grandi classici del Novecento, *La storia* di Elsa Morante, in una serie (coproduzione tra Picomedia e la francese Thalie Images, in collaborazione con Rai Fiction) interpretata da Jasmine Trinca - nel ruolo della protagonista Ida Ramundo - Valerio Mastandrea, Elio Germano, Asia Argento, Lorenzo Zurzolo e Francesco Zenga.

NEW
ENTRY

22

I ME CONTRO TE

ATTORI, SCENEGGIATORI, PRODUTTORI



PUNTO DI FORZA

LA SEMPLICITÀ, LA SPONTANEITÀ, LA FRESCHEZZA, L'AFFIATAMENTO.

PUNTO DEBOLE

È VERO CHE I LORO FILM, DI POCO SUPERIORI ALL'ORA, SONO DESTINATI AI PIÙ PICCOLI. MA SE VORRANNO CONTINUARE A FARE CINEMA, DOVRANNO PRIMA O POI PORSI IL PROBLEMA DI LAVORARE SU INTRECCI, SCENEGGIATURE E CARATTERI DEI PERSONAGGI. NEL FRATTEMPO, SI GODONO IL SUCCESSO.

Il fenomeno non può più passare inosservato: i *Me contro Te*, alias Luigi Calagna e Sofia Scalia, i due youtuber palermitani di 30 e 25 anni, ormai sono protagonisti anche al box office, e dall'alto di tre film che nell'arco di un anno sono stati ogni volta primatisti negli incassi, hanno acquisito un grande potere contrattuale nell'ambiente del cinema, oltre ad essere all'origine di quei "tentativi di imitazione" che nell'ambiente cinematografico sono frequenti come nelle pubblicazioni di cruciverba. Loro hanno deciso di darsi alle serie. Nel frattempo, Colorado e Warner, calcolatrice alla mano, ringraziano Lui e Sofì (questo il loro nome d'arte, sui social e al cinema) per aver portato ossigeno in una stagione terribile per il nostro cinema.

↓

23

JASMINE TRINCA

ATTRICE, REGISTA



PUNTO DI FORZA

LA CAPACITÀ DI RECITARE "SOTTO LE RIGHE", PER SOTTRAZIONE, UTILIZZANDO COME POCHESSIME COLLEGHE LE POTENZIALITÀ ESPRESSIVE DEL VISO, E QUELLA DI CALARSI IN PERSONAGGI OGNI VOLTA DIVERSI LEGANDOLI A UN UNICO FILO.

PUNTO DEBOLE

A VOLTE DÀ L'IDEA DI NON CREDERE FINO IN FONDO NELLE SUE CAPACITÀ. UN ASPETTO DEL CARATTERE CHE NON LE È CERTO D'AUTO IN UN AMBIENTE DIFFICILE COME IL CINEMA.

Ormai è un patrimonio del nostro cinema. E se la stagione che si chiude non l'ha vista protagonista assoluta come invece è accaduto spesso negli anni scorsi, a causa del mancato successo in sala di *Supereroi* di Paolo Genovese, "mangiato" dall'ultimo lockdown dovuto al covid e poi riscattatosi in streaming su Prime Video, e dell'accoglienza non unanime ricevuta da *Marcel*, suo esordio alla regia, la chiamata in giuria nell'ultimo Festival di Cannes certifica la caratura internazionale della 41enne romana appassionata di ruoli scomodi (e di piccoli film). Non a caso, la Rai ha pensato a lei come protagonista di *La storia*, trasposizione ad alto budget del capolavoro di Elsa Morante (diretto da Francesca Archibugi) dalla forte impronta cinematografica e destinata al mercato internazionale.

PROFESSIONAL

di Paolo Sinopoli

NEW ENTRY

25

ROBERTO SESSA

RESPONSABILE DI PICOMEDIA



Per Picomedia l'ultimo anno è stato più redditizio sul fronte cinematografico rispetto alle stagioni passate. I film realizzati dalla casa di produzione di Roberto Sessa, infatti, hanno generato al box office un incasso complessivo di quasi 3 milioni di euro. Il titolo capolista si è rivelato *La scuola cattolica* di Stefano Mordini (coprodotto con Warner Bros. Discovery), il cui dibattito attorno al divieto di visione in sala ai minori di 18 anni ha amplificato l'attenzione attorno a questo film che ha totalizzato 1,6 milioni di euro. Importante anche il risultato ottenuto da *Nostalgia* di Mario Martone (1,2 milioni), interpretato da Pierfrancesco Favino, seguito da *Nowhere Special* di Uberto Pasolini (165mila euro). Tra i prossimi film targati Picomedia attesi sul grande schermo figura *The Return* di Uberto Pasolini, con Ralph Fiennes e Juliette Binoche.

PUNTO DI FORZA

IL CORAGGIO DI PUNTARE SU STORIE INTENSE CHE HANNO DESTATO L'ATTENZIONE DEI FESTIVAL DI VENEZIA E DI CANNES.

PUNTO DEBOLE

NON SEMPRE PREMIANTE SUL GRANDE SCHERMO UNA LINEA EDITORIALE DISCONTINUA CHE ALTERNA LA COMMEDIA AL CINEMA D'AUTORE.

I PRODUTTORI ITALIANI PIÙ INFLUENTI ALL'ESTERO



Chi sono i produttori italiani più influenti a livello internazionale nel mondo cinema? A ricoprire un ruolo di grande rilievo è certamente **Andrea Scrosati**, Group Coe e Ceo europeo di Fremantle (società di RTL Group, a sua volta divisione di Bertelsmann), la figura dietro il grande processo di espansione e di crescita della società. Fremantle controlla anche le società di produzione italiane Wildside e The Apartment, e recentemente ha siglato una partnership strategica con gli studios di Cinecittà.



Un altro produttore italiano di respiro internazionale sul fronte cinematografico si conferma **Andrea Iervolino**, fondatore e Ceo della global production company Iervolino & Lady Bacardi Entertainment spa (quotata al mercato AIM Italia di Borsa Italiana da agosto 2019). ILBE realizza opere al 100% di nazionalità italiana aventi tutte le caratteristiche per una distribuzione internazionale. Solo nel 2021 le produzioni della società hanno visto oltre 500 persone impegnate sui set italiani.

© Getty Images (42); courtesy of Rai Cinema/Riccardo Ghilardi (1); courtesy of Vision Distribution/Riccardo Ghilardi (1); courtesy of Cinecittà/Riccardo Ghilardi (1); courtesy of Warner Bros. Discovery (1); Stefano Pina (2); courtesy of Rainbow/Cosarado Film/Loris Zambelli (2); courtesy of Cineventi/Fabio Demitri (1); courtesy of UCI/Cinesa (1); courtesy of Leone Film Group (1); courtesy of Anec/Michele Fradella (1); Luca Carlini/courtesy of Greenlandia (1); courtesy of Anec (1); foto di Roberto Krasting/assistente Jacopo Gentilini/courtesy of David di Donatello (1); Valerio Paroli/courtesy of Notorious Cinema (1); courtesy of Italian Film Commissions (1); courtesy of ILBE (1); courtesy of Fremantle/Riccardo Ghilardi (1)

TALENT

di Flavio Natalia, Alessandra De Luca, Oscar Cosulich ed Emanuele Bucci

NEW ENTRY

24

MASSIMILIANO GALLO

ATTORE



PUNTO DI FORZA

LA CAPACITÀ DI PASSARE SENZA ALCUNA DIFFICOLTÀ APPARENTE DAL TEATRO AL CINEMA, ALLA TV; RECITANDO CON EGUALE INTENSITÀ E CREDIBILITÀ NEL DRAMMA, NELLA COMMEDIA E NEL NOIR: GALLO NON HA E NON SEMBRA VOLERSI PORRE LIMITI.

PUNTO DEBOLE

UN TALENTO COME IL SUO, RICONOSCIUTO E AMMIRATO DA COLLEGI E REGISTI, NON GLI HA ANCORA FRUTTATO LA POPOLARITÀ TOTALE CHE MERITEREBBE.

La scorsa stagione ha visto protagonista Massimiliano Gallo ai massimi livelli: in *È stata la mano di Dio* di Paolo Sorrentino ha lasciato un'impronta indelebile, mentre le sue interpretazioni di Valerio Primiti prima a teatro e poi sullo schermo del romanzo di Maurizio De Giovanni *Il silenzio grande*, per la regia di Alessandro Gassmann, gli sono valse il Ciak d'Oro come miglior attore del 2021. Ancora, Gallo ha fatto parte del cast di voci originali del cartoon fantascientifico *Yaya e Lennie - The Walking Liberty* di Alessandro Rak, in Tv lo abbiamo ammirato in *Imma Tataranni - Sostituto procuratore* e *I bastardi di Pizzofalcone*, mentre presto lo vedremo protagonista di *Vincenzo Malinconico, avvocato*, per poi trovarlo di nuovo a fianco di Vanessa Scalera/Imma Tataranni nella nuova versione di *Filomena Marturano*. Come se non bastasse, Gallo è in scena per la seconda stagione consecutiva a teatro con la commedia da lui scritta durante il lockdown *Resilienza 3.0*.

NEW ENTRY

25

EX AEQUO • JONAS CARPIGNANO

REGISTA, SCENEGGIATORE



PUNTO DI FORZA

UNO STILE CINEMATOGRAFICO POTENTE E PERSONALE IN GRADO DI TENERE INSIEME LE SPECIFICITÀ DEI CONTESTI LOCALI CON UN'APERTURA COSMOPOLITA.

PUNTO DEBOLE

DOVRÀ GESTIRE LE ASPETTATIVE EVITANDO CHE OSTACOLINO LA SUA MATURAZIONE COME ARTISTA.

Non capita certo a tutti i nostri registi di imprimersi con tre soli lungometraggi tra gli autori (non solo italiani) più interessanti dell'ultimo decennio. Così è stato per Carpignano, italoamericano, nipote d'arte (suo zio è Luciano Emmer) e protagonista della stagione appena trascorsa con *A Chiara*, nuovo viaggio tra asprezze e contraddizioni della Calabria dopo i precedenti *Mediterranea* (selezionato a Cannes 2015 e premiato in giro per il mondo, da Venezia a New York passando per Stoccolma) e *A Ciambra* (due David e Premio Europa Cinema Label alla Croisette nel 2017), coprodotto da Martin Scorsese. La sua opera terza è la consacrazione di un filmmaker che ha trovato una sua via, tra naturalismo ed espressionismo, indagine del reale e sua trasfigurazione. Ottenendo un inedito riscontro di pubblico, vincendo ancora una volta a Cannes e aggiudicandosi il Nastro d'argento speciale 2022 e un David alla performance di Swamy Rotolo, e stavolta lanciata come interprete di primo piano.

NEW ENTRY

25

EX AEQUO • SWAMY ROTOLO

ATTORE, REGISTA, SCENEGGIATORE



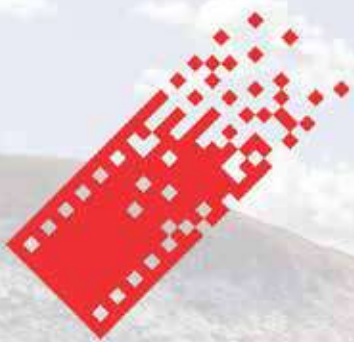
PUNTO DI FORZA

LA SUA INTENSA PROVA IN UNO DEI MIGLIORI FILM ITALIANI DELLA STAGIONE, INSIEME ALLO STORICO RICONOSCIMENTO OTTENUTO, LE APRÈ UNA CARRIERA D'ATRICE A DIR POCO PROMETTENTE.

PUNTO DEBOLE

SE VORRÀ PROSEGUIRE SU QUESTA STRADA, DOVRÀ SVILUPPARE IL SUO POTENZIALE DIMOSTRANDO DI SAPERSI MISURARE ANCHE CON PERSONAGGI LONTANI DAL PROPRIO CONTESTO.

Il suo successo in *A Chiara* ci riporta al neorealismo, capace di scovare volti ed espressività tra le persone dei luoghi narrati che si imprimono nella mente e nel cuore degli spettatori. Calabrese di Gioia Tauro, proprio come la protagonista del film, la 18enne Swami è già entrata nella storia della cinematografia italiana come la più giovane vincitrice del David, emblema di una nuova generazione di talenti femminili.



**EMILIA
ROMAGNA
FILM
COMMISSION**

**We
make it
happen**

FINANZIAMENTI

ACCOGLIENZA

SERVIZI

PROFESSIONISTI

PROMOZIONE

I nostri servizi per accogliere le idee,
sostenere le imprese, promuovere le
opere audiovisive in Emilia-Romagna

📧 filmcom@regione.emilia-romagna.it

🌐 cinema.emiliaromagnacreativa.it

☎️ +39 334 6746412



PIÙ CONOSCENZA. PIÙ COSCIENZA

APPUNTAMENTO A MILANO, DAL 15 AL 18 SETTEMBRE, CON IL FESTIVAL INTERNAZIONALE DEL DOCUMENTARIO **VISIONI DAL MONDO**. QUATTRO GIORNI DI IMMERSIONE NEL CINEMA DEL REALE CON 36 ANTEPRIME, EVENTI E GLI INCONTRI INDUSTRY DELLA SEZIONE "VISIONI INCONTRA"

In un mondo così complesso come quello attuale, il documentario è uno strumento privilegiato per decifrare la realtà che ci circonda. Da questa prospettiva va letto il tema dell'8ª edizione di **Visioni dal Mondo**: "Più conoscenza, Più coscienza". Nei quattro giorni del Festival Internazionale del Documentario, in programma a Milano dal 15 al 18 settembre, i 36 film in programma, presentati dai registi provenienti da tutto il mondo, accompagneranno infatti lo spettatore in un viaggio nella contemporaneità globale. Come sottolineato dall'ideatore e Presidente della manifestazione Francesco Bizzari, anche quest'anno **Visioni dal Mondo** «confermerà il coraggio e la forza di intercettare i cambiamenti, far conoscere gli aspetti inediti del cinema della realtà, ma anche delle storie di ieri e di oggi per affrontare con maggiore coscienza il nostro domani». Anche perché, come ha dichiarato Maurizio Nichetti, direttore artistico di **Visioni dal Mondo**, «il cinema è una delle più potenti medicine in questo mondo incerto. E un'immagine vale sempre più di tante parole».

