

# BOX<sup>25</sup> OFFICE

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

www.e-duesse.it

ANNO XXVI - N. 16-17 - 30 settembre - 15 ottobre 2022



BIBI FILM E RAI CINEMA  
PRESENTANO

GIANNI  
DI GREGORIO

STEFANIA  
SANDRELLI

# Astolfo

UN FILM DI  
GIANNI DI GREGORIO

DAL 20 OTTOBRE #SOLOALCINEMA

DUESSE COMMUNICATION - € 1,55 - Periodico quindicinale - Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n°46) art. 1, comma 1, DCB Milano

BIBI  
FILM

Rai  
Cinema

Le Pacte

Digital Cinema  
MIC

EUROPEAN  
CINEMA  
INSTITUTION  
REGIONE  
LIGURIA  
RAI

LUCKY RED





FESTIVAL DI CANNES



“UNA VITALITÀ SENZA FRENI”

*Coming Soon*



“LA BRUNI TEDESCHI EMOZIONA CON L'ENERGIA GIOVANILE  
NEL TEATRO FRANCESE”

*Corriere della Sera*

*Luis*  
GARREL

*Nadia*  
TERESZKIEVICZ

# LES AMANDIERS

UN FILM DI VALERIA BRUNI TEDESCHI

BIBI  
FILM

DAL 1 DICEMBRE #SOLOALCINEMA

LUCKY RED

6+

CREDITI NON CONTRATTUALI

© 2024

# BOX<sup>25</sup> OFFICE

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

www.e-uesse.it

ANNO XXVI - N. 16/17 - 30 settembre-15 ottobre 2022

## FOCUS

Tutti i film  
di qualità in arrivo

## INCHIESTA

Come riconquistare  
il pubblico più adulto?

## INTERVISTE

- Andrea Romeo
- Gaia Tridente
- Richard Borg

**Luigi Lonigro**

# È ORA DI CAMBIARE MUSICA

IL DIRETTORE DI 01 DISTRIBUTION E PRESIDENTE UNIONE EDITORI E DISTRIBUTORI ANICA AUSPICA UN CAMBIO DI PASSO RADICALE NELL'INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA ITALIANA. IL MANAGER SI INTERROGA SU CRONOLOGIA, SOVRAFFOLLAMENTO PRODUTTIVO, STREAMING, DISAFFEZIONE DEL PUBBLICO E SUGLI SFORZI DELL'ESERCIZIO NECESSARI PER FAVORIRE LA RIPRESA DELLA SALA

BIBI FILM, TRAMP LIMITED, MEDUSA FILM E RAI CINEMA  
PRESENTANO

SALVO  
FICARRA

TONI  
SERVILLO

VALENTINO  
PICONE

# LA STRANEZZA

UN FILM DI  
ROBERTO ANDÒ

DAL 27 OTTOBRE AL CINEMA

Rai Cinema

TRAMP LTD

BIBI  
FILM

prime video

MEDUSA

MIC  
T

# IL SURREALE MEA CULPA DELLA PRODUZIONE

# N

on ha usato mezza parole Alberto Barbera, direttore artistico del Festival di Venezia, nell'esprimere il suo disappunto sulla situazione attuale dell'industria produttiva italiana: «Avendo visto tantissimi film, nel complesso mi pare che si sia puntato più sulla quantità che non sulla qualità. Quest'anno sono stati realizzati circa 250 titoli, cifre da anni Sessanta. Una produzione enorme, dovuta alla grande quantità di denaro e finanziamenti che nell'ultimo periodo circola nel nostro Paese. Probabilmente è un fenomeno contingente ma c'è il rischio di una bolla, anche perché il numero di film prodotti è esorbitante rispetto al nostro mercato cinematografico e alla capacità di assorbimento delle piattaforme».

Parole dure verso il nostro sistema cinema, quindi, quelle di Barbera. Ma a differenza di altre occasioni, questa volta alcuni diretti interessati hanno accolto a braccia aperte questa "provocazione", allineandosi al pensiero del direttore artistico. Diversi produttori hanno, infatti, sposato le sue dichiarazioni. Si è assistito così a un surreale mea culpa, visto che sono proprio i produttori che portano avanti da anni

questo circolo vizioso realizzando film per la sala dal sapore di fiction e contribuendo a una graduale e crescente disaffezione del pubblico verso il cinema italiano.

Certo è comprensibile il problema della sostenibilità economica delle società di produzione e la conseguente esigenza di produrre più film e serie Tv per diversificare e mantenere i conti in attivo. Così come non si può invertire da un giorno all'altro questo trend. Però qualcosa andrà fatto, non ci si può solo lamentare di una problematica senza provare a risolverla singolarmente e comunitariamente. Sulle pagine di *Box Office* abbiamo ribadito più volte la necessità di realizzare meno film per la sala ma di maggior qualità, sfruttando adeguatamente piattaforme streaming e pay tv per gli altri titoli. Le produzioni potrebbero unire maggiormente le forze (non solo con Rai Cinema), i progetti potrebbero essere sviluppati avendo a mente il pubblico di riferimento, i cast selezionati evitando volti inflazionati (specialmente in Tv).

Insomma, speriamo che questo mea culpa si traduca in azioni serie e che non si riveli l'ennesimo fuoco fatuo.

di Paolo Sinopoli



PALOMAR E VISION DISTRIBUTION  
PRESENTANO

SAUL NANNI KIM ROSSI STUART

# BRADO

UN FILM DI  
KIM ROSSI STUART

PALOMAR PRESENTA "BRADO" UNA DISTRIBUZIONE VISION DISTRIBUTION IN COLLABORAZIONE CON SKY IN COLLABORAZIONE CON AMAZON PRIME VIDEO UNA PRODUZIONE PALOMAR OPERA REALIZZATA CON IL SOSTEGNO DELLA REGIONE LAZIO - FONDO REGIONALE PER IL CINEMA E L'AUDIOVISIVO UN FILM DI KIM ROSSI STUART  
CON SAUL NANNI KIM ROSSI STUART VIOLA SOFIA BETTI FEDERICA POCATERRA ALMA NOCE PAOLA LAVINI CON LA PARTECIPAZIONE DI BARBORA BOBULOVA SIBIETTO E SCENEGGIATURA MASSIMO GAUDIOSO E KIM ROSSI STUART TRATTO DAL RACCONTO "LA LOTTA" EDITO NELLA RACCOLTA LE GUARIGIONI DI KIM ROSSI STUART  
BUSINESS DEVELOPMENT ANTONIO BADALAMENTI DIRETTORE FINANZIARIO MARCO GRIFONI VFX SUPERVISOR RODOLFO MIGLIARI FONICO DI PRESA DIRETTA MARIO IACUONE ACCANCIATURE DANIELE FIORI TRUCCO DIEGO PRESTOPINO AUDIO REGIA CIRO SCOGNAMIGLIO CASTING NATALIA FAGO E CIRO SCOGNAMIGLIO COSTUME MARINA ROBERTI SCENOGRAFIA CARLO RESCIGNO  
MUSICHE DI ANDREA GUERRA EDIZIONI SONY MUSIC PUBLISHING (ITALY) MONTAGGIO ALESSIO RIVELLINO ANCI DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA MATTEO COCCO PRODUTTORI DELEGATI MARCO CAMILLI E LUIGI PINTO PRODUTTORE ESECUTIVO VALERIO PALUSCI PRODOTTO DA CARLO DEGLI ESPOSTI E NICOLA SERRA REGIA DI KIM ROSSI STUART

DAL 13 OTTOBRE #SOLOALCINEMA



PALOMAR



prime video

sky

VISION  
DISTRIBUTION

BOBOLVA FOT. CARLO MARINI



# 14

## COVER STORY È ORA DI CAMBIARE MUSICA

Intervista a Luigi Lonigro, direttore di 01 Distribution e presidente unione editori e distributori cinematografici Anica

**12**  
NEWS

**22**  
INCHIESTE

### COME RICONQUISTARE IL PUBBLICO PIÙ ADULTO?

La parola agli esercenti di cinema di qualità Giuliana Fantoni, Fabio Fefè, Paolo Protti e Domenico Dinoia

**28**  
FOCUS

### LA RIVINCITA DEL CINEMA DI QUALITÀ

Una panoramica dei principali film di qualità in arrivo da ottobre a inizio gennaio

**34**  
INTERVISTE

### I WONDER E UN FUTURO RICCO DI NOVITÀ

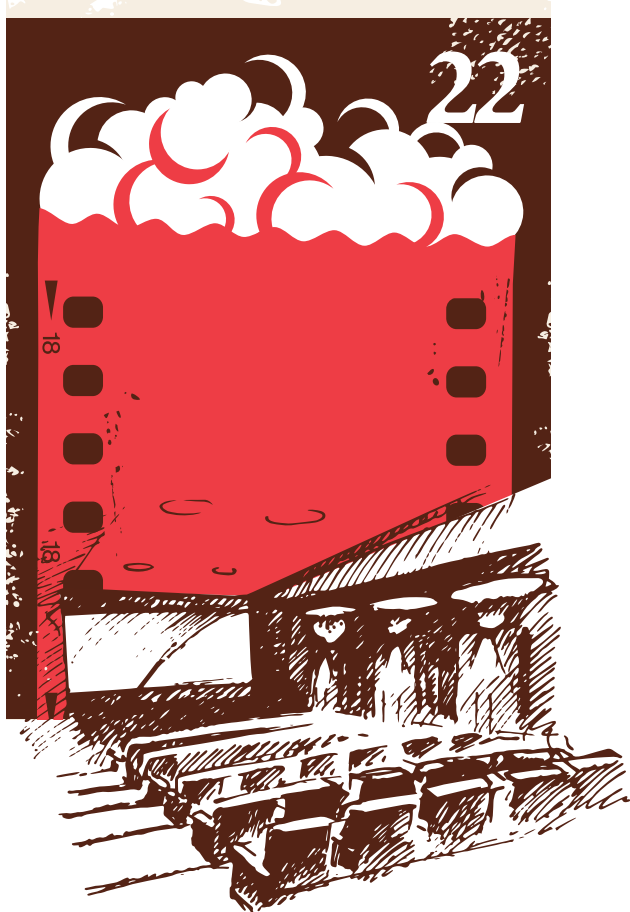
Il Ceo e General Manager Andrea Romeo presenta i risultati raggiunti, le partnership internazionali e i titoli di punta in arrivo in sala

**38**  
INCASSI

### LA FATICOSA RISALITA DEL BOX OFFICE ITALIANO

Un bilancio degli incassi dei nostri cinema nei primi 8 mesi dell'anno, a quota -50% sui livelli pre-Covid

Foto Cover: © Rocco Giurato e Riccardo Ghilardi



**34**





“UN INNO ALLA BELLEZZA, AL PIACERE  
E AL DIRITTO UNIVERSALE ALLA FELICITÀ”

GRAZIA

“UNA FAVOLA DOLCE E DELICATA CHE RICORDA PRETTY WOMAN”

INDIEWIRE

“SEX-POSITIVE AND POSITIVELY SEXY”

THE HOLLYWOOD REPORTER



THE GUARDIAN

“IRRESISTIBILE”

DEADLINE



EVENING STANDARD



ESILARANTE E SEXY

CINEUROPA



UN GRIDO FORTE ALLA LIBERTÀ

LA STAMPA



CORAGGIOSO

MYMOVIES



STRAORDINARIO

CORRIERE DELLA SERA



FANTASTICO!

VARIETY



MAI VOLGARE

LITTLE WHITE LIES

LA DUE VOLTE PREMIO OSCAR®

EMMA  
THOMPSON

DARYL  
McCORMACK

# IL PIACERE È TUTTO MIO

SCRITTO DA KATY BRAND UN FILM DI SOPHIE HYDE

ALIGN PRESENTA UNA PRODUZIONE GENESIUS PICTURES con EMMA THOMPSON e DARYL McCORMACK. MUSICHE ORIGINALI DI STEPHEN RENNICKS  
MONTAGGIO BRYAN MASON SCENOGRAFIE MIREN MARANON DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA BRYAN MASON COSTUMI SIÂN JENKINS TRUCCO E PARRUCCO JULIE DARTNELL PRODUTTORE ESECUTIVO KATY BRAND SOPHIE HYDE ALISON THOMPSON MARK GOODER JULIAN GLEEK MARTIN METZ NESSA MCGILL NADIA KHAMLICH  
PRODUTTORI DEBBIE GRAY ADRIAN POLITOWSKI SCRITTO E REALIZZATO DA KATY BRAND REGIA DI SOPHIE HYDE

DAL 10 NOVEMBRE AL CINEMA



CINEMA  
STAR

GENESIUS  
PICTURES

PATERSON  
JAMES LTD

© GENESIUS PICTURES LTD 2022

ALIGN

BIF



46

**46**  
FINANZIAMENTI  
**CONTRIBUTI SELETTIVI ALLA  
PRODUZIONE: A CHI SONO  
ANDATI?**

Ecco tutte le opere audiovisive per cinema, web e tv che hanno ottenuto un sostegno pubblico per la prima sessione 2022 del bando MiC



54

**54**  
ESERCIZIO  
**NUOVO CINEMA LUXURY**  
L'Italia si prepara ad accogliere il nuovo circuito First Class Entertainment. Ce ne parla il presidente Richard Borg

**56**  
GALLERY  
**LE STAR DEL FILMING ITALY  
BEST MOVIE AWARD**  
Ecco i protagonisti della cerimonia di consegna del premio ideato da Tiziana Rocca e Vito Sinopoli

**62**  
MERCATI  
**VI RACCONTO IL NUOVO MIA**  
La neo direttrice Gaia Tridente offre qualche anticipazione sulla prossima edizione del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo



56



62

**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



Anno XXVI N. 16/17  
30 SETTEMBRE-15 OTTOBRE 2022

**Direttore responsabile**  
Vito Sinopoli  
**Responsabile di redazione** Paolo Sinopoli  
**Redazione** Valentina Torlaschi  
**Hanno collaborato** Monica Ciceri, Martina Gelmetti,  
Ilaria Ravarino  
**Grafica e fotolito** Emmegi Group Milano  
**Caposervizio redazione grafica** Alda Pedrazzini  
**Coordinamento tecnico** Paola Lorusso  
plorusso@e-duesse.it  
**Traffico** Elisabetta Pifferi  
elisabetta.pifferi@e-duesse.it

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 - Via Goito, 11 - 20121 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.**  
Via Goito, 11 - 20121 Milano  
Tel. 02.277961 - Fax 02.27796300

Questo numero di Box Office  
è stato chiuso in redazione il 7 settembre 2022



**ANES** ASSOCIAZIONE NAZIONALE  
EDITORIA DI SETTORE


SCOPRI COME ABBONARSI A BOX OFFICE



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



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

A promotional poster for the movie 'Babylon'. Brad Pitt is the central figure, wearing a black tuxedo, a white shirt, a black bow tie, and dark sunglasses. He is looking slightly to his left with a subtle smile. The background is a warm, golden-brown color with a bokeh effect of light spots and faint, glowing lines. In the lower right, several hands are visible, some reaching towards the center, suggesting a party or social gathering. The overall mood is glamorous and cinematic.

BRAD PITT

# BABYLON

DAL REGISTA PREMIO OSCAR® DAMIEN CHAZELLE

GENNAIO  
2023

SCRITTO E DIRETTO DA DAMIEN CHAZELLE



@ParamountPicturesT #BabylonFilm @ParamountPicturesItalia  
YouTube/ParamountPicturesItalia @Eagle.Pictures



DUEA FILM E RAI CINEMA PRESENTANO



# DANTE

UN FILM DI PUPI AVATI

UNA PRODUZIONE DUEA FILM CON RAI CINEMA  
IN COLLABORAZIONE CON MG PRODUCTION

DAL 29 SETTEMBRE AL CINEMA



Rai Cinema



Regione Emilia-Romagna

Regione Umbria

LUCE

MG

EMILIA ROMAGNA

COMUNE DI FIRENZE

VIVA DANTE

UMBRIA FILM COMMISSION

seguici su





## NEL 2022 OLTRE IL 60% DEGLI ITALIANI NON È ANDATO IN SALA

In una ricerca commissionata dalla DG Cinema e Audiovisivo a SWG sulla fruizione dentro e fuori i cinema italiani, sono emersi alcuni dati che vale la pena riportare, a partire dal fatto che nel 2022 oltre il 60% degli italiani non è andato in sala. Dal report emerge inoltre che per tornare in presenza gli italiani richiedono più film interessanti, igiene, sconti, comfort e innovazione. Intanto contagi e restrizioni tengono ancora lontani gli spettatori, anche se la voglia di tornare in sala è forte. Purtroppo il 21% degli italiani ha smesso di andare in sala con la pandemia e un 10% ha ridotto la propria frequentazione. Il canale



privilegiato per la visione di film in Italia oggi resta la Tv in chiaro, con un 56% di fruitori regolari o intensivi, seguita dalle piattaforme streaming con il 40% e da

Youtube con il 22%. Infine, 4 italiani su 10 riportano una carenza di tempo libero: quota che diviene maggioritaria tra i 30 e i 60 anni d'età.