OSPITI D'ONORE E ANTEPRIME

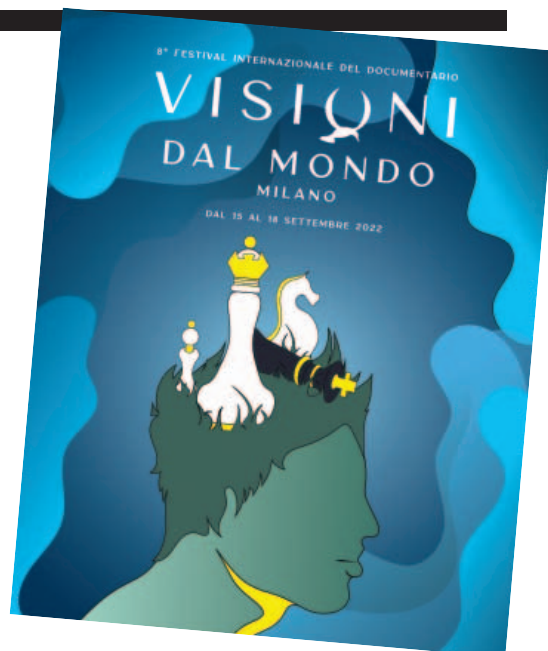
Ospite d'onore di **Visioni dal mondo 2022** sarà il produttore e regista Domenico Procacci, con un incontro in programma sabato 17 settembre per presentare il suo lungometraggio *Una Squadra*, versione cinematografica dell'omonima docuserie

sulla leggendaria squadra di tennis composta da Adriano Panatta, Corrado Barazzutti, Paolo Bertolucci e Tonino Zugarelli che, nei secondi anni '70, si aggiudicò 4 finali di Coppa Davis in 5 anni. Film di apertura sarà invece *Due Con* di Felice Valerio Bagnato e Gianluca De Martino, sui pluricampioni di canottaggio Carmine e Giuseppe Abbagnale che saranno presenti alla proiezione. Tra le anteprime più attese, quelle di *Spazio italiano* di Marco Spagnoli, sul sorprendente ruolo da protagonista dell'Italia nelle imprese spaziali, di *Hotel Sarajevo* di Barbara Cupisti sulla guerra nei Balcani, e di *Sound Gigante*, serie di 4 episodi, di Giangiacomo De Stefano, che propone una storia alternativa della musica italiana.

LE SEZIONI DEL FESTIVAL

Per il 2022, le sezioni del Festival sono: *Concorso Italiano*, dedicato ai cineasti italiani che prevede due categorie (lungometraggi e new talent opera prima); *Concorso internazionale*, rivolto alle produzioni indipendenti straniere; *Panorama Fuori Concorso* con la proiezione di alcuni dei più prestigiosi e significativi documentari realizzati in questa stagione o in anteprima assoluta, coprodotti da Rai Cinema, Luce Cinecittà, Sky Arte, Sky Documentaries e Rai Documentari. Inoltre, un focus sulle produzioni in Virtual Reality che sarà ospitato al Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia.

Sotto, i fratelli Abbagnale, Peppino di Capua, Giuseppe La Mura e i due registi del doc *Due Con*. A destra, Domenico Procacci, ospite d'onore dell'edizione di quest'anno



IL MONDO INDUSTRY A VISIONI INCONTRA

Diventata in questi anni un punto di riferimento per il mercato audiovisivo, torna anche quest'anno la sezione Industry *Visioni Incontra*. Programmata in apertura della manifestazione giovedì 15 e venerdì 16 settembre, e curata da Cinzia Masòtina, responsabile dell'advisory e coordinamento, *Visioni Incontra* propone un ricco calendario di incontri e focus riservati agli addetti ai lavori. Saranno presentati 20 progetti che parteciperanno al concorso come Miglior Progetto Documentario, mentre, novità di quest'anno, verrà anche presentato Fuori Concorso il progetto work in progress vincitore del Premio Visioni Incontra al Bio to B 2022, gli Industry Days del Biografilm Festival di Bologna. In programma anche il panel sulle attività di Lombardia Film Commission, il focus/case history sulla serie di successo *La Mala - Banditi a Milano* e la tavola rotonda dal titolo *L'eccezione culturale nell'era degli streamers: valori editoriali e possibilità distributive. Visioni e strategie per il rilancio del cinema italiano*. Confermate infine le due sessioni di Speed date networking, in cui le imprese, produttori e autori non selezionati in Concorso potranno conoscersi e presentarsi a una pluralità di addetti ai lavori.

FESTIVAL INTERNAZIONALE DEL DOCUMENTARIO VISIONI DAL MONDO

MILANO, DAL 15 AL 18 SETTEMBRE 2022

PRESSO IL TEATRO LITTA, L'ELISEO MULTISALA,
IL MUSEO NAZIONALE SCIENZA
E TECNOLOGIA LEONARDO DA VINCI

Proiezioni a ingresso gratuito fino a esaurimento posti e online da tutta Italia su www.visionidalmundo.it attraverso le sale web della piattaforma streaming MYmovies

Patrocinato da Rai, dall'Associazione dell'autorità cinetelvisiva 100autori e CNA Cinema e Audiovisivo. Main sponsor: BNL BNP Paribas. Sponsor: Pirelli e GK Investment Holding Group, media partner Rai Cinema, Rai Documentari e Sky Documentaries e il sostegno di Rai Cinema



frame



Orgogliosi di aver lavorato a Bones and All con Luca

frame by frame

4K HDR Post Production and VFX

Colorist

Claudio Del Bravo

VFX Supervisor

Marco Geracitano



Crediti non contrattuali

FRENSY.

PER CAPITA
PRODUCTIONS

The Apartment
PICTURES
A Fremantle Production

MEMO
FILMS


3 MARYS
ENTERTAINMENT

 VISION
DISTRIBUTION

UNIVERSAL, LINEA DIRETTA CON L'ESERCIZIO

LA TRADE MARKETING MANAGER **FRANCESCA RUMI** FA UN BILANCIO DEL NUOVO PORTALE ESERCENTI DI UNIVERSAL CHE, LANCIATO LO SCORSO APRILE, È CRESCIUTO SETTIMANA DOPO SETTIMANA ARRIVANDO A QUASI 700 ISCRITTI. ECCO I SERVIZI PRINCIPALI DI QUESTA PIATTAFORMA E I PROGETTI PER IL FUTURO

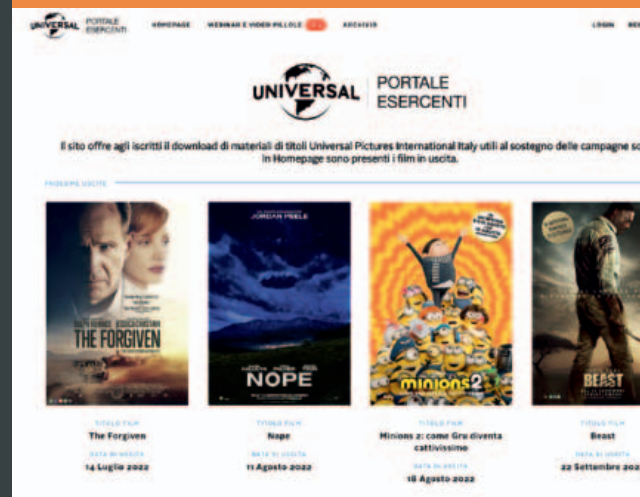
di **Valentina Torlaschi**

D

ialogo e formazione sono le parole chiave nel rapporto tra esercenti e distributori. Lo sa bene Universal Italia che, ad aprile di quest'anno, ha rinnovato il proprio portale esercenti – online dal 2019 – con nuovi servizi volti a rafforzare la comunicazione con i gestori dei cinema, offrendo loro anche occasioni di aggiornamento. «A fine 2021 abbiamo condotto una ricerca di mercato in collaborazione con Ergo Research dalla quale è emersa l'esigenza degli esercenti di avere un canale di scambio più immediato. Così, non solo abbiamo rinnovato il sito, ma lo abbiamo implementato di due servizi molto utili: un numero WhatsApp business e i webinar online», ha raccontato la Trade Marketing Manager Francesca Rumi, che ha fatto anche un bilancio del portale presentandone poi i progetti futuri.

A oggi quanti sono gli esercenti iscritti al portale? Qual è stato il trend di crescita?

Gli iscritti al portale sono circa 680. Dal lancio di aprile a luglio abbiamo registrato un ottimo trend di crescita del 13%, a conferma dell'interesse dell'esercizio per i nostri servizi. Ossia ricevere periodicamente le newsletter, ordinare i materiali promo-



Il Portale esercenti Universal (<https://esercenti-universal.it/>) offre, oltre ai materiali standard dei film come il manifesto, anche il trailer nelle diverse versioni, e un'ampia gamma di asset social da personalizzare e utilizzare sui canali digital dei gestori di cinema

Il QR per l'iscrizione ai webinar del Portale Esercenti



zionali e consultare le schede marketing dei vari film (altro utile strumento che abbiamo integrato all'interno del portale).

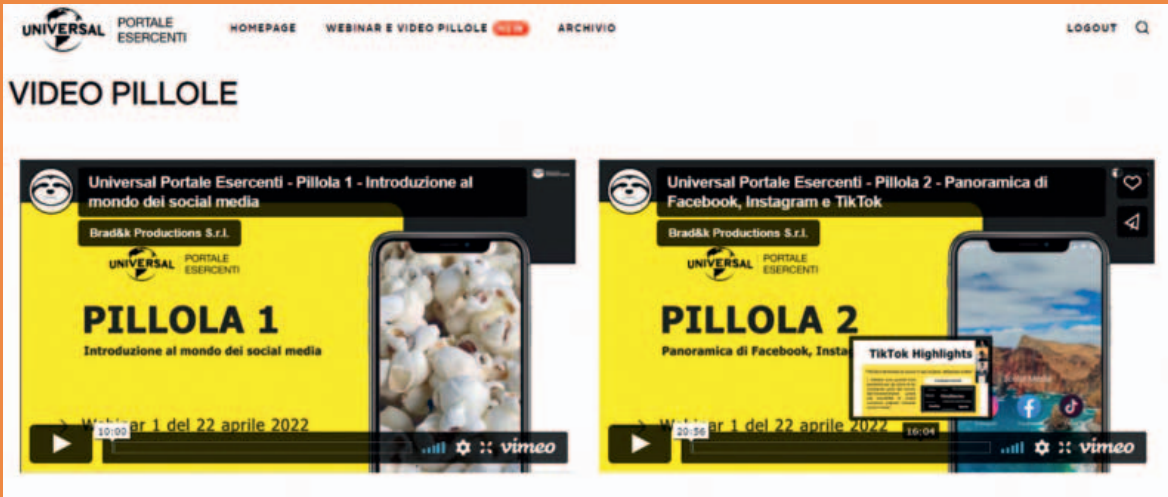
A quanti iscritti puntate di arrivare nei prossimi mesi?

L'obiettivo è di mantenere questo trend di crescita per raggiungere a fine anno gli 800 iscritti.

Il vostro numero WhatsApp business viene utilizzato spesso dagli esercenti? Quali sono le informazioni più richieste?

In una settimana vengono scambiati una media di 40/50 messaggi. Le domande più frequenti riguardano la personalizzazione dei materiali promozionali digital e social con i dati specifici dei singoli cinema, ma anche informazioni sulla disponibilità dei trailer in lingua originale: un'area, questa, a cui dedicheremo a breve una sezione all'interno del sito. Non solo, perché molti esercenti usano WhatsApp per condividere con noi le foto dei loro foyer allestiti con i materiali dei film Universal.

Il dialogo distributori-esercenti è sempre più fondamentale per mas-



simizzare la performance dei film in sala. Oltre al vostro portale, quali sono gli strumenti e le aree di azione su cui lavorare insieme?

Oltre ai canali di scambio digitali, credo molto negli incontri fisici come quello dell'Anec Lab svoltosi a inizio maggio a Riccione che ha permesso di creare un momento di formazione e scambio significativo tra distributori ed esercenti. Aver potuto mostrare dei casi studio di successo del passato ha permesso di sviluppare delle nuove idee quasi in tempo reale; penso ad esempio al lancio di *Jurassic World - Il dominio* su cui, con diversi cinema, abbiamo costruito delle attività di comunicazione ad hoc molto interessanti.

Per quanto riguarda l'area "Formazione", quali webinar avete già fatto e quali avete in programma?

Al momento abbiamo svolto due webinar, in collaborazione con la nostra agenzia partner Brad&K Productions.