## EAGLE ACQUISISCE 302 ORIGINAL CONTENT



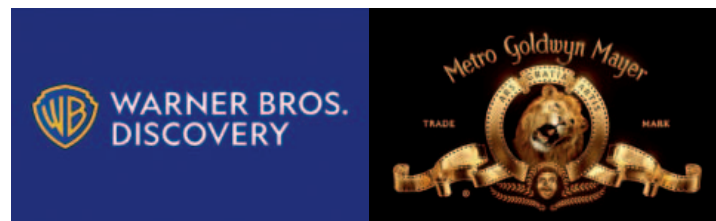
Eagle Pictures ha acquisito il 100% della startup "302 Original Content" da EMG, società leader nell'offerta di servizi broadcast e media production. A ricoprire la carica di amministratore delegato di 302 Original Content da luglio 2021 è Giuseppe Saccà (39 anni), che ha iniziato la sua carriera di produttore co-fondando Pepito Produzioni. Per Tarak Ben Ammar, presidente e principale azionista di Eagle Pictures, «l'acquisizione di 302 allarga ulteriormente il business di Eagle Pictures in un mercato dell'audiovisivo in continua evoluzione».

## WARNER DISTRIBUIRÀ MGM A LIVELLO INTERNAZIONALE

MGM ha annunciato che Warner Bros. Discovery distribuirà i suoi prossimi film a livello internazionale, esclusi il 26° capitolo della saga di James Bond. Warner si occuperà della distribuzione dei film di 007 a partire dal 27° capitolo. Termina così la collaborazione con Universal, che nell'era pandemica ha portato in sala titoli targati MGM come *House of Gucci*, *Licorice Pizza* e *No Time to Die* (prima di Universal, è stata Sony Pictures International a distribuire i precedenti quattro capitoli cinematografici di 007). La partnership tra MGM e Warner Bros. Discovery inizierà con il thriller *Bones and All* di Luca Guadagnino e con *Creed III* con Michael B. Jordan. MGM e Warner Bros. Pictures Group collaboreranno su marketing e distribuzione fuori dal Nord America (inclusa la Cina). Nell'intesa è prevista anche la distribuzione mondiale dell'home entertainment fisico per tutti i titoli MGM appena usciti.

## UK E USA: SUCCESSO PER IL NATIONAL CINEMA DAY

Sabato 3 settembre nel Regno Unito e negli Stati Uniti si è svolto il National Cinema Day, una giornata evento in cui si poteva andare al cinema a soli 3 dollari negli Usa e a sole 3 sterline in UK. Un appuntamento che si è rivelato di grande successo, portando in sala un pubblico numerosissimo. Più precisamente, secondo la National Association of Theater Owners circa 8,1 milioni di moviegoers sono tornati nei cinema americani, registrando il giorno con maggiore affluenza in sala dell'anno, coinvolgendo oltre 3.000 cinema. Il risultato finale, secondo Comscore, sarebbe un incasso complessivo di 24,3 milioni di dollari. Sul fronte Regno Unito, invece, sono state registrate 1,46 milioni di presenze (dati Comscore), un numero tre volte superiore allo stesso giorno negli ultimi anni pre-Covid.



## BREVISSIME

- Duesse Communication ha cambiato sede e si è trasferita in Via Goito 11 (Milano) nel quartiere di Brera
- Le giornate professionali di Sorrento si terranno dal 28 novembre all'1 dicembre
- Cinetel è ora presente sui social Facebook, Instagram e Twitter
- Warner Bros. Discovery ha annunciato un piano decennale per rilanciare l'universo dei supereroi DC
- Negli Usa i clienti di Walmart+ avranno un abbonamento gratuito di un anno a Paramount+ con pubblicità
- Discovery+ e HBO Max verranno lanciati come un solo servizio streaming nell'estate del 2023
- Accordo tra IFC ed Enit per promuovere l'Italia turistica attraverso il cinema
- Koch Media diventa Plaion a seguito di un rebranding di tutte le società

FRANK  
GRILLO

NEL RUOLO DI  
FERRUCCIO LAMBORGHINI

CON

PREMIO OSCAR®  
MIRA  
SORVINO

NEL RUOLO DI  
ANNITA LAMBORGHINI

GOLDEN GLOBE®

E GABRIEL  
BYRNE

NEL RUOLO DI  
ENZO FERRARI

# LAMBORGHINI

THE MAN BEHIND THE LEGEND



SCENEGGIATURA DI **BOBBY MORESCO** REGIA DI **BOBBY MORESCO**

PRODOTTO DA **ANDREA IERVOLINO** E **MONIKA BACARDI**

ilbgroup.com



LIONSGATE®



Twitter Facebook Instagram YouTube IMDb





# È ORA DI CAMBIARE MUSICA

**LUIGI LONIGRO, DIRETTORE DI 01 DISTRIBUTION E PRESIDENTE UNIONE EDITORI E DISTRIBUTORI CINEMATOGRAFICI ANICA, AUSPICA UN CAMBIO DI PASSO RADICALE NELL'INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA ITALIANA. IL MANAGER SI INTERROGA SU CRONOLOGIA, SOVRAFFOLLAMENTO PRODUTTIVO, STREAMING, DISAFFEZIONE DEL PUBBLICO E SUGLI SFORZI DELL'ESERCIZIO NECESSARI PER FAVORIRE LA RIPRESA DELLA SALA**

di **Paolo Sinopoli** - foto di **Riccardo Ghilardi** e **Rocco Giurato**

«N on possiamo che essere profondamente orgogliosi di quello che abbiamo costruito in questi primi 20 anni di attività, dei risultati conseguiti e della quota di mercato che 01 Distribution ha saputo conquistare». Esordisce così Luigi Lonigro, direttore di 01 Distribution e presidente unione editori e distributori cinematografici Anica, nel ricordare con orgoglio i 20 anni dalla fondazione della società di distribuzione. «Da anni siamo, a livello europeo, l'unica società di distribuzione non facente capo a studios stabilmente nelle prime quattro posizioni del box office. Il consolidamento dell'industria cinematografica e la crescita del mercato sono da sempre stati al primo posto fra i nostri obiettivi. Nel tempo, abbiamo cercato di rispettare le linee guida che ci eravamo imposti, partendo dalla correttezza comportamentale nei confronti dei nostri competitors, da un rapporto franco e disponibile instaurato con l'esercizio,

dal rispetto per ogni titolo da noi distribuito e per i produttori e gli autori».

## **Il bilancio, quindi, è stato positivo.**

Assolutamente sì, perché nulla era scontato. Con oltre 450 titoli distribuiti fino ad oggi abbiamo apportato nuova energia al nostro mercato, contribuendo in modo determinante alla crescita della quota del cinema nazionale. Siamo diventati la casa del grande cinema italiano e siamo onorati di aver saputo conquistare la fiducia di grandi maestri come Marco Bellocchio, Gianni Amelio, Nanni Moretti, Matteo Garrone e tanti altri, di cui abbiamo distribuito fino ad oggi l'intera filmografia. Nel contempo ci siamo dedicati anima e corpo alla scoperta di nuovi talenti, accompagnandoli dal loro esordio alla loro affermazione, arricchendo la nostra industria di nuova linfa creativa.

La nostra offerta è stata poi completata dal cinema internazionale e, sin dai

primi anni, abbiamo avuto la fortuna di poter distribuire autori del calibro di Roman Polanski, Martin Scorsese e Clint Eastwood e, grazie alla collaborazione con la Leone Film Group, titoli internazionali di grande incasso e autori come Steven Spielberg, Quentin Tarantino e Damien Chazelle.

## **Quali sono i titoli più attesi che distribuirete in sala nei prossimi mesi?**

Dopo un biennio molto complicato i cui risultati non possono fare testo, siamo pronti a dare il nostro importante contributo alla prossima stagione cinematografica con uno dei listini più poderosi di sempre. Dopo i film veneziani usciti nel mese di settembre, a ottobre presenteremo la divertentissima commedia *Quasi orfano* di Umberto Carteni, remake del campione di incassi francese *La ch'tite famille*, con Riccardo Scamarcio e Vittoria Puccini, *Il colibrì* di >

Francesca Archibugi con Pierfrancesco Favino, Kasia Smutniak e Nanni Moretti, tratto dal romanzo Premio Strega di Sandro Veronesi a cui seguirà il meraviglioso documentario presentato a Venezia *Sergio Leone – L'Italiano che inventò l'America*. Chiuderemo il mese con l'atteso musical *The Land of Dreams* di Nicola Abbatangelo.

A novembre distribuiremo *L'ombra di Caravaggio* di Michele Placido con Riccardo Scamarcio, Louis Garrel e Micaela Ramazzotti e *Diabolik – Ginko all'attacco!*, secondo capitolo della saga diretta dai Manetti Bros. Sul fronte internazionale, nei primi mesi del 2023, distribuiremo *The Son* con Hugh Jackman ed Anthony Hopkins, e i nuovi lavori di Steven Spielberg *The Fabelmans*, di Roman Polanski *The Palace* e di Martin Scorsese *Killers of the Flower Moon*.

### E fra i film in sviluppo o quasi terminati?


Tra i diversi progetti, vorrei citare *Io capitano* di Matteo Garrone, *La Conversione* di Marco Bellocchio e *Mixed by Erry* di Sydney Sibilia. Sono certo che i tre straordinari autori di questi film, che appartengono a tre generazioni diverse, ci regaleranno grandissime opere che sapranno incuriosire, sorprendere ed emozionare, proprio come mi auguro farà il cinema italiano del futuro.

### Come giudica l'offerta complessiva del cinema italiano nei prossimi mesi?

Appena sufficiente e con un potenziale commerciale non in grado di colmare il momentaneo vuoto lasciato dal prodotto americano, almeno fino ai primi di dicembre. Spero che comunque la qualità dei titoli italiani che arriveranno sugli schermi negli ultimi mesi del 2022 possa generare un passaparola positivo in grado di riavvicinare gli spettatori alla fruizione della nostra cinematografia.

**Nonostante la pandemia si continuano a produrre oltre 200 film all'anno: diversi escono a malapena in sala, pochi superano un milione di euro al box office. E dal 2019 sono quadruplicate le domande di tax credit. Quanto si potrà andare avanti su questa strada?**

Sinceramente spero il meno possibi-



A indossare il costume dello spietato protagonista nel sequel *Diabolik – Ginko all'attacco!* dei Manetti Bros. sarà Giacomo Gianniotti

le. Stiamo vivendo un momento di parossismo produttivo in cui si realizzano, anche grazie al tax credit del 40%, centinaia di titoli all'anno. Troppi per il nostro mercato. Si rischia così di dare priorità alla quantità rispetto alla qualità, senza più mettere al centro del progetto il risultato del box office theatrical. La prima conseguenza è che per tanti titoli italiani l'uscita in sala si è ridotta solo a uno strumento per ottemperare agli

obblighi di legge, cercando di perdere il meno possibile in spese di promozione, e poter accedere ai finanziamenti pubblici e agli sfruttamenti successivi. Se non vorremo allontanare per sempre gli spettatori dalla produzione nazionale, dovremo invertire al più presto la tendenza, ricostruendo con grandi film pensati per la sala un rapporto di fiducia con lo spettatore che in questo momento si è interrotto e che non sarà semplice rista-

**«STIAMO VIVENDO UN MOMENTO DI PAROSSISMO PRODUTTIVO IN CUI SI REALIZZANO, ANCHE GRAZIE AL TAX CREDIT AL 40%, CENTINAIA DI TITOLI ALL'ANNO»**

bilire nel breve periodo. Probabilmente la nostra industria, forse a causa anche della pandemia, non è riuscita ad ottimizzare i tanti vantaggi derivanti dalla legge Franceschini, creando un'industria a due velocità, in cui mai si è prodotto quanto in questi ultimi due anni a fronte della quota di mercato del prodotto nazionale più bassa degli ultimi 15 anni.

**Che tipo di equilibrio auspicherebbe tra cinema e piattaforma?**

Ho da sempre sperato e creduto che l'avvento delle piattaforme avrebbe arricchito la nostra industria di nuovi capitali e nuove energie, con film a più alto budget e di respiro internazionale.

Auspico percorsi produttivi più articolati e approfonditi, sceneggiature più raffinate, più opere con grandi ambizioni

di box office in grado di generare un vero valore aggiunto per tutta la filiera. Così purtroppo, almeno per ora, non è stato. Gli investimenti sono arrivati, anche in modo massiccio, ma si sono tradotti perlopiù in quantità anziché nella necessaria qualità. Siamo ancora in una fase di analisi dei dati, ma i primi numeri lasciano intendere come non sempre i film che funzionano in sala rientrano nelle Top Ten delle piattaforme. Infatti, dai dati forniti dai principali servizi streaming, è emerso che la commedia continua ad essere il genere più gradito dagli abbonati mentre in sala fatica ad ottenere i risultati di un tempo. Non siamo ancora in grado di capire se si tratti di pubblici diversi, se lo stesso soggetto prediliga un genere nel consumo domestico e un altro sul grande schermo, o se semplicemente gli spet- ➤

*The Son* di Florian Zeller, con Hugh Jackman, Anthony Hopkins, Laura Dern e Vanessa Kirby



A sinistra, Pierfrancesco Favino e Bérénice Bejo ne *Il colibrì* di Francesca Archibugi; sotto, la protagonista del serial *L'amica geniale*, Margherita Mazzucco, esordisce sul grande schermo con *Chiara* di Susanna Nicchiarelli; in basso, Vittoria Puccini è protagonista - insieme a Riccardo Scamarcio - di *Quasi orfano* di Umberto Carteni

tatori siano appagati dalle tante commedie italiane inedite, con cast di primaria importanza, che possono facilmente fruire con un semplice abbonamento svod.

È necessario differenziare in modo netto ciò che viene prodotto per lo sfruttamento cinematografico da ciò che è destinato prioritariamente al consumo in piattaforma, eliminando l'obbligo per quest'ultimo di utilizzare la sala come passaggio proforma e senza alcuna ambizione, creando inoltre confusione sia negli esercenti che negli spettatori.


Se è vero che la pandemia e la chiusura delle sale cinematografiche hanno generato una richiesta di contenuti senza precedenti, speriamo che col ritorno alla normalità si possano trovare il tempo e il desiderio di tornare a produrre anche tanto grande cinema per la sala oltre ad opere destinate alla fruizione in piattaforma.

Il risultato ottimale sarebbe riuscire a riportare il box office ai livelli pre-pandemici, come avvenuto in Francia, dove comunque una realtà come Netflix conta più di 10 milioni di abbonati (più del doppio dell'Italia) a dimostrazione che risultati brillanti di sale e piattaforme possono andare di pari passo.

**È soddisfatto delle attuali norme sulla cronologia di sfruttamento di un film italiano, o cambierebbe qualcosa?**

Penso che l'attuale regolamentazione della cronologia del prodotto nazionale sia stata costruita in un momento di grande confusione ed urgenza. Siamo passati in pochi mesi da un obbligo di





**«CONTINUO A PENSARE CHE I FILM NON SIANO TUTTI UGUALI E NON POSSANO ESSERE TRATTATI TUTTI NELLO STESSO MODO A LIVELLO DI CRONOLOGIA»**

105 giorni ad un "liberi tutti", per poi tornare a 30 giorni e finire a 90 per tutti. Continuo a pensare che i film non siano tutti uguali e pertanto non possano essere trattati tutti nello stesso modo, dunque finestre anche più lunghe degli attuali 90 giorni per alcuni titoli con una modulazione al ribasso, secondo il modello francese, per particolari tipologie di prodotto e di sfruttamento successivo alla sala. Purtroppo, credo che non esista un Paese al mondo in cui sia stata fatta tanta confusione sulla cronologia di sfruttamento come nel nostro.