Il primo incontro, ad aprile, è stato

più "teorico" fornendo una fotografia del mercato digital e del posizionamento dei diversi social; il secondo, a giugno, a cui hanno partecipato il 50% di esercenti in più, si è focalizzato sul mondo Meta e i suoi canali di comunicazione. La partecipazione a entrambi gli incontri è stata molto attiva, abbiamo ricevuto diverse mail e messaggi WhatsApp di ringraziamento e apprezzamento del format. Il prossimo appuntamento è fissato per il 16 settembre e sarà l'occasione per continuare a esplorare il mondo dei social e di come comunicare su questi canali nel modo più efficace e immediato.

Anche negli altri Paesi europei e nel resto del mondo Universal ha un portale esercenti come quello italiano?

Universal dà la libertà ai diversi Paesi di implementare gli strumenti più idonei al proprio mercato. In Italia abbiamo scelto di puntare sul portale e siamo stati il primo Paese ad aver lanciato un canale WhatsApp dedicato agli esercenti. Ogni nazione sceglie la forma di comunicazione "diretta" che ritiene più opportuna: in Francia, ad esempio, hanno preferito creare un gruppo Facebook.

© Brad&K Productions /courtesy of Universal Pictures (1), courtesy of Universal Pictures (6)

TANTI PIRATI, MA POCO (C)ATTIVI

È UN QUADRO SFACCETTATO QUELLO DEL CONSUMO DI CONTENUTI AUDIOVISIVI ILLEGALI IN ITALIA NEL 2021. CRESCE INFATTI IL NUMERO DI PIRATI, MA DIMINUISCE IL NUMERO COMPLESSIVO DI ATTI ILLECITI. QUELLO CHE RESTA SEMPRE INGENTE È INVECE IL DANNO ECONOMICO, CON UNA PERDITA DI FATTURATO STIMATA A 466 MILIONI DI EURO. ECCO I DATI DELLA RICERCA ELABORATA DALLA SOCIETÀ IPSOS PER CONTO DI FAPAV - FEDERAZIONE PER LA TUTELA DEI CONTENUTI AUDIOVISIVI E MULTIMEDIALI

di Valentina Torlaschi





C

ci sono una buona e una cattiva notizia dal report Fapav/Ipsos sulla pirateria in Italia nel 2021. Quella buona è che il numero di atti di consumo illegale di contenuti audiovisivi è sceso a 314,8 milioni (-24% in meno rispetto al 2019, addirittura -53% sul 2016); quella cattiva è che il numero dei pirati è invece aumentato con un'incidenza salita al 43% (+6% rispetto al 2019). Se l'anno scorso, dunque, ci sono stati tanti pirati – in pratica oltre 2 italiani su 5 –, questi pirati sono stati però poco (c)attivi. Detto altrimenti, nel 2021 la pirateria audiovisiva in Italia ha guadagnato una fetta di audience importante, ma è anche calata la frequenza di fruizione di contenuti piratati da parte dei singoli individui.

Luci e ombre, dunque, in questa fotografia della pirateria italiana datata 2021 dove l'aumento del numero dei pirati è da ricondurre – secondo la ri-

cerca – ai lockdown in pandemia nel 2020 che hanno facilitato la diffusione di tale pratica anche a chi non ne aveva mai ricorso nella sua vita, facendone salire l'incidenza dal 37% del 2019 al 40% nel 2020, per portarla al 43% nel 2021. Ossia il dato più alto dal 2016 (vedi fig.1).

I CONTENUTI PREFERITI DAI PIRATI

Dei contenuti piratati, i film rimangono quello più ricercato (vedi fig.3), con il 40% di incidenza sul totale. Seguono le serie/fiction con il 29%, i programmi con il 21% e gli eventi di sport live con il 10%. Anche se sono il contenuto più piratato, i film hanno però registrato un calo complessivo a livello di numero di atti di pirateria rispetto al passato: nel 2021 sono stati “solo” 125,6 milioni, ossia -39% sul 2019. Questo perché i pirati cercano sempre meno film (si è passati dal 56% nel 2016 al 40% nel >

LA RICERCA

Il focus “Indagine sulla pirateria audiovisiva in Italia nel 2021” è stato realizzato da Ipsos per conto di FAPAV - Federazione per la Tutela dei Contenuti Audiovisivi e Multimediali utilizzando un campione di 3.011 interviste online a soggetti rappresentativi della popolazione italiana dai 15 anni in su. È stato redatto anche un focus specifico sui ragazzi tra i 10 e i 14 anni, intervistando 189 soggetti. Per la prima volta la ricerca ha stimato i danni causati dalla pirateria di sport live.

Fig.1

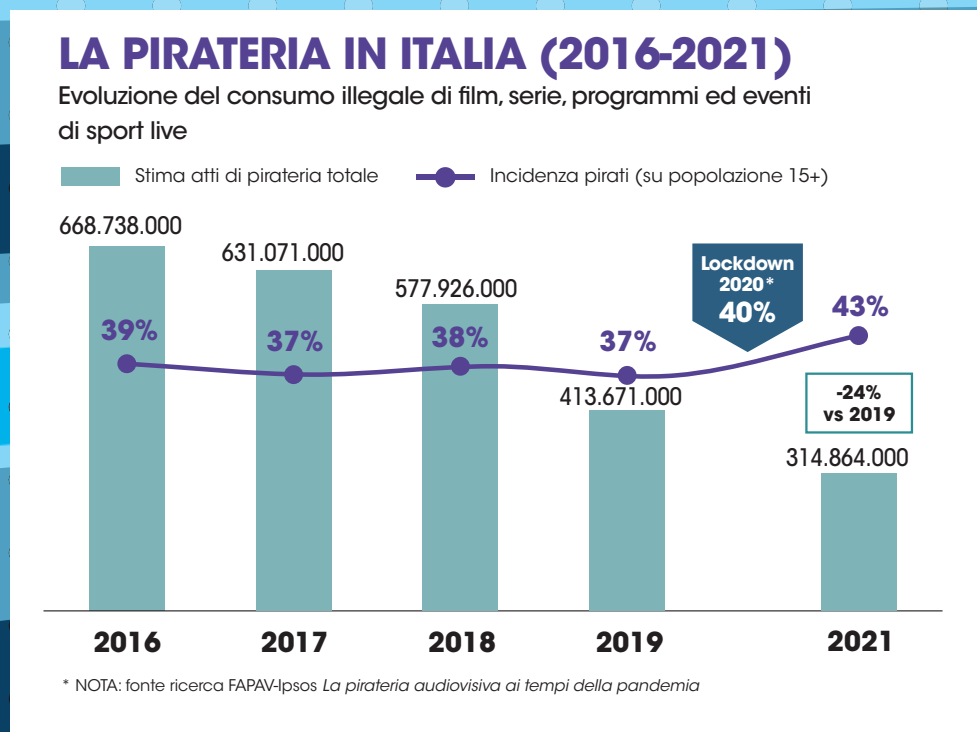


Fig.2

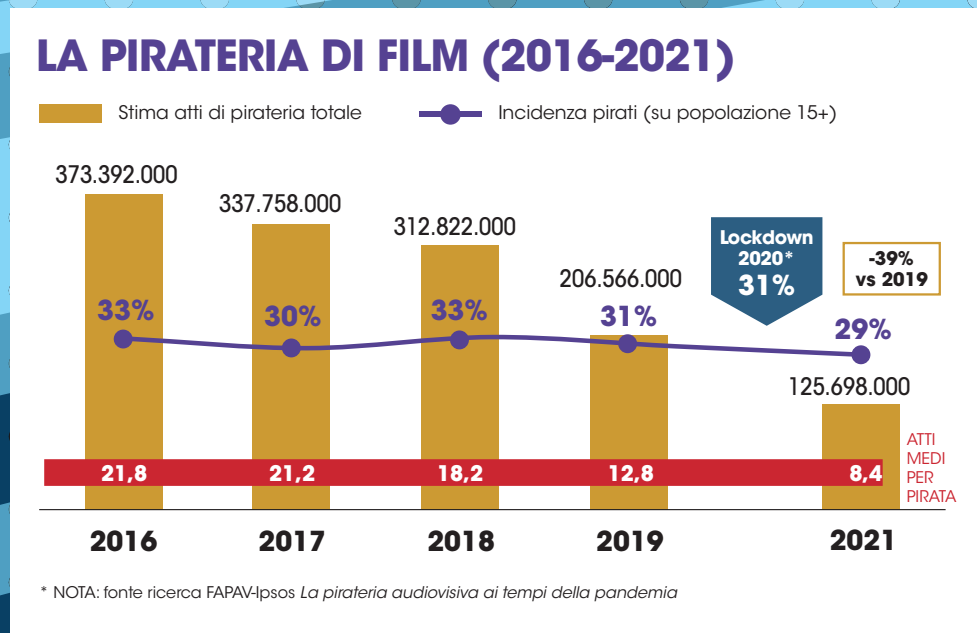
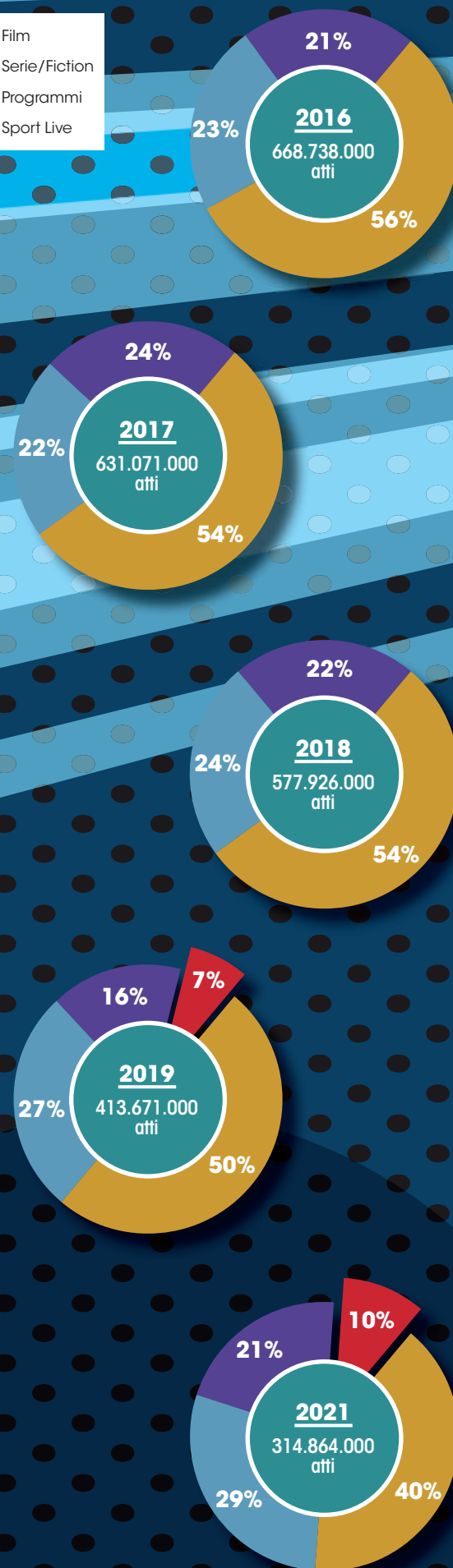
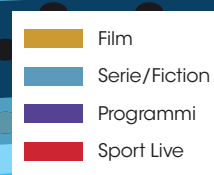


Fig.3

I CONTENUTI PIÙ PIRATATI



2021) e sempre di più serie (cresciute dal 23% al 29%) ed eventi di sport live (arrivati al 10%). Riguardo agli eventi di sport live, da segnalare che, nell'anno degli Europei di calcio e delle Olimpiadi, lo sport live è stato anche l'unico contenuto che ha registrato una crescita (del 5%) del numero di atti di pirateria rispetto al 2019.