Renderei liberi da ogni vincolo i film a basso budget (sotto i 2 milioni di euro) non obbligandoli ad uscire in sala, spesso senza opportuni investimenti, lasciando a produttori e distributori la facoltà di scegliere a prodotto finito il percorso migliore per ogni singola opera. A questo proposito, stiamo pagando la mancanza di una visione industriale a medio-lungo termine, a differenza di altri territori a noi comparabili che hanno saputo gestire al meglio questo tema anche in un momento molto critico per tutti.

Oggi viviamo il paradosso di poter contare su una delle migliori leggi cinema al mondo (Francia a parte) in termini di risorse economiche, ma di essere tra i paesi più deboli, per consumo pro capite, a livello di box office theatrical.

Dobbiamo sicuramente fare il tagliando alla cronologia degli sfruttamenti per trovare il giusto equilibrio anche alla luce di un mondo in costante e repentino cambiamento.

**Il cinema italiano continua ad affacciarsi con difficoltà alla finestra estiva. Cosa serve per invertire questa tendenza?**

Il cinema italiano deve innanzitutto riappropriarsi del proprio pubblico nei mesi alto performanti per poi poter affrontare i mesi estivi con proposte dalle larghe potenzialità.

Il cinema americano ci insegna che i grandi risultati in estate si ottengono con i grandi film e anche il nostro cine- ➤

ma, nelle stagioni migliori, ha dimostrato che a grandi film corrispondono grandi risultati a prescindere dal periodo di uscita. Non a caso nel 2021 il primo ed il secondo film italiano per incassi sono usciti nel periodo estivo. Anche da parte dei produttori servirebbero fiducia, coraggio e condivisione dei rischi per il bene del mercato.

### **Quali sono, secondo lei, le ragioni della disaffezione del pubblico verso il cinema italiano?**

Da gennaio a marzo 2020 il cinema italiano faceva registrare una quota di mercato pari al 35% grazie all'uscita di pochi ma importanti titoli nei primi mesi dell'anno. Stiamo parlando solo di due anni e mezzo fa e sembra un'eternità. Sicuramente ci sono stati in questi ultimi anni molti importanti fattori, come le restrizioni derivanti dalla pandemia, la paura del contagio e la conseguente esplosione delle piattaforme che hanno contribuito ad allontanare il pubblico italiano dal grande schermo, ma al centro del consumo di cinema in sala restano sempre l'appeal e la qualità del prodotto, in cui non abbiamo brillato. Abbiamo poco tempo per invertire la rotta.

### **Negli ultimi anni sono stati fatti passi avanti sul cinema di genere. Cosa manca per fare il salto definitivo?**

Prima dell'ultimo festival di Venezia avrei citato solo titoli come *Il primo re* di Matteo Rovere, *Freaks out* di Gabriele Mainetti e *Diabolik* dei Manetti Bros. fra i film degli ultimi anni che hanno contribuito a risollevarne le sorti del cinema italiano di genere. Poi sono arrivati *Bones and All* di Luca Guadagnino e *Ti mangio il cuore* di Pippo Mezzapesa come nuovi tasselli di una visione più moderna, sorprendente e pop del nostro cinema di genere. Il pubblico sembra premiare questi titoli riconoscendone l'originalità e il coraggio produttivo di osare, cercando nuove strade e nuovi strumenti per coinvolgere gli spettatori cinematografici. Credo pertanto che siamo sulla giusta via: osare, stupire, sperimentare, innovare.

### **Quali sforzi ulteriori potrebbero compiere gli esercenti per favorire e accelerare la ripresa della sala?**

La qualità del nostro parco sale è spesso messa in discussione quando si

analizzano momenti di crisi. Eppure le sale sono le stesse che nel 2019 hanno fatto registrare incassi molto rilevanti. Allo stesso tempo, non si può sottovalutare il cambiamento delle abitudini dello spettatore che nel periodo di pandemia è diventato molto più esigente e selettivo.

È evidente che molte strutture necessitano di un totale restyling, ma tante altre hanno portato a termine interventi di ristrutturazione e trasformazione molto importanti. Oggi abbiamo modelli virtuosi





Riccardo Scamarcio ne *L'ombra di Caravaggio* di Michele Placido

**«GLI SPETTATORI  
PREMIANO IN MODO  
DETERMINANTE  
I CINEMA CHE HANNO  
SAPUTO EVOLVERSI  
E TRASFORMARSI IN  
LUOGHI UNICI»**

si di riferimento anche nei circuiti cittadini e l'analisi dei dati di box office ante e post ristrutturazione parlano chiaro: gli spettatori premiano in modo determinante le strutture che hanno saputo evolversi e trasformarsi in un luogo in cui la visione di un film diventa un'esperienza unica e irripetibile. Certamente è impossibile non comprendere la difficoltà ad effettuare nuovi investimenti da parte di un esercizio cinematografico segnato dalle incertezze economiche e politiche del momento e condizionato negativamente da un mercato così fragile. Pertanto, l'auspicio è che un mercato dal rinnovato vigore e un forte sostegno pubblico possano riattivare gli investimenti e far sì che il nostro parco sale diventi più accogliente e moderno nel più breve tempo possibile.

**Quali sono le direttrici principali su cui sta lavorando in veste di presidente dell'unione editori e distributori cinematografici Anica?**

Oggi più che mai abbiamo la necessità di sederci attorno a un tavolo con le altre componenti della filiera e confrontarci con chiarezza su come risolvere i problemi che si sono aggravati negli ultimi anni. Sappiamo quali sono le criticità del nostro mercato, ma per poterle risolvere in via definitiva bisogna avere una comunione di intenti che in questo momento non percepisco. Spero, infine, che questa mia sensazione di disallineamento della nostra industria sia solo conseguenza del momento unico e irripetibile provocato dalla pandemia e non della dispersione irreversibile di obiettivi comuni e condivisibili.

BO

© Riccardo Ghilardi/Rocco Giurato/courtesy of 01 Distribution (3);  
courtesy of 01 Distribution (6)



# COME RICONQUISTARE IL PUBBLICO PIÙ ADULTO?

ALCUNI ESERCENTI DI SALE DI QUALITÀ SI INTERROGANO SULLE SOLUZIONI MIGLIORI PER RIATTRARRE AL CINEMA QUEL TARGET PIÙ RILUTTANTE A TORNARE IN SALA. MA RAGIONAMENTI E PROPOSTE A PARTE, TUTTI CONCORDANO SU UN UNICO PUNTO: SERVONO INNANZITUTTO I FILM DA PROGRAMMARE





## FIDELIZZARE LO SPETTATORE

GIULIANA FANTONI, ESERCENTE DEL CINEMA EDERA DI TREVISO  
E PRESIDENTE FICE TRIVENETO

**P**er quanto mi riguarda, il pubblico over 60 si è rivelato il target che ha avuto più paura durante l'emergenza sanitaria, che conserva ancora molti timori, e il più influenzabile dalla comunicazione dei mass media. Al cinema Edera di Treviso (3 sale), ad esempio, quasi il 10% di queste persone utilizza ancora la mascherina, facendo così interrogare anche il resto del pubblico sull'obbligatorietà di questa misura (diversamente dalla Multisala Manzoni, per sua natura più commerciale, dove pochissime persone la indossano). All'interno di questo target, distinguerei due sottocategorie. Da una parte gli over 70, ovvero i soggetti più diffidenti verso la sala come luogo chiuso e i meno elastici, ora che la pandemia ha cambiato le loro abitudini, a riprendere i riti di un tempo. È un pubblico molto volubile, che sarà difficile riportare al cinema. Tutt'altro discorso per la fascia tra i 60 e i 70 anni, estremamente interessante e fortemente orientata al cinema di qualità,