IDENTIKIT DEL PIRATA

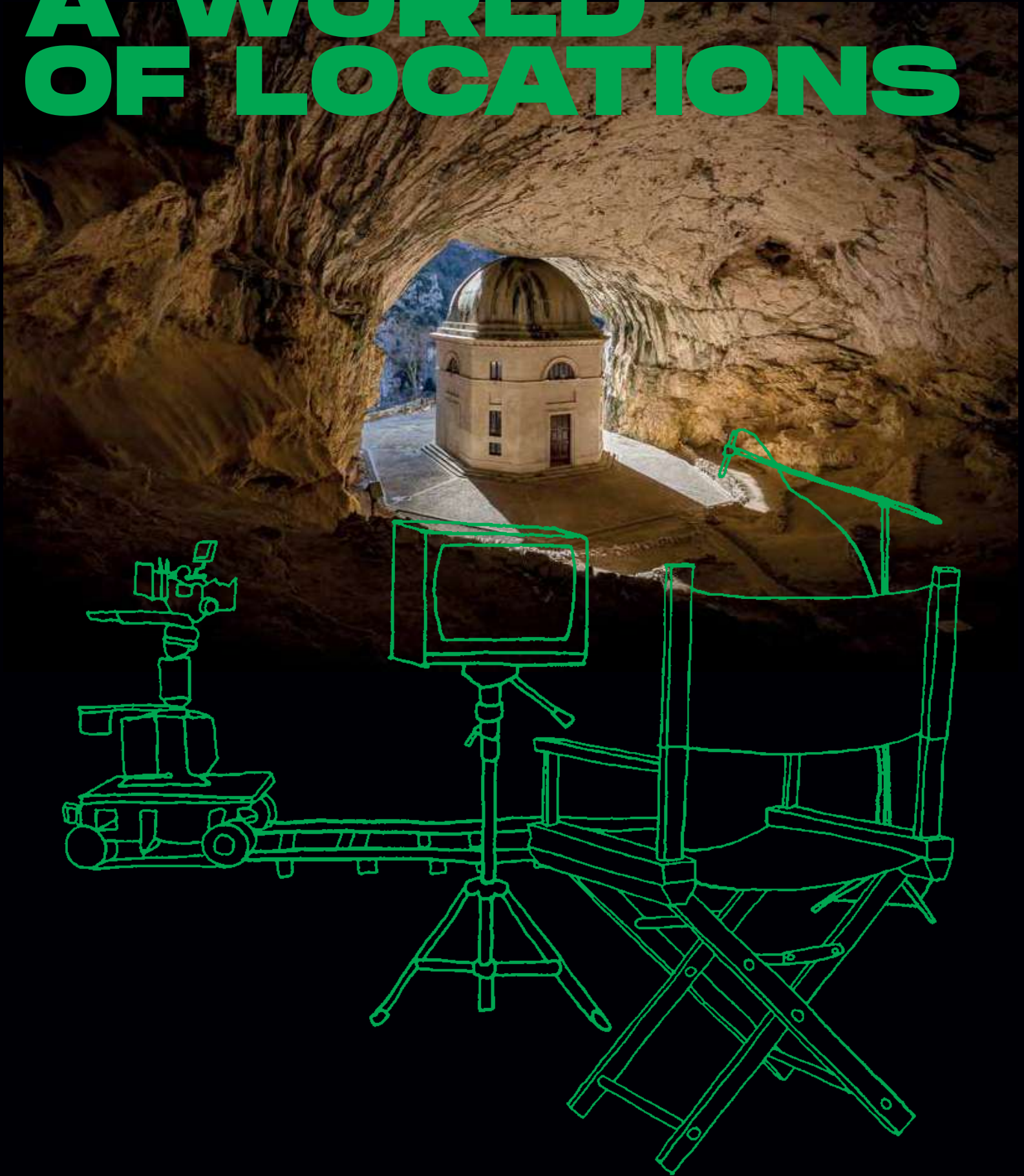
Chi commette atti illeciti è tendenzialmente giovane: il 37% dei pirati ha fino a 35 anni, a fronte del 27% sul totale della popolazione 15+. Si eviden-

zia inoltre una connotazione maschile, seppur marginale (54% vs 50% a totale) e, più che in passato, sono coinvolti soprattutto lavoratori (60% vs. 54% a totale).

LA CRESCITA (PREOCCUPANTE) DELLE IPTV

Per quel che riguarda le modalità di fruizione di contenuti pirata, le IPTV illegali sono il canale di accesso preferito. L'incidenza di questi servizi non ufficiali a pagamento che permettono l'accesso illecito a contenuti disponibili solo su servizi Pay (es. Sky, Netflix, Dazn, Media-

MARCHE A WORLD OF LOCATIONS



www.fondazionemarchecultura.it

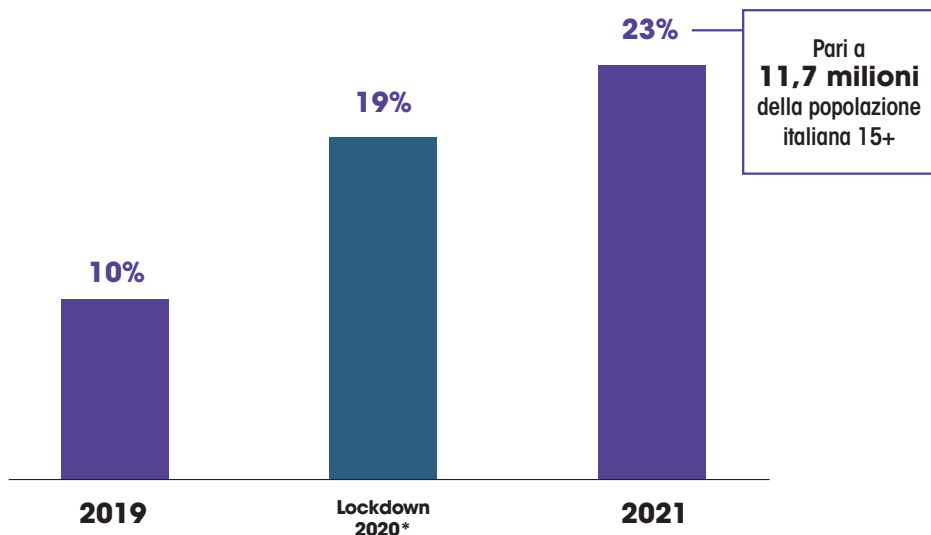
MC
FONDAZIONE MARCHE CULTURA

FILM MARCHE
COMMISSION 

Fig.4

IL BOOM DELLE IPTV ILLECITE

Incidenza percentuale sul totale dei pirati che hanno utilizzato servizi non ufficiali a pagamento di contenuti disponibili solo su servizi Pay



Fruitori almeno una volta di IPTV illecite
(anche solo in prova/senza abbonarsi)

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

set Infinity +, Discovery + ...) è arrivata al 23% nel 2022, più che raddoppiata in 2 anni. Il dato comprende non solo gli abbonati alle IPTV illegali, ma anche i fruitori occasionali che le utilizzano anche solo una volta (magari in prova o condividendo abbonamenti altrui). Di fatto, le IPTV illecite sono ormai utilizzate sempre più spesso per la "pirateria una tantum" e sono andate a prendere il posto dello streaming (in calo dal 25 al 17% in due anni). Da sottolineare che ben il 48% di chi utilizza le IPTV pirata non considera questo consumo come illegale: questa «rassicurante convinzione», unita alla facilità di accesso/utilizzo, hanno verosimilmente determinato – come sottolinea la ricerca – il successo di queste piattaforme illegali.

I DANNI ECONOMICI

La pirateria di film, nel 2021, ha portato alla perdita di 49,7 milioni di fruizioni legali, con un danno economico di 310 milioni di euro: numeri che, sebbene siano in calo del 32% sul 2019 (vedi fig. 5) restano comunque ingenti, soprattutto se calati nel contesto critico che il settore ha vissuto nel 2021 (e sta ancora vivendo soprattutto lato theatrical). Aggiungendo la pirateria delle serie, le

fruizioni perse salgono a 71,9 milioni e il danno arriva a 466 milioni di euro. Oltre al danno economico calcolato in base alle fruizioni perse sui canali legali a pagamento (per esempio, cinema in sala,

vod, dvd/Blu-ray, pay-Tv.), nella ricerca del 2021 è stato poi calcolato per la prima volta anche il danno potenziale legato agli abbonamenti legali annuali persi alle principali piattaforme (dunque ➤

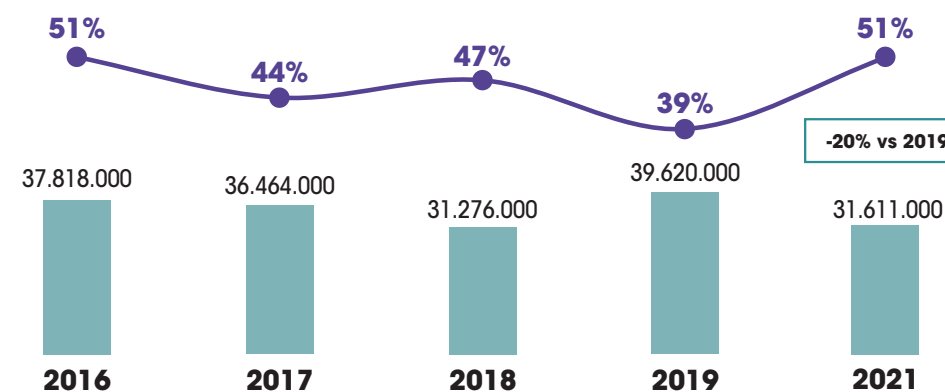
I GIOVANI PIRATI

L'incidenza della pirateria appare in netta ascesa tra gli adolescenti: nel 2019 coinvolgeva il 39% della popolazione in età 10-14 anni; nel 2021 il 51%. Per contro, diminuisce fortemente la frequenza di fruizione illecita: gli atti complessivi di pirateria (31,6 milioni) segnano un -20% rispetto al 2019, con una forte preferenza, in termini di contenuti fruiti, di eventi di sport live, seguiti da film, serie/fiction e programmi.

Totale film, serie, programmi ed eventi di sport live

■ Stima atti di pirateria totale

● Incidenza pirati (su popolazione 10-14)





UEFA NATIONS LEAGUE™

Rai 1

Rai Sport

Rai Play

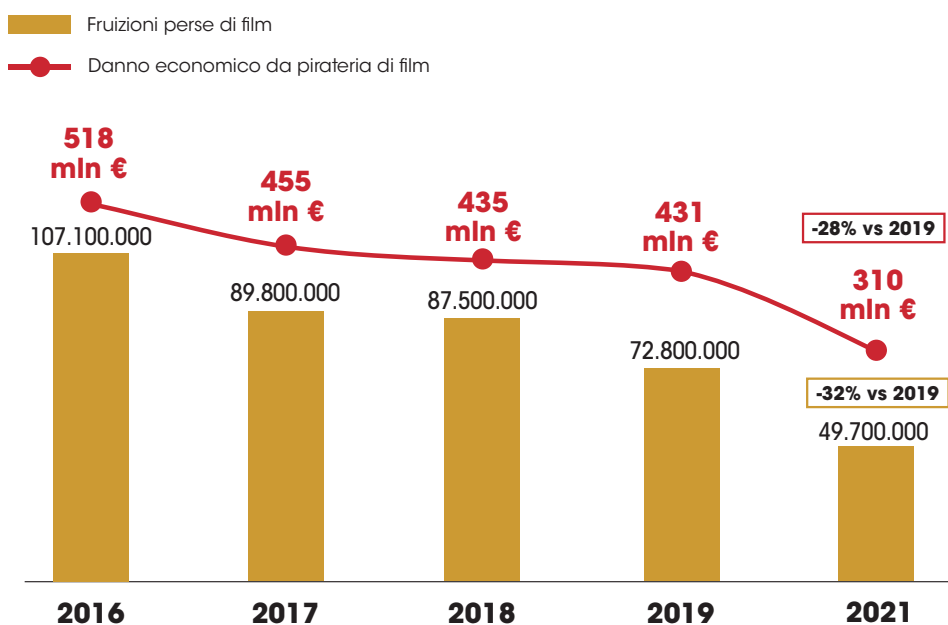
Rai Radio 1

scopri l'offerta su raipubblicita.it

Rai Pubblicità

Fig.5

STIMA DANNO PIRATERIA FILM



Stima riferita al totale della popolazione italiana 15+, pari a 51.599.668 (Istat 2021)

ai vari Netflix, Disney +, Amazon Prime Video..). E considerando anche questo dato, il danno potenziale derivato dalla pirateria di film + serie arriva alla cifra imponente di 673 milioni di euro.

Per la prima volta, nel 2021, è stato anche stimato il danno legato alla pirateria di sport live: 11 milioni di fruizioni perse, con una conseguente perdita di fatturato pari a 267 milioni di euro. Sommando tutti e tre gli ambiti (film + serie + sport), la ricerca ha stimato una perdita di circa 9.400 posti di lavoro.

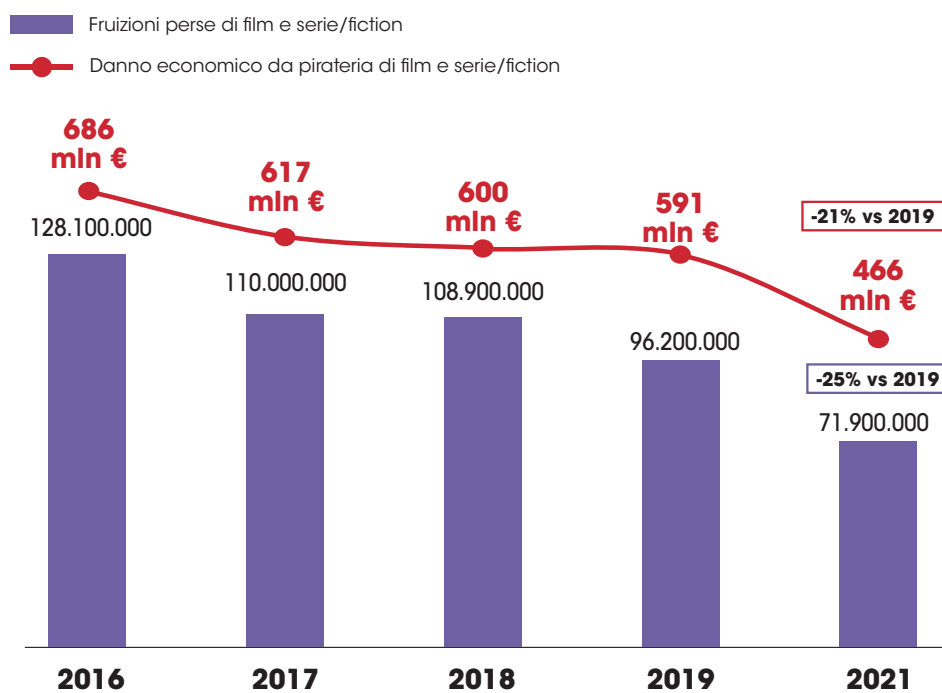
MOTIVAZIONI PIÙ DEBOLI E PIÙ CONSAPEVOLEZZA DEL REATO

Sul tema della percezione della pirateria come reato, si registra una crescita della consapevolezza della sua illegalità, anche da parte dei più giovani. Più del 75% dei pirati è consapevole di commettere un illecito e oltre la metà ritiene probabile essere scoperto e punito (52% tra gli adulti e 57% tra gli adolescenti). Parallelamente cresce anche la consapevolezza dei danni causati dalla pirateria: oltre la metà della popolazione lo considera oggi un comportamento grave.