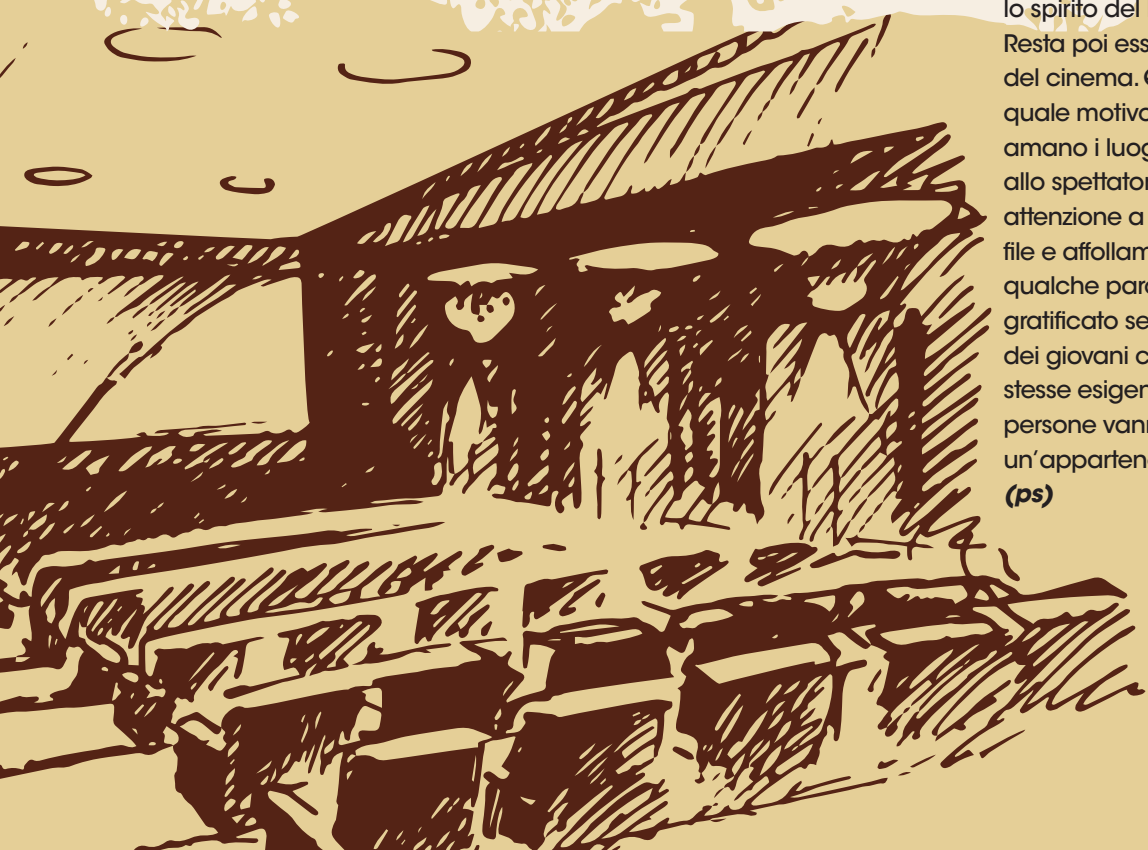
caratterizzata da una grande maturità di pensiero e incline a fruire storie significative in termini di narrazione e di stimoli (difficilmente andrebbero a vedere un film commerciale). Sono persone autonome con molto tempo libero, solitamente in pensione o in procinto di esserlo, che una volta agganciate si rivelano gli spettatori più fedeli.

Come industria abbiamo trascorso molto tempo a ragionare su come riportare il pubblico al cinema, ma il tema cruciale non è solo riportarlo in sala, bensì tenerlo stretto. Se torna per vedere *Ennio* e poi scompare, cosa abbiamo ottenuto? Certamente un primo passo, ma è necessario fidelizzare lo spettatore per risanare questa situazione critica. Per me, ad esempio, è fondamentale puntare sugli abbonamenti, perché riesco a creare un legame e una prospettiva. Così allargo lo sguardo del pubblico a tutta la mia programmazione, mostro grandi storie che incuriosiscono e invogliano a tornare. Qui si vede lo spirito del locale d'essai.

Resta poi essenziale continuare a lavorare sull'identità del cinema. Quando chiedo al pubblico più maturo per quale motivo predilige le mie sale, mi rispondono che non amano i luoghi affollati più commerciali, dove l'approccio allo spettatore è impersonale. Per questo devo fare molta attenzione a distanziare gli spettacoli tra loro per evitare file e affollamenti. Inoltre, questo mi permette di scambiare qualche parola direttamente con loro. Il target over 50 è più gratificato se si sente riconosciuto e accolto, a differenza dei giovani che si muovono in gruppo e non hanno le stesse esigenze. Essere accoglienti è la nostra filosofia. Le persone vanno dove avvertono una corrispondenza e un'appartenenza, solo così si può creare una comunità.

(ps)

«ATTRAVERSO GLI ABBONAMENTI RIESCO  
A CREARE UN LEGAME CON LO SPETTATORE»





## SERVE PRODOTTO ALL'ALTEZZA

FABIO FEFÉ, DIRETTORE PROGRAMMAZIONE DI CIRCUITO (INEMA)

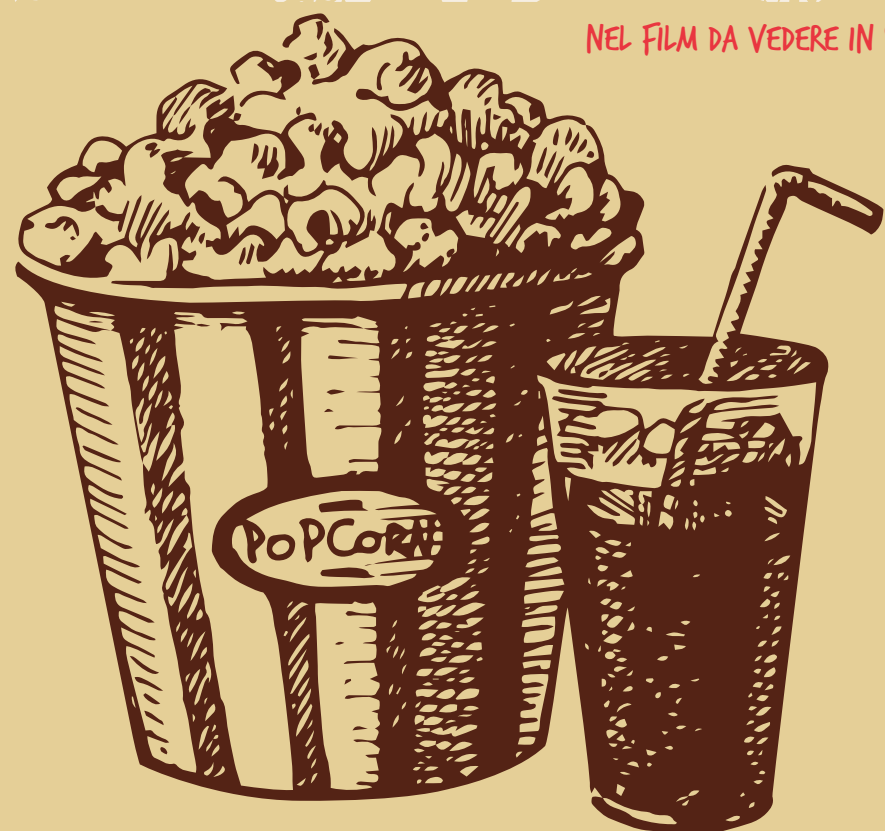
**P**er riportare in sala il pubblico adulto, che è sempre molto attento al tipo di offerta cinematografica, serve necessariamente un prodotto all'altezza. C'è bisogno di titoli che incuriosiscano, con cast riconoscibili, storie originali e ben confezionati. Quando il film è all'altezza della domanda, insomma, il pubblico risponde positivamente. Lo abbiamo visto nel 2021 alla riapertura delle sale e quest'anno con *Il duca* e *Belfast*, che hanno registrato ottimi risultati al box office. Per questo, anche se nei mesi scorsi c'è stata carenza di film di qualità importanti, guardo con fiducia al futuro. Dopo titoli come *L'immensità*, *Maigret*, *Broker*, *Dante* e *Omicidio nel West End*, sono in arrivo sul grande schermo *La ragazza della palude*, *Brado*, *Il colibrì*, *La stranezza* e *Io sono l'abisso*. Il vero incentivo a uscire di casa, l'unico in grado di sollecitare l'attenzione del pubblico, sono i film stessi. Anche perché il target più adulto vanta un alto livello culturale, non si fa ingannare facilmente e acquista il biglietto solo se riconosce un valore aggiunto nell'opera da vedere al cinema.