Per quel che riguarda le motivazioni, il quadro è sfaccettato: il 51% di chi compie un atto di pirateria, infatti, lo fa senza sapere bene il perché; il 17% lo fa per risparmio; il 15% per accedere a titoli

Fig.6

STIMA DANNO COMPLESSIVO PIRATERIA FILM + SERIE



Stima riferita al totale della popolazione italiana 15+, pari a 51.599.668 (Istat 2021)

recenti non ancora disponibili in Italia; il 6% perché è comodo/semplice piratare. Concludendo su quest'ultimo dato, da notare che è dimezzato rispetto al 2019, a riprova che la lotta delle Forze dell'Ordine e delle associazioni sta generando

risultati importanti, come dimostra anche il fatto che il 36% dei pirati si è trovato nell'ultimo anno davanti a siti web oscurati (di questi, poi, il 43% ha scelto di ricorrere ad un'alternativa lecita come pay-tv e streaming legale in primis). **BO**

©/Stock (1)

Il palcoscenico
dei nostri successi
riparte da qui.
L'Italia.




iervolino & lady bacardi entertainment

Produzioni 100%
di nazionalità italiana
distribuite in tutto il mondo

ilbegrup.com



VOD, IN EUROPA



TROVARE IL GIUSTO BILANCIAMENTO TRA LEGGI NON TROPPO STRINGENTI E INNOVAZIONE. APRIRE A NUOVI MERCATI E DISTRIBUIRE CONTENUTI IN TUTTO IL MONDO. CON QUESTE PROSPETTIVE È NATA LA EUROPEAN VOD COALITION, ASSOCIAZIONE CHE RACCOGLIE I MAGGIORI ATTORI DEL SETTORE ON DEMAND. NE ILLUSTRA GLI OBIETTIVI IL SUO CHAIR, **DANIEL FRIEDLAENDER**

di Eliana Corti

CI SI ALLEA



Che i big dello streaming abbiano stravolto diverse regole che sottostavano ai rapporti dell'industria audiovisiva, è un dato di fatto. Sia da un punto di vista produttivo che distributivo, per non parlare delle abitudini di consumo degli utenti. In un mercato in perenne evoluzione (il modello svod sarebbe già vicino alla maturazione, si affermano offerte ibride e si affacciano gli aggregatori), anche tra concorrenti le alleanze sono fondamentali, in particolare nei momenti in cui ci si trova ad affrontare temi e problematiche comuni. Soprattutto in ambito legislativo. Sembra nascere proprio in questo frangente la European VOD Coalition, l'associazione nata per «riunire le società vod e di digital entertainment che condividono valori e investono e distribuiscono contenuti audiovisivi in Europa». Di recente formazione, la Coalizione conta attualmente tra i suoi membri realtà quali Chili, FilmDoo, NB-

CUiversal, Netflix, Nokzedoc, Nordic Entertainment Group AG, Paramount, Pickbox, Sky, Sooner, StarzPlay, TVN, Univerciné Belgium e Warner Bros. Discovery. Grandi gruppi attivi in più di un mercato europeo, solo come servizi on demand o anche come broadcasting. Secondo i dati dell'Osservatorio europeo dell'audiovisivo, tra il 2000 e il 2020 il video-on-demand è cresciuto in Europa del 3.000% e si prevede che entro la fine dell'anno raggiunga 140mln di spettatori. Le ultime previsioni di Digital Tv Research indicano che i ricavi globali degli Ott (intesi come film e serie ed escludendo, dunque, i diritti sportivi) raggiungeranno i 224mld di dollari nel 2027, di cui 45mld in Europa occidentale. Una crescita che è apparsa finora inarrestabile, ma che affronta giocoforza la necessità di una regolamentazione, nella vana chimerica di un *level playing field* tra attori che "maneggiano" sì la stessa materia (il contenuto audiovisivo), ma sottostanno spesso a regolamentazioni diverse (mercato editoriale, broadcasting, hi-tech e digital). La cosiddetta "Netflix Tax", ➤

ovvero gli obblighi di programmazione e investimento richiesti in sede europea e poi interpretati in maniera più o meno restrittiva dai vari Stati membri (ma anche fuori dall'Europa, come visto in Svizzera) ne è un caso esemplare. Naturale, quindi, che i grandi player abbiano voluto dotarsi di rappresentanti che potessero dialogare con la politica, ma anche con i grandi dell'industria per fare sistema (e lobby, certamente). Il mondo on demand non si interfaccia solo con l'audiovisivo: entrano in gioco tecnologia e informatica (con la protezione dei dati e le loro metriche), così come le infrastrutture tecnologiche (5G, rete unica). In un mercato che da tempo non è più un'isola, gli attori del settore si sono riuniti per dare una voce corale alle loro istanze, per cercare di fare in modo che l'evoluzione tecnologica e le decisioni del legislatore non si ostacolino a vicenda. Di tutto questo Tivù ha parlato con Daniel Friedlaender: il manager, Director of European Affairs di Sky, è il primo Chair della European VOD Coalition.

Quali sono le ragioni alla base della fondazione della European VOD Coalition?

La Coalizione nasce per riempire un vuoto laddove la voce delle società streaming audiovideo non sono state ascoltate appieno a livello europeo. L'associazione è complementare ad altri gruppi e lavorerà con molte altre associazioni, trattando però nello specifico solo temi legati al video on demand e solo da un punto di vista vod, argomento che resta distinto. Tutti i nostri membri sono società focalizzate sulla creazione e distribuzione di contenuti europei; attualmente ne fanno parte 14 realtà, ma siamo stati contattati da molte altre società streaming, quindi prevediamo una crescita dei nostri associati.

Da un punto di vista del business, quali sono le sfide principali per l'on demand in Europa?

Il settore sta crescendo a un tasso molto rapido e ci sono sempre più società e nuovi modelli di business rivolti ai consumatori in Europa. Tutti i mercati stanno ancora crescendo e i nostri membri hanno annunciato ulteriori piani per entrare in altre regioni negli anni a venire. I dati dell'Osservatorio europeo

dell'audiovisivo indicano che i servizi vod offrono possibilità di scelta ai consumatori in ogni Stato membro, con una forte concorrenza. Le sfide sono le stesse in ogni Paese e comprendono temi quali le window, imposte restrittive, network, obblighi di investimento in contenuto particolarmente ingombranti, così come la lotta alla pirateria.

La Coalizione è stata annunciata nel momento in cui la direttiva AVMS è già stata implementata da diversi Paesi. Ci sono temi in cui avreste voluto intervenire o su cui pensate di poter contribuire ancora?

Lavoriamo a svariati temi e abbiamo pubblicato diverse nostre prese di posizione su diversi argomenti. L'implementazione della AVMS resterà un'area chiave di preoccupazione, in particolare considerate le scelte di alcuni Paesi che hanno portato a barriere che rendono la crescita e l'ingresso in nuovi mercati sempre più complicati. La direttiva non dovrebbe essere usata da alcuni Paesi per rendere più difficile entrare o competere, ma questo è quanto accaduto.

Cosa pensate degli obblighi di investimento sui contenuti nazionali ed europei decisi da alcuni Stati?

È normale voler incoraggiare la produzione locale: i nostri membri investono miliardi in contenuti europei ogni anno. Regole eccessive, però, conducono a minori investimenti e alcuni Paesi hanno approvato leggi che riducono la concorrenza nei rispettivi mercati. Ora assistiamo a una crescente presa di coscienza sul fatto che questo tipo di regolamentazione eccessiva possa essere controproducente.

La misurazione delle audience e i dati sugli abbonamenti sono uno dei temi più discussi quando parliamo del settore. Sarebbe possibile una metrica comune? E che dire della trasparenza dei dati?

Crediamo tutti nella trasparenza e c'è una vera cooperazione su questi punti da parte degli streamer AV. I dati sono condivisi regolarmente con i partner, in linea con le regole GDPR e secondo la libertà contrattuale. Non sembra esserci la necessità di un sistema di metriche comuni a livello internazionale in questa fase.

Legge e politica difficilmente tengono il passo con l'evoluzione tecnologica. Qual è il vostro ruolo nell'aiutare la politica nel definire un quadro legislativo che possa aiutare lo sviluppo del settore?

Vogliamo assicurarci che la legge tenga conto dell'impatto positivo del settore Vod nell'investire, distribuire e rendere i contenuti disponibili in diverse modalità tra i consumatori. Spesso il quadro legislativo ha guardato indietro invece che avanti; alcuni hanno visto il video on demand come un settore da sovra-regolamentare o dove appesantire i nostri membri per sovvenzionare altri modelli di business. Ecco perché vogliamo condividere informazioni ed esempi per rendere evidente il nostro impatto positivo, così che le discussioni politiche possano essere fatte in modo adeguato.





Come le operazioni di Merger&Acquisition influenzano lo scenario europeo e lo sviluppo dell'on demand?

Come associazione non siamo coinvolte in alcun tema di M&A. Certamente, i temi che stanno impattando il settore vod si riflettono sulle società più piccole così come su quelle più grandi.

Alcune ricerche parlano di aggregatori come la soluzione per aiutare gli utenti a gestire un'offerta sempre più complessa. Allo stesso tempo, sono sempre più presenti modelli ibridi avod/svod.

Qual è il vostro punto di vista sul tema?

Non vediamo al momento la necessità di aggregatori, ma siamo sempre aperti a idee innovative che possano supportare il mercato. I nostri membri contano diversi modelli di business e crediamo che tutti possano coesistere se offrono al consumatore maggiore scelta. Più opzioni possiamo offrire, in maniera sostenibile, meglio è.

L'incoraggiamento della creatività e dell'innovazione nell'ambiente internet e la crescita dello storytelling compaiono tra i valori e le priorità della Coalition. Come

raggiungere questi obiettivi? Promuovendo iniziative con altre associazioni o sviluppando fondi per promuovere talenti? Oppure incentivando le coproduzioni?

La coalizione si concentra sulle politiche e le *best practice*, quindi non siamo coinvolti attivamente in temi che riguardano decisioni di business o investimenti. Vogliamo lavorare per assicurarci che i mercati siano i più aperti e accoglienti possibile verso quei servizi che investono nella produzione e distribuzione. Le coproduzioni sono basate sulla territorialità, che noi supportiamo, e sono una delle pietre miliari del settore dei contenuti europei. Aiutando ad avere un mercato equo e aperto con regole chiare, speriamo di contribuire a promuovere una maggiore crescita, cooperazione e coproduzioni e partnership. Ma questi elementi non devono essere iper-regolati, bensì lasciati al mercato.

Anche il ruolo di IP e copyright è tra le vostre priorità. Quali sono i temi principali e le soluzioni a cui state pensando?

Serve una maggiore azione da parte della Commissione europea per rimuovere le barriere alla crescita e agli investimenti, maggiore liberalizzazione su regole stringenti, maggiore flessibilità per i player del mercato nel nostro settore, che sono già pesantemente regolati, maggiore protezione contro la pirateria ed evitare che nuove questioni possano danneggiare il settore europeo, come ulteriori quote o nuove tariffe di rete. Sarebbe inoltre d'aiuto smettere di cercare di indebolire la territorialità del diritto d'autore, che è ciò che ci permette di competere in Europa. **BO**

©iStock (1), ©Shutterstock (1), courtesy of European Vod Coalition (1)

UMBRIA, NASCE IL FILM BUSINESS THINK TANK

L'UMBRIA FILM COMMISSION HA ORGANIZZATO IL PRIMO "FILM BUSINESS THINK TANK", INCONTRO TRA ALCUNI DEI MAGGIORI PRODUTTORI ITALIANI E STAMPA ECONOMICA PER AFFRONTARE INSIEME I TEMI CALDI DEL SETTORE AUDIOVISIVO IN UN "DIFFICILE MOMENTO CONGIUNTURALE"

di **Ilaria Ravarino**





A sinistra i protagonisti dell'incontro: i produttori Marco Belardi (Bamboo), Giampaolo Letta (Medusa), Nicola Giuliano (Indigo), Riccardo Tozzi (Cattleya), Barbara Pavone (Lux Vide), Benedetto Habib (Presidente Produttori Anica e Indiana Production). A destra, un momento dell'incontro. Sopra, il direttore di Umbria Film Commission Alberto Pasquale

ax credit, finestre, ripresa delle sale. E proprietà straniera delle società nazionali. Sono solo alcuni dei macro-temi discussi, lo scorso 22 luglio a Borgo Brufa (PG), nell'ambito dell'Umbria Cinema Festival, durante un incontro riservato tra alcuni dei principali produttori italiani (Benedetto Habib, Presidente Produttori Anica e Indiana Production; Nicola Giuliano di Indigo; Barbara Pavone di Lux Vide; Marco Belardi di Bamboo; Giampaolo Letta di Medusa Film; Riccardo Tozzi di Cattleya) ed esponenti della stampa economica di settore. L'obiettivo del dibattito – primo incontro del Film Business Think Tank voluto da Alberto Pasquale, DG della Film Commission, che avrà il suo secondo appuntamento nei primi mesi del 2023 in Umbria – era quello di confrontarsi su alcuni dei temi più sensibili per l'industria audiovisiva in Italia, in un «difficile quadro congiunturale».

Il primo degli argomenti all'ordine del giorno è stato il tema della produzione che funziona a pieno regime, ma con un eccesso di domanda: un «mo-

mento d'oro che richiede uno sguardo sul medio e lungo periodo – ha detto Giuliano – perché pur essendo aumentati gli interlocutori (non più solo Rai, Medusa e Ministero, ndr) la possibilità di innovazione dei linguaggi si è ridotta, dato che i nuovi interlocutori non richiedono sperimentazione ma contenuto generalista». Se per le serie il tema è l'autonomia creativa, per cui «occorre mantenere una dialettica forte sul piano creativo tra produzione e servizio media – ha ribadito Tozzi – per il cinema si lavora tanto, ma i film non li vede nessuno. Quest'anno nei primi 15 posti al box office non figura nessun film italiano, e solo 7 film italiani nel 2022 hanno superato 1 milione al botteghino. Mentre i meccanismi di selezione della fiction sono molto severi, per i film è saltato il meccanismo di selezione: chi vuol fare una cosa, la fa». In sintonia su questo punto Letta, per il quale «il cinema è un sistema dalle maglie troppo larghe, che avrebbe bisogno di una sorta di reference system. Se la distribuzione pensa che il film possa avere un pubblico, pren-

de il finanziamento. Altrimenti no. La produzione deve avere un aggancio al mercato: per ottenere una sovvenzione statale ci deve essere una regolamentazione, sono troppi i film che non hanno mercato e che intaccano la fiducia dello spettatore». Una «proliferazione del prodotto che allontana il pubblico» anche secondo Pavone, con «troppi film uguali, nessuna pellicola spettacolare» per Belardi e in definitiva «il cinema medio e di autore rivolto al pubblico, come quello di Gabriele Muccino, Silvio Soldini o Paolo Virzì, vittima del prodotto digitale». Quanto agli investimenti esteri, «sono dimostrazione del valore della produzione, ma bisogna scuotere la politica – ha detto Habib – perché il disegno di legge Verducci (Statuto sociale dei lavori nel settore creativo, dello spettacolo e delle arti performative, ndr) va nella direzione opposta alla crescita del settore: ha investito sull'opera, ma non sulle aziende. Un comparto industriale deve poter avere un supporto politico, deve poter contare su un'autentica politica industriale».



© courtesy of Umbria Film Commission (3)

LA CARICA DEL BEST MOVIE COMICS AND GAMES

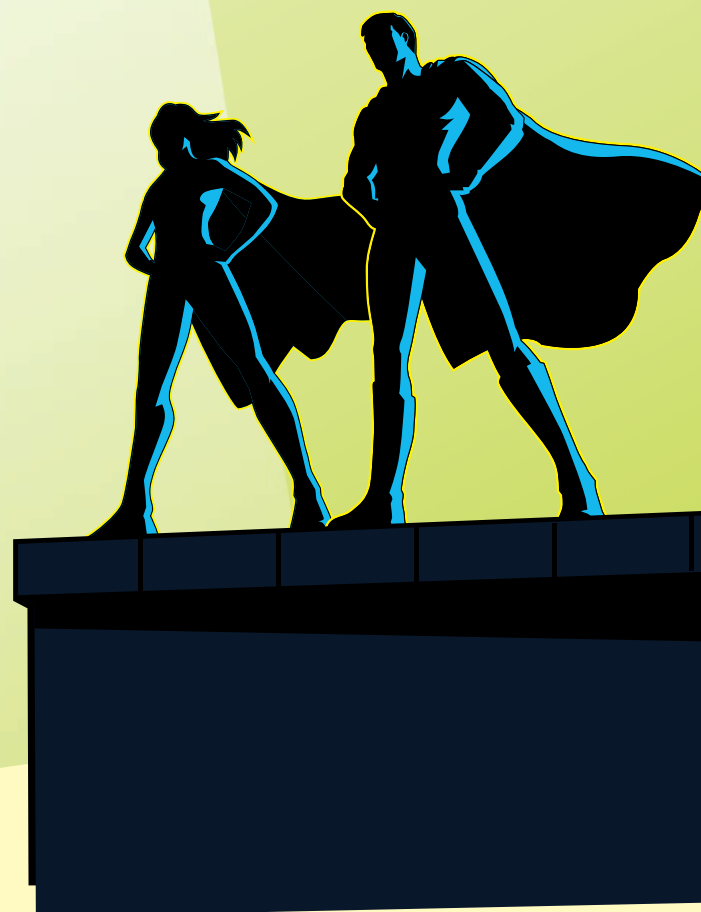
IL 25 E 26 GIUGNO È ANDATA IN SCENA A MILANO LA PRIMA EDIZIONE DELL'EVENTO REALIZZATO DA DUESSE COMMUNICATION PER FESTEggiARE I 20 ANNI DELLA RIVISTA DI CINEMA. FUMETTI, VIDEOGIOCHI, GIOCHI DA TAVOLO, ANTEPRIME NAZIONALI, TALK E TANTI OSPITI, TRA CUI ZEROCALCARE, MATILDE GIOLI, EMANUELA PACOTTO E HIMORTA. IN ATTESA DEL PROSSIMO APPUNTAMENTO NEL 2023, ECCO IL REPORTAGE FOTOGRAFICO DELLA MANIFESTAZIONE

di Cristiano Bolla





Sopra, la doppiatrice Emanuela Pacotto insieme a Paolo Sinopoli (responsabile di *Box Office*); sotto, Giorgio Viaro (responsabile di redazione e coordinamento editoriale di *Best Movie*) con il fumettista Zerocalcare



li ingredienti per una grande festa all'insegna della cultura pop c'erano tutti: una location unica come gli spazi del Superstudio Più di Milano, grandi ospiti e migliaia di appassionati di cinema, serie Tv, fumetti e videogiochi pronti a divertirsi. Il ventesimo compleanno di Best Movie ha richiamato oltre 3.500 persone tra il pomeriggio di sabato 25 giugno e domenica 26 giugno, offrendo una due giorni unica nel suo genere: oltre a stand e spazi dedicati a fumetti, action figure, aree espositive, giochi da tavolo e retro-gaming, il Best Movie Comics and Games è stata l'occasione per vedere in anteprima film come *The Deer King*, *X - A Sexy Horror Story* e *Gold*, e partecipare a talk in cui si sono approfonditi i mondi che da vent'anni sono al centro della nostra testata. Attrici, attori, registi, sceneggiatori, fumettisti, doppiatori, gamer, cosplayer e un gran finale dedicato al mondo dei cinecomic che ha visto la presenza dei fumettisti Zerocalcare e Roberto Recchioni, dell'attrice Matilde Gioli, dell'attore/doppiatore Alberto Malanchino, della doppiatrice/cantante/attrice Emanuela >



La cosplayer Himorta scatta una foto insieme ai suoi fan al termine del suo talk e con il premio dei 20 anni di Best Movie

Pacotto, della cosplayer Himorta e del gamer Moonryde. Un successo seguito dall'annuncio che il Best Movie Comics & Games diventerà un appuntamento annuale, facendo così ritorno nel 2023.

CRONACA DI UN SUCCESSO

Ad aprire le danze è stata la voce di molte generazioni: Emanuela Pacotto – attrice, doppiatrice e cantante – è ancora oggi l'amatissima interprete di Bulma

di *Dragon Ball*, Nami di *One Piece*, Sakura di *Naruto*, Twilight Sparkle in *My Little Pony* e tantissimi altri personaggi dal mondo dei cartoni e degli anime. «Non l'ho scelta questa fama, è stata mossa dalla passione», ha detto al pubblico del Best Movie Comics & Games intervistata da Paolo Sinopoli (responsabile della rivista *Box Office*), svelando anche quale sia il ruolo a cui tiene di più: «Lina di *Slayers*. Mi ha fatto fare il salto, ha

Sotto, alcune immagini della folla di appassionati fuori dalla sala dei talk e delle proiezioni, e in fila tra gli stand di fumetti, ai workshop o ai tavoli da gioco





A sinistra, l'attrice Matilde Gioli scherza sul palcoscenico insieme al fumettista Zerocalcare; a destra, l'attore/doppiatore Alberto Malanchino insieme a Giorgio Vioro

**BEST MOVIE
COMICS
& GAMES
TORNA
NEL 2023!**



catturato l'attenzione degli appassionati, hanno iniziato a chiedersi chi c'era dietro quella voce e mi hanno associato ad altri personaggi». Restando nel campo del doppiaggio, il compleanno della rivista è stato anche l'occasione per conoscere i segreti dietro al nuovo *Lightyear*: il celebre space ranger di *Toy Story* è tornato protagonista con un film d'animazione tutto suo e il doppiatore italiano, Alberto Boubakar Malanchino, è stato graditissimo ospite dell'evento. Che il personaggio di Buzz Lightyear abbia influenzato intere generazioni, lo ha dimostrato il fatto che anche la amatissima cosplayer Himorta abbia deciso di indossare proprio il suo costume, come si è visto in uno dei video mostrati durante il suo talk. Al pubblico riunito all'evento, la grande appassionata di fumetti, manga e serie tv ha raccontato da dove è nata questa passione: «Tutto è partito dall'elaborazione di un lutto, quello per la morte di Ace di *One Piece*. Quest'esperienza mi è piaciuta così tanto che ho iniziato a fare tanti altri cosplay». Un altro grande >



BEST MOVIE 20 TUTTI I PREMI DEL VENTENNALE

In queste pagine trovate anche alcune immagini dei premiati del nostro evento per i 20 anni di *Best Movie*. I premi del ventennale sono stati assegnati nelle varie categorie trattate dal mensile di cinema agli ospiti dei vari talk, che sono stati selezionati appunto in base al loro ambito creativo.

- Zerocalcare** - Fumetto
- Moonryde** - Gaming
- Himorta** - Cosplay
- Matilde Gioli** - Cinema
- Roberto Recchioni** - Autore
- Emanuela Pacotto** - Doppiaggio
- Alberto Malanchino** - Premio Rivelazione 2022

Gli ospiti non si sono risparmiati, concedendo autografi, selfie e grandi sorrisi a tutti i fan dell'evento. Da destra, in senso antiorario, il fumettista Roberto Recchioni, il gamer/streamer Moonryde e la doppiatrice Emanuela Pacotto

ospite del Best Movie Comics & Games che deve molto al mondo virtuale è stato Dario Ferracci, in arte Moonryde. Seguitissimo streamer e gamer italiano, il “ceccchino di San Cesareo” non è così amato solo per le sue abilità di gioco, ma anche per la capacità di fare community tramite il suo brand e uno slang unico fatto di parole come “papagna” e “big bro”. Tra gli altri ospiti dell'evento anche lo scrittore, sceneggiatore, fumettista e curatore editoriale di *Dylan Dog*, Roberto Recchioni, che si è presentato al Best Movie Comics & Games per aprire la serata horror, composta da una clip in anteprima del suo atteso esordio alla regia, *Carne*



BEST MOVIE COMICS AND GAMES



A sinistra, Matilde Gioli nel panel con i fumettisti Roberto Recchioni e Zerocalcare; sotto, Zerocalcare dà letteralmente i voti a tutti i film del Marvel Cinematic Universe decretando la sua personale classifica



fredda, e dalla proiezione del film di Ti West, *A - Sexy Horror Story*, uscito nelle sale a metà luglio. Recchioni è rimasto all'evento anche per partecipare al panel sulla serialità televisiva assieme a Zerocalcare e a Matilde Gioli. L'attrice protagonista di *DOC - Nelle tue mani* è entrata nel merito proprio del successo della serie con Luca Argentero, produttivamente condizionata dal primo lockdown di marzo 2020: «Mi sono posta vari dubbi in un momento particolare per medici, infermieri, malattie e morti: uscire con

un medical drama forse poteva essere indelicato. Invece le persone l'hanno accolto con grande entusiasmo e positività». Infine Zerocalcare, il fumettista di Rebibbia e autore della serie Netflix *Strappare lungo i bordi*, è stato anche assoluto mattatore dell'evento conclusivo: di fronte ad una sala gremita di fan, Michele Rech, assieme al responsabile editoriale di *Best Movie* Giorgio Viaro, ha dato i voti a ogni singolo film Marvel uscito dal 2008 ad oggi, eleggendo poi con l'aiuto del pubblico il migliore e il peggiore titolo dell'MCU. La serata è poi continuata sul palco giardino, per un fuori programma intimo ed emozionante: una chiacchierata a cuore aperto con i fan e Zerocalcare, rimasti fino a notte fonda per dialogare con lui su serie Tv, fumetti, libri e vita vissuta, sotto il cielo di Milano.