Nell'ambito delle iniziative, ritengo importante anche aver realizzato la prima edizione della Festa del Cinema (18-22 settembre 2022) e aver pianificato un calendario per i prossimi cinque anni. Costruire un grande evento e agire sulla leva del prezzo è una strategia significativa per attrarre il pubblico in sala, specialmente in un periodo ricco di titoli di qualità. Ma c'è un'altra iniziativa che partirà quest'anno e che sono certo contribuirà attivamente a illuminare il segmento di qualità. Mi riferisco alla Festa del Cinema di Roma. Il nuovo presidente Gianluca Farinelli, infatti, mi ha chiesto una mano per portare le proiezioni della manifestazione in circa 15 cinema sparsi per la città di Roma, dalla periferia al centro storico, e ho felicemente deciso di aiutarlo. Sarà un'operazione importante perché porterà in sala una forbice molto ampia di spettatori e toccherà il cuore di molteplici quartieri. Gli stessi attori e registi dei film presenteranno le proiezioni e incontreranno il pubblico, proprio come accade al Festival di Berlino. In questo modo le sale ricopriranno un ruolo essenziale ai fini della Festa del Cinema di Roma e gli spettatori verranno a contatto con le sale di quartiere. Ad ogni modo sono fiducioso sul ritorno in sala di quel pubblico più timoroso e, se non registriamo un'altra recrudescenza della pandemia, credo che a Natale potremo tornare ai numeri del 2019. (ps)

«IL TARGET PIÙ ADULTO ACQUISTA IL BIGLIETTO

SOLO SE RICONOSCE UN VALORE AGGIUNTO

NEL FILM DA VEDERE IN SALA»



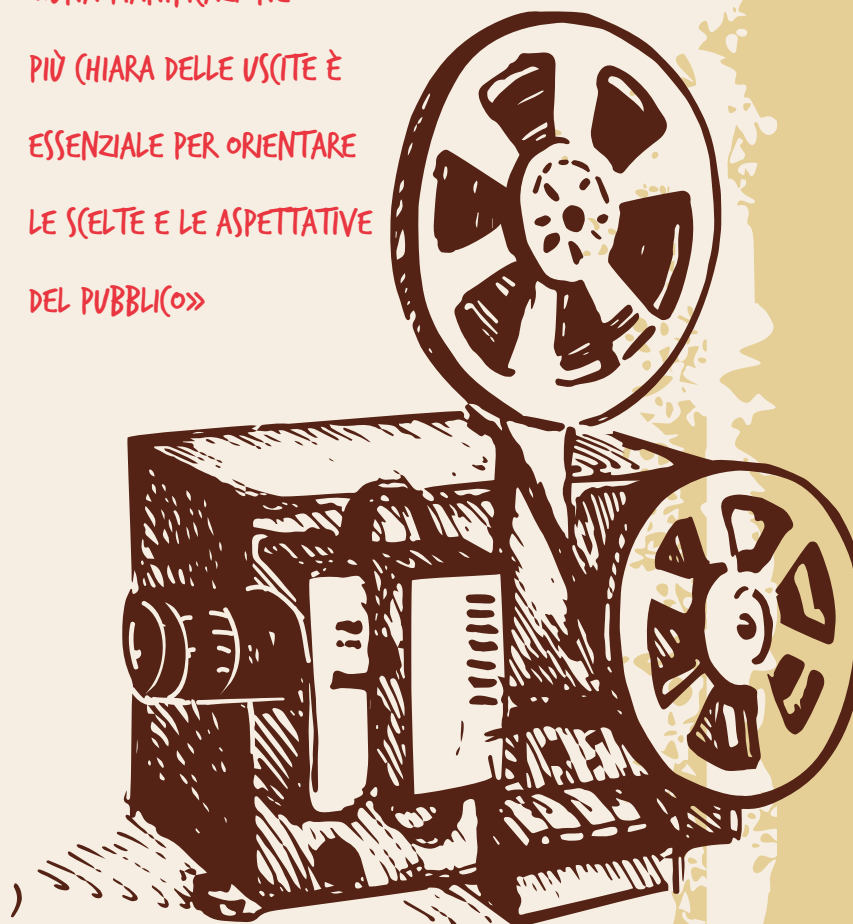
# PROMUOVERE I FILM IN ANTICIPO

PAOLO PROTTI, ESERCENTE MULTISALA ARISTON DI MANTOVA E TESORIERE DELLA FICE

In base alla mia esperienza, il pubblico più anziano in buona parte è tornato al cinema ma seleziona di più i film da vedere. Alla multisala Ariston, ad esempio, gli over 65 sono tornati con una frequenza inferiore agli anni passati, soprattutto a causa della scarsità di prodotto di richiamo, mentre in estate la nostra Arena Museo della Città ha registrato numeri doppi rispetto allo scorso anno sempre grazie a un pubblico over 65. Se c'è invece una fascia di spettatori che è tornata pochissimo nelle nostre sale, questa è quella tra i 45 e i 65 anni. Parlando con loro è emerso che il maggior deterrente al ritorno in sala è l'offerta casalinga delle piattaforme streaming, con cui hanno preso confidenza nel corso dei vari lockdown. È soprattutto un problema di cambio di abitudini, quindi, e la leva del prezzo sposta di poco o nulla l'asticella. Per questo un elemento cardine per riportare il pubblico in sala resta la window, perché se in breve tempo un film è già disponibile nel proprio abbonamento vod, inevitabilmente lo spettatore è meno stimolato ad andare in sala. Certo è che per tutti resta fondamentale avere il prodotto di richiamo e molti soffrono l'assenza di titoli di appeal. Ma non credo che servano iniziative particolari per invertire questo trend. Stiamo parlando di un pubblico che non ha il problema di pagare il biglietto. È



«UNA PIANIFICAZIONE PIÙ CHIARA DELLE USCITE È ESSENZIALE PER ORIENTARE LE SCELTE E LE ASPETTATIVE DEL PUBBLICO»



altrettanto essenziale offrire la tranquillità di un luogo ben tenuto e nel rispetto di tutte le norme igieniche, con frequenti colonne di gel disinfettante e un costante ricambio d'aria. Poi certamente bisogna realizzare campagne marketing più incisive per far conoscere i film di qualità. Nel periodo estivo, ad esempio, ho investito sulla Gazzetta di Mantova per comunicare la programmazione dell'arena e gran parte degli over 65 si è informata attraverso quel canale. Questo perché è un target che predilige ancora la carta stampata al web. Inoltre, sarebbe utile che il materiale pubblicitario non arrivasse a ridosso dell'uscita in sala, ma che arrivi almeno minimo tre settimane prima della release. In questo modo saremmo in grado di promuovere il film con il giusto anticipo, visto che questo pubblico non è facilmente raggiungibile attraverso le campagne online, a differenza dei giovani. In generale una pianificazione più chiara delle uscite non solo agevola il nostro lavoro ma è fondamentale per orientare le scelte e le aspettative degli spettatori, che molto spesso richiedono informazioni sui film in arrivo o si lamentano per uscite rimandate, cancellate o che loro giudicano "improvvisate" (anche perché prive di marketing televisivo e cartaceo).