A sinistra una serie di scatti che immortalano momenti relax, ricostruzioni scenografiche, cosplayer e sale affollate del Best Movie Comics & Games



©Tommaso Pinetti (18)



LE EMOZIONI DI CINÉ

IMMORTALIAMO I MOMENTI PIÙ SIGNIFICATIVI E I PROTAGONISTI
DELL'11° EDIZIONE DELLE GIORNATE PROFESSIONALI DI RICCIONE, CHE HA
RICHIAMATO 1.300 ACCREDITATI DEL MONDO DEL CINEMA

a cura della redazione



Massimiliano Orfei (amministratore delegato di Vision Distribution) al fianco degli attori Vinicio Marchioni ed Emanuela Fanelli, coprotagonisti di *Siccià* di Paolo Virzì



Giulio Carcano, Director, Theatrical Distribution, Sales di The Walt Disney Company Italia



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



Xavier Albert, Managing Director Italy & France di Universal Pictures International Italy



Carlos Prada, Vice President Theatrical Distribution Italy and Spain di Warner Bros. Discovery



Guglielmo Marchetti, Chairman & Ceo di Notorious Pictures



Roberto Proia, direttore area cinema e produzioni di Eagle Pictures



Una veduta notturna del palaecongressi di Riccione in cui si svolgono le Giornate professionali Ciné



Antonio Medici, amministratore delegato di Bim Distribuzione



Giampaolo Letta, vicepresidente e amministratore delegato di Medusa Film



Da sinistra, il regista Gianni Amelio, gli attori Luigi Lo Cascio e Riccardo Scamarcio, e Paolo Del Brocco (ad di Rai Cinema)



Il team di Wonder Pictures: da sinistra, Benedetta Caponi (direttore commerciale), Emanuela Ceddia (vicepresidente e direttore marketing) e Andrea Romeo (Ceo & General Manager)



Andrea Occhipinti, presidente di Lucky Red



Da sinistra, il regista Paolo Virzì in mezzo agli attori Vinicio Marchioni ed Emanuela Fanelli, coprotagonisti di *Siccià*



In una sala Polissena gremita, il convegno organizzato da Box Office dal titolo "Equilibrio sale e piattaforme: è possibile?" ha inaugurato con successo le giornate professionali Ciné. Da sinistra: Andrea Occhipinti (presidente Lucky Red), Alessandro Araimo (General Manager Italy, Spain and Portugal di Warner Bros. Discovery), Federica Lucisano (ad IIF e Lucisano Media Group, e vicepresidente unione produttori Anica), Vito Sinopoli (amministratore unico di Duesse Communication, casa editrice di *Box Office*), Luigi Lonigro (direttore 01 Distribution e presidente unione editori e distributori Anica), Massimiliano Orfei (ad Vision Distribution) e Francesco Grandinetti (General Manager The Space Cinema)





Mattia Della Puppa, Managing Director di Adler Entertainment



Umberto Bettini, Country Manager di Koch Media



Da sinistra, Gabriele D'Andrea (direttore distribuzione di Lucky Red) e Stefano Gialdini (direttore generale Anec) mentre presentano il progetto di una nuova Festa del Cinema in Italia



Remigio Truocchio mentre introduce una convention delle giornate professionali Ciné



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

© Fabio Demitri/courtesy of Cineventi (22)



GIORNATE
degli AUTORI

PALOMAR DOC

LUCE
CINECITTÀ

MARCIA SU ROMA

DIRETTO DA MARK COUSINS

CON ALBA ROHRWACHER

UNA COPRODUZIONE PALOMAR E LUCE CINECITTÀ IN COLLABORAZIONE CON IL SAGGIATORE E CENTRO SPERIMENTALE DI CINEMATOGRAFIA
UN PROGETTO PALOMAR DOC SCRITTO DA MARK COUSINS E TONY SACCUCCI
SOGETTO DI TONY SACCUCCI, MARK COUSINS E TOMMASO RENZONI FOTOGRAFIA DI MARK COUSINS E TIMOTY ALIPRANDI
MONTAGGIO DI TIMO LANGER RICERCATORE D'ARCHIVIO ALESSIA PETITTO CONSULENTE D'ARCHIVIO JOHN ARCHER COSTUMI DI ALESSIA CONDÒ
ORGANIZZATORE ERMANNO GUIDA PRODUTTORE DELEGATO ANTONIO BADALAMENTI CO-PRODUTTORE ANDREA ROMEO
PRODOTTO DA CARLO DEGLI ESPOSTI E NICOLA SERRA
DISTRIBUITO IN ITALIA DA I WONDER PICTURES VENDITE INTERNAZIONALI THE MATCH FACTORY

DA OTTOBRE AL CINEMA

I WONDER
PICTURES

PALOMAR
Mediawan

LUCE
CINECITTÀ

Divisione Cinema
CINEMA &
AUDIOVISIVO
MIC

ilSaggiatore

CSC
Cineteca
Nazionale

THE MATCH FACTORY

Moviemovies.it

6+



Da sinistra, Danny Glover, Joe Cortese, James Franco, Tiziana Rocca (General Director del Filming Italy Sardegna Festival), Edgar Ramirez, Francois-Marc Sasire (direttore generale di Cartier, tra gli sponsor dell'evento), Nick Vallelonga, Isabel Pakzad

SUL RED CARPET DEL FILMING ITALY SARDEGNA FESTIVAL

STAR DEL CINEMA INTERNAZIONALE, ANTEPRIME, TALK E CONVEGNI INDUSTRY HANNO ANIMATO LA 5ª EDIZIONE DELLA MANIFESTAZIONE DIRETTA DA TIZIANA ROCCA. JAMES FRANCO, CUBA GOODING JR., DANNY GLOVER E JOSH HARTNETT SONO SOLO ALCUNE DELLE STAR CHE HANNO SOLCATO IL TAPPETO ROSSO DELLA MANIFESTAZIONE

a cura della redazione

Diretta da Tiziana Rocca, la 5ª edizione del Filming Italy Sardegna Festival (9-12 giugno) si è conclusa con successo all'esclusivo resort di Forte Village (Cagliari), che ha visto le riviste *Box Office*, *Tivù* e *Best Movie* media partner dell'evento. I titoli presentati quest'anno sono stati oltre 60, tra film, anteprime, serie Tv, documentari, docufilm e cortometraggi, a cui hanno potuto assistere tutti gli >



L'attore Can Yaman riceve da Daniel Frigo (ad The Walt Disney Company Italia) il Filming Italy Creativity Award per l'Associazione "Can Yaman For Children"



L'attore Cuba Gooding Jr.



L'attrice francese Emmanuelle Seigner insieme a Paolo Del Brocco (ad di Rai Cinema)



L'attore Justin Hartley



Nicola Maccanico (ad di Cinecittà) riceve dalla produttrice americana Sue Kroll il Premio Nanni Loy, ideato dal giornalista Antonello Sarno, alla memoria del cinema ad Istituto Luce Cinecittà



Maria Pia Ammirati (direttrice Rai Fiction) consegna a Giuseppe Zeno il Filming Italy Award per *Il paradiso delle signore*



Da sinistra, Emmanuelle Seigner, Naomie Harris, Tiziana Rocca e Regina King



L'attore Josh Hartnett



Un momento del panel industry "Opere audiovisive senza frontiere, da uno schermo all'altro, da un Paese all'altro". In foto, da sinistra, Daniel Frigo (ad The Walt Disney Company Italia), Roberto Stabile (responsabile progetti speciali DGCA presso Cinecittà), Maria Pia Ammirati (direttrice Rai Fiction), Tiziana Rocca, Simone Gialdini (direttore generale Anec), Paolo Del Brocco (ad Rai Cinema) e Nicola Borrelli (direttore DG Cinema)

ospiti presenti al festival e gli studenti di 20 scuole che hanno composto l'Academy Cinema, tra proiezioni online, le sale del Forte Village e Notorious Cinema di Cagliari. Tra le star più acclamate, James Franco, Naomie Harris, Danny Glover, Cuba Gooding Jr., Regina King, Édgar Ramírez, Josh Hartnett e Justin Hartley, ma anche Teresa Saponangelo, Massimo Ghini, Nicole Grimaudo e Massimiliano Bruno. Ad arricchire la manifestazioni anche due appuntamenti

industry: un dialogo tra Nicola Maccanico (amministratore delegato di Cinecittà) e la produttrice americana Sue Kroll, e il panel dal titolo "Opere audiovisive senza frontiere, da uno schermo all'altro, da un Paese all'altro", che ha visto tra i relatori Paolo Del Brocco (ad Rai Cinema), Nicola Borrelli (direttore DG Cinema), Daniel Frigo (ad The Walt Disney Company Italia), Roberto Stabile (responsabile progetti speciali DGCA presso Cinecittà), Maria Pia

Il regista, sceneggiatore e attore Massimiliano Bruno





INTERNATIONAL
AUDIOVISUAL
MARKET

- ANIMATION
- DOC&FACTUAL
- DRAMA
- FILM

Rome, October 11 ▶ 15

MIA 2022

Register now!

miamarket.it

A brand and a project produced by

Supported by

With the contribution of

Under the patronage of





L'attrice Donatella Finocchiaro e l'attore Marcello Fonte



L'attore Winston Duke, co-protagonista di *Black Panther*



Gli attori Danny Glover e James Franco



Teresa Saponangelo con il Filming Italy Creativity Award



Kabir Bedi con il Filming Italy Achievement Award

Ammirati (direttore Rai Fiction), Mario Lorini (presidente Anec) e Chiara Sbarigia (presidente Cinecittà). «Sono particolarmente felice e soddisfatta dei risultati raggiunti da questa quinta edizione del Filming Italy Sardegna Festival», ha dichiarato Tiziana Rocca, General Director del Filming Italy Sardegna Festival. «Il grande sforzo produttivo di quest'ultimo anno ha dato vita a un'edizione di rinascita speciale – la prima di nuovo totalmente in presenza dopo i due anni di pandemia – e a traguardi inaspettati». **BO**

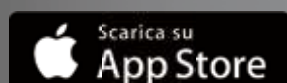
© courtesy of Filming Italy Sardegna Festival (16), iStock (1)

Italian Cinema

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



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



IN ARRIVO DA CANNES

I FILM COMPRATI AL MARCHÉ DU FILM O PASSATI DALLA SELEZIONE UFFICIALE DEL FESTIVAL CHE ANDRANNO AD ARRICCHIRE I LISTINI DELLE CASE DI DISTRIBUZIONE ITALIANE NEI PROSSIMI MESI

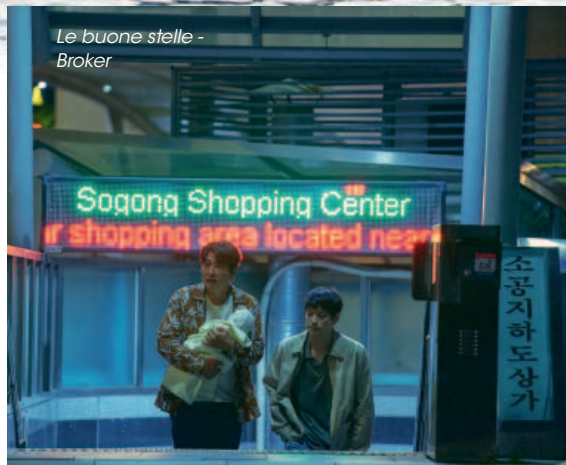
a cura della redazione



Hunger Games: La ballata dell'usignolo e del serpente



Le buone stelle - Broker



Il vestito dell'imperatrice



ADLER ENTERTAINMENT**Mr Blake At Your Service!**

di Gilles Legardinier
con John Malkovich, Fanny Ardant, Émilie Dequenne, Eugénie Anselin
(commedia)

Artist in residence

di Raymond De Felitta
con Diane Keaton, Andy Garcia, Josh Hutcherson
(dramedy)

November

di Cédric Jimenez
con Jean Dujardin, Lyna Khoudri, Marine Vacth, Anaïs Demoustier
(drammatico)

ACADEMY TWO**Holy Spider**

di Ali Abbasi
con Zar Amir-Ebrahimi, Mehdi Bajestani, Arash Ashtiani
(thriller)

BIM DISTRIBUZIONE**R.M.N.**

di Cristian Mungiu
con Judith State, Marin Grigore, Orsolya Moldován
(drammatico)

The Stranger

di Thomas M. Wright
con Joel Edgerton, Sean Harris, Ewen Leslie
(thriller)

Il vestito dell'imperatrice

di Marie Kreutzer
con Vicky Krieps, Colin Morgan, Finnegan Oldfield
(biopic)

Cut! Zombi contro zombi

di Michel Hazanavicius
con Romain Duris, Bérénice Bejo, Matilda Lutz
in distribuzione con Nexo Digital
(commedia)

EAGLE PICTURES**Here!**

di Robert Zemeckis
con Tom Hanks, Robin Wright
tratto dall'omonima graphic novel di Richard McGuire
(drammatico)

The Crow

di Rupert Sanders
con Bill Skarsgård, FKA Twigs
(thriller soprannaturale)

Conclave

di Edward Berger
con Ralph Fiennes, John Lithgow, Stanley Tucci, Isabella Rossellini
(thriller)

Knox Goes Away

di Michael Keaton
con Michael Keaton
(thriller/noir)

Maybe I Do

di Michael Jacobs
con Diane Keaton, Richard Gere, Susan Sarandon, Emma Roberts,
(commedia)

Wild 4 O'Clocks

di Peter Craig
con Michelle Pfeiffer
(coming of age)

I WONDER PICTURES**The Book of Solutions**

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

Morning

di Justin Kurzel
con Benedict Cumberbatch, Laura Dern, Noah Jupe

The Sitting Duck

di Jean-Paul Salomé
con Isabelle Huppert, Benoit Magimel, Marina Fois

EO

di Jerzy Skolimowski
con Lorenzo Zurzolo, Mateusz Kosciukiewicz, Isabelle Huppert

Les Pires

di Lise Akoka e Romane Gueret
con Johan Heldenbergh, Dominique Frot, François Creton

Metronom

di Alexandre Belcu
con Mara Bugarin, Serban Lazarovici, Vlad Ivanov

Rodeo

di Lola Quivoron

Leila e i suoi fratelli

di Saeed Roustaei
con Taraneh Alidoosti, Saeed Poursamimi, Navid Mohammadzadeh

KOCH MEDIA**The Climb**

di Hayley Easton Street
con Cara Delevingne, Hero Hero Fiennes Tiffin, Hannah John-Kamen
(thriller)

Hunt

di Lee Jung-Jae
con Lee Jung-Jae, Jeon Hye-Jin, Go Youn-Jung
(spy-action/thriller)

Driving Madeleine

di Christian Carion
con Dany Boon, Line Renaud, Alice Isaac
(commedia)

Talk to Me

di Danny Philippou, Michael Philippou
con Miranda Otto, Joe Bird, Alexandra Jensen

LUCKY RED**Le buone stelle - Broker**

di Hirokazu Kore-Eda
con Kang-ho Song, Doona Bae, Lee Ji-Eun
con Koch Media
(drammatico)

Close

di Lukas Dhont
con Émilie Dequenne, Léa Drucker, Kevin Janssens
con Bim Distribuzione
(drammatico)

Les Amandiers (Forever Young)

di Valeria Bruni Tedeschi
con Louis Garrel, Clara Bretheau, Nadia Terezskiewicz
(drammatico)

Tory e Lokita

di Jean-Pierre e Luc Dardenne
con Schils Pablo, Mbundu Joely, Marc Zinga
(drammatico)

Decision to Leave

di Park Chan-wook
con Tang Wei, Park Hae-Il, Lee Jung-hyun
(drammatico)

Masquerade

di Nicolas Bedos
con Pierre Niney, Marine Vacth, Isabelle Adjani
(commedia)

OFFICINE UBU**The Quiet Girl (An Cailín Ciúin)**

di Colm Bairéad
con Catherine Clinch, Carrie Crowley, Andrew Bennett
(drammatico)

Utama - La terra dimenticata

di Alejandro Loayza Grisi
con José Calcina, Luisa Quispe, Santos Choque
(drammatico)

NOTORIOUS PICTURES**Hunger Games: La ballata dell'usignolo e del serpente**

di Francis Lawrence
con Hunter Schafer, Rachel Zegler, Peter Dinklage
(young adult/fantasy)

Dirty Dancing

di Jonathan Levine
con Jennifer Grey
(drammatico/musicale)

Jeanne Du Barry

di Maïwenn
con Johnny Depp, Maïwenn, Pierre Richa
(storico)

Mother Land

di Alexandre Ajà
con Halle Berry
(thriller)

Mindcage

di Mauro Borelli
con John Malkovich John, Martin Lawrence
(thriller)

Bangman

di Colm McCarthy
con Sam Claflin, Antonia Thomas, Steven Cree
(thriller soprannaturale)

Argonuts

di David Alaux
(animazione)

Mavka lo spirito della foresta

di Oleksandra Ruban, Oleg Malamuzh
(animazione)

Betty Flood

di Mark Gravas
(animazione)

200% Lupo

di Alexis Stadermann
(animazione)

TEODORA FILM**Triangle of Sadness**

di Ruben Östlund
con Woody Harrelson, Charlbi Dean, Harris Dickinson
(commedia)

Love Life

di Koji Fukada
con Fumino Kimura
(drammatico)

La notte del 12

di Dominik Moll
con Bouli Lanners, Bastien Bouillon
(thriller)

One Fine Morning

di Mia Hansen-Løve
con Léa Seydoux, Pascal Greggory
(drammatico)

L'amore secondo Dalva

di Emmanuelle Nicot
con Zelda Samson, Alexis Manent
(drammatico)

99 lune

di Jan Gassmann
con Valentina Di Pace, Dominik Fellmann
(drammatico/erotico)

Un petit frère

di Léonor Sèraille
con Stéphane Bak, Ahmed Sylla, Annabelle Lengronne
(drammatico)

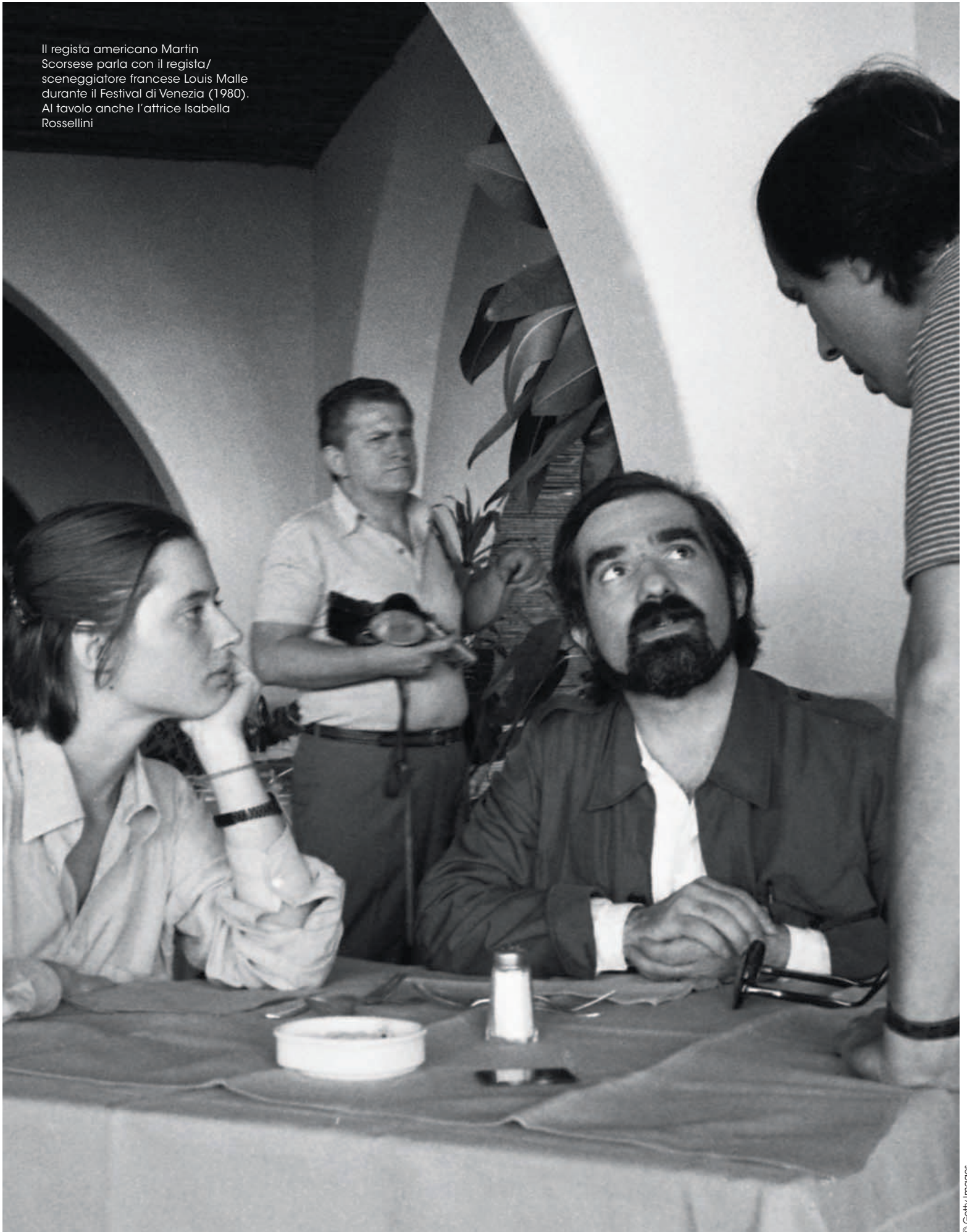
WANTED CINEMA**Olga**

di Elie Grappe
con Anastasiia Budiashkina, Sabrina Ruktsova, Caterina Barloggio
(drammatico)

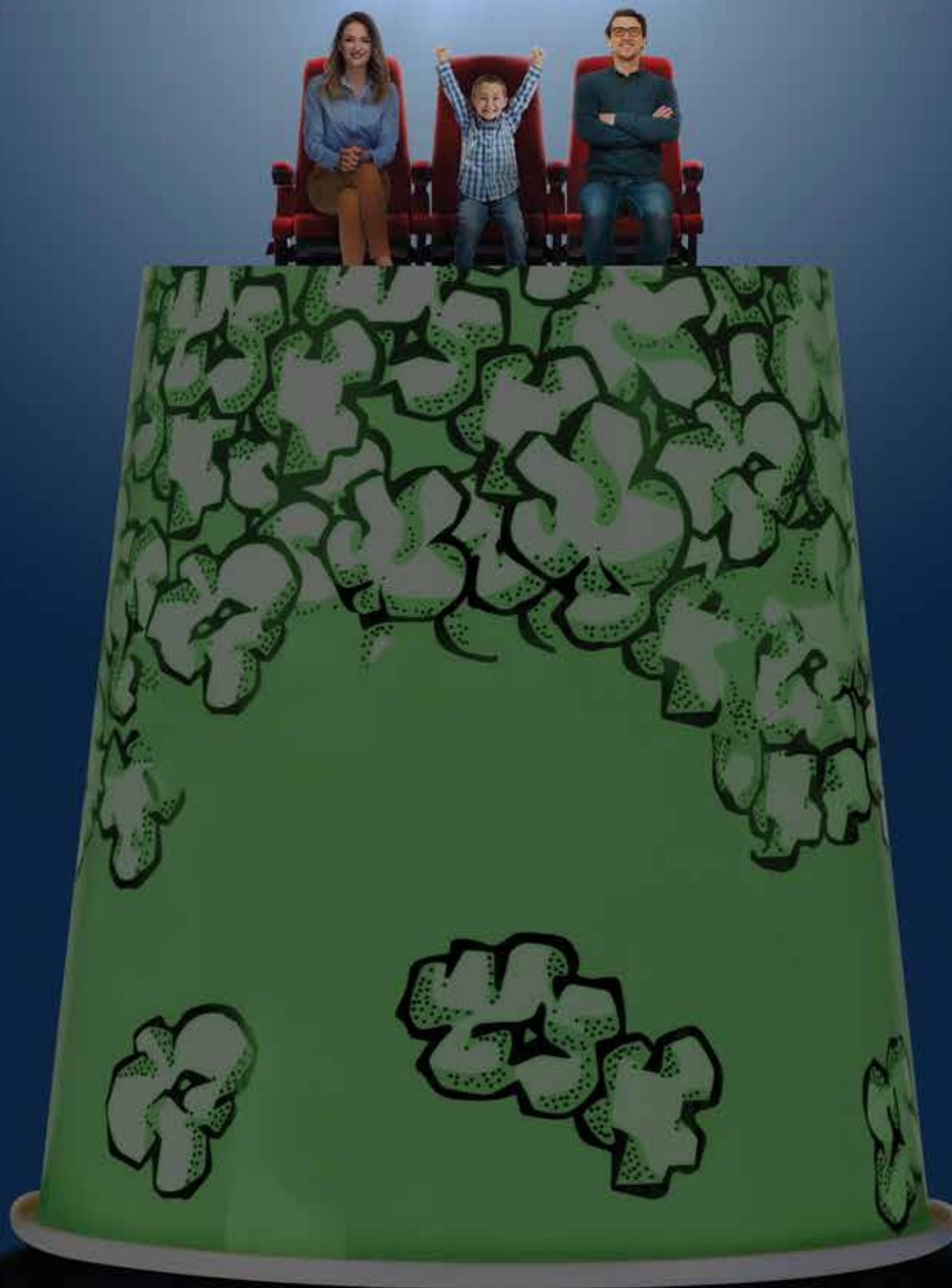
Madly in Life

di Raphaël Balboni, Ann Sirot
con Jo Deseure, Jean Le Peltier, Lucie Debay
(commedia)

Il regista americano Martin Scorsese parla con il regista/sceneggiatore francese Louis Malle durante il Festival di Venezia (1980). Al tavolo anche l'attrice Isabella Rossellini



© Getty Images



thewashingmachine.it

UNO SPETTACOLO DI TARGET.

*Dicembre 2019 GfK - Analisi acquirenti DCA

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

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

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



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

Sam
ROCKWELL

Saoirse
RONAN

Adrien
BRODY

Ruth
WILSON

Reece
SHEARSMITH

Harris
DICKINSON

Charlie
COOPER

Pippa
BENNETT-WARNER

Pearl
CHANDA

Sian
CLIFFORD

Jacob
FORTUNE-LLOYD

David
OYELOWO



Searchlight Pictures presenta

OMICIDIO NEL WEST END

IL PIÙ GRANDE OMICIDIO
MESSO IN SCENA



SEARCHLIGHT PICTURES PRESENTA UNA PRODUZIONE DJ FILMS "OMICIDIO NEL WEST END" SAM ROCKWELL SAOIRSE RONAN ADRIEN BRODY RUTH WILSON REECE SHEARSMITH HARRIS DICKINSON E DAVID OYELOWO SCENeggiato DA SARAH BRIDGE REGIA DI DANIEL PEMBERTON MONTAGGIATO DA GARY DOLLNER ACE PETER LAMBERT COSTUMEGRATER AMANDA McARTHUR PRODOTTORE DA JAMIE D. RAMSAY SASC PRODOTTORE DA DAMIAN JONES GINA CARTER DAL 29 SETTEMBRE AL CINEMA SCENeggiato DA MARK CHAPPELL REGIA DI TOM GEORGE

M
T

searchlightpictures.it #OmicidioNelWestEnd

© 2019 Searchlight Pictures