(ps) >



## CREIAMO UNA CAMPAGNA PER I PIÙ ADULTI

DOMENICO DI NOIA, PRESIDENTE FICE

**P**urtroppo i due anni passati sono stati disastrosi dal punto di vista del rapporto con il pubblico. La pandemia, le chiusure, le restrizioni e l'allarmismo mediatico hanno disincentivato quella categoria di spettatori adulti più timorosa. Le sale cinematografiche sono state etichettate come luoghi pericolosi e, a differenza dei ristoranti, i clienti continuano a preferire indossare la mascherina perché non si sentono al sicuro. Inoltre, anche il pubblico più anziano ha iniziato a sperimentare gli abbonamenti alle piattaforme streaming. Sono molteplici, quindi, i fattori che hanno portato a una disaffezione verso il grande schermo. Non hanno poi aiutato i film in programmazione, assolutamente non all'altezza degli anni precedenti. A questo punto, quindi, cosa si può fare per riportare il target più adulto al cinema? Innanzitutto servono i film. Sembra una banalità, ma non lo è. Anzi, è il requisito minimo per sperare di invertire questo trend negativo. Quest'estate ho tenuto aperte le mie sale nonostante l'assenza di nuovi titoli da proiettare e abbiamo dovuto ricorrere alla stessa programmazione

delle arene, ovvero a titoli giù usciti mesi fa. È inconcepibile. Al momento il 2022 si conferma una terribile annata per il segmento di qualità, che è crollato ulteriormente rispetto agli anni passati. Basti pensare al crescente numero di sale di qualità che hanno preferito chiudere i battenti nel periodo estivo, quando invece mai come quest'anno era fondamentale restare aperti e dimostrare al pubblico che il grande schermo è ancora vivo. Per questo, insieme ai miei soci, ho deciso di mantenere le sale aperte a Milano con un grande sforzo economico. Confido nella nuova stagione e mi auguro che, dopo il Festival di Venezia, i titoli di qualità sappiano riconquistare anche il cuore di quel target più restio a tornare in sala. Il vero banco di prova sarà il mese di ottobre.

A livello di proposte concrete, credo sia necessaria una campagna promozionale specifica rivolta al pubblico più adulto, in quanto i giovani sono già ritornati a frequentare le sale grazie ai blockbuster hollywoodiani. Intanto la scarsità di grandi titoli italiani e internazionali per le sale cittadine e d'essai ci spinge a innovare la comunicazione e speriamo di poter contare sul sostegno delle istituzioni a partire dal MiC. Anche le Feste del cinema dovranno prevedere proposte specifiche per il pubblico d'essai. Inoltre, gli incontri di Mantova saranno l'occasione per elaborare nuove strategie di lavoro per gli esercenti aderenti alla Fice. (ps) **BO**

«LA SCARSITÀ DI GRANDI TITOLI ITALIANI  
E INTERNAZIONALI PER LE SALE (CITTADINE E D'ESSAI  
CI SPINGE A INNOVARE LA COMUNICAZIONE)»



VINCITORE DEL PREMIO SPECIALE DELLA GIURIA  
ALLA MOSTRA DEL CINEMA DI VENEZIA



خرس نیست



GLI ORSI

NON



ESISTONO

UN FILM DI  
JAFAR PANAHI

DAL 6 OTTOBRE AL CINEMA



# LA RIVINCITA DEL CINEMA DI QUALITÀ

I GRANDI AUTORI COME SPIELBERG E POLANSKI, I TITOLI APPLAUDITI AI FESTIVAL INTERNAZIONALI COME *LE OTTO MONTAGNE* E *BONES AND ALL*, LE AMBIZIOSE PRODUZIONI ITALIANE COME *L'OMBRA DI CARAVAGGIO* O *LA STRANEZZA*. MA ANCHE COMMEDIE SOFISTICATE O RIVISITAZIONI DI GENERE. ECCO UNA CARRELLATA DEI PRINCIPALI FILM DI QUALITÀ IN ARRIVO DA OTTOBRE A INIZIO GENNAIO. OBIETTIVO: RICONQUISTARE IL PUBBLICO E TORNARE A CONTARE AL BOX OFFICE NAZIONALE

di **Valentina Torlaschi**

*Amsterdam* (Disney)

*Bones and All* (Vision)



*L'ombra di Caravaggio (01 Distribution)*



*La stranezza (Medusa)*



iconquistare il proprio pubblico e tornare a giocare con un ruolo da protagonista nel mercato italiano. Se da inizio anno i film di qualità hanno registrato risultati di ben poco peso al box office nazionale (attestato a fine agosto appena al 14% secondo i dati della Fice), il segmento del cinema d'essai ha ora l'obiettivo categorico di invertire questa tendenza ed erodere la disaffezione dei propri spettatori. Come ripetuto fino alla noia in questi mesi, il target di riferimento dei titoli "d'autore" e "da festival", ma anche quello della cosiddetta "qualità allargata", è stato il più ritroso a tornare in sala. Una perdita importante per il nostro mercato, perché se è ovvio che i numeri del cinema di qualità non sono quelli dei blockbuster, i suoi sono (erano?) "spettatori forti", persone abituate a frequentare le sale anche più volte al mese.

Il riscatto è dunque primario, e le circostanze sono favorevoli. Archiviata l'estate con la sua storica debolezza ai nostri botteghini, sospinti invece dall'onda lunga della promozione dei Festival di Venezia e della prima edizione di Cinema in Festa, oltre che archiviato – almeno nella percezione collettiva – l'emergenza Covid, il cinema di qualità è nelle condizioni per riattrarre il suo vecchio pubblico e catturare nuovi spettatori. E questo soprattutto grazie a un'offerta forte, con titoli di richiamo in arrivo nei prossimi mesi. In queste pagine, ecco una fotografia dei principali film di qualità la cui uscita da ottobre 2022 a inizio gennaio 2023 è stata confermata prima di andare in stampa.

#### **GRANDI REGISTI, GRANDI ATTORI**

Per la sua rivincita, il cinema di qualità punta innanzitutto su un trio di grandi autori, ovvero Steven Spielberg, Roman Polanski e David O. Russell. Il primo arriverà nei cinema a metà dicembre con *The Fabelmans* (01 Distribution), film personalissimo ispirato alla sua infanzia e adolescenza, con ➤

gli eccellenti Michelle Williams e Paul Dano nei panni dei genitori del futuro regista e con Gabriel LaBelle (visto in *The Predator* del 2018) in quelli dello stesso Spielberg. Polanski propone invece *The Palace* (01), un'allucinata commedia dell'assurdo ambientata il 31 dicembre 1999: una notte di follia alla vigilia del nuovo millennio che segue un gruppo di ospiti di un lussuoso castello nelle Alpi Svizzere. A interpretare gli squilibrati personaggi, tra gli altri, Mickey Rourke, Fanny Ardant, Fortunato Cerlino e Luca Barbareschi (anche produttore). Per David O. Russell, regista di *Il lato positivo* e *American Hustle*, i toni sono quelli di una commedia a tinte thriller: *Amsterdam* (Disney) è infatti ambientato negli anni '30 e racconta la storia di tre amici, testimoni di un omicidio che finiscono però per diventare i principali sospettati. Protagonisti sono Margot Robbie, Christian Bale e John David Washington.

Grandi autori, ma anche grandi attori. E tra i titoli che promettono altre interpretazioni memorabili vale la pena citare *The Menu* (Disney), con Ralph Fiennes, Anya Taylor-Joy e Nicholas Hoult alle prese con una cena in un ristorante stellato che degenera nell'horror, e *Il piacere è tutto mio* (Bim) con Emma Thompson, volto e corpo di un inno alla libertà e alla passione sessuale anche in età avanzata.

#### LA CARICA DEGLI ITALIANI

Zoomando sul cinema italiano, sono attesi i ritorni di Luca Guadagnino con *Bones and All* (Vision), girato in inglese con la lanciatissima star Timothée Chalamet, applaudito al Festival di Venezia; di Michele Placido con *L'ombra di Caravaggio* (01) con Riccardo Scamarcio nel ruolo del sanguigno e sovversivo artista Michelangelo Merisi; di Donato Carrisi con *Io sono l'abisso* (Vision), nuova traduzione per il cinema di un suo romanzo dopo *La ragazza nella nebbia* e



Forever Young (Les Amandiers)  
(Lucky Red)



Mrs. Harris Goes to Paris  
(Universal)





La ragazza della palude (Warner)



The Menu (Disney)



Le otto montagne (Vision)

*L'uomo del labirinto*; e ovviamente dei Manetti Bros. col secondo capitolo del cinecomic all'italiana *Diabolik - Ginko all'attacco!* (01), il cui primo episodio è stato tra i maggiori incassi per un film nazionale dalla riapertura con 2,9 milioni di euro.

Grande è poi la curiosità verso *La stranezza* (Medusa) di Roberto Andò, con un'inedita formazione attoriale che vede Toni Servillo (qui nei panni di Luigi Pirandello) "palleggiare" con Ficarra e Picone.

A completare la rappresentanza nazionale di qualità anche: *Il colibrì* (01), adattamento del romanzo premio Strega di Sandro Veronesi diretto da Francesca Archibugi, con Pierfrancesco Favino, Kasia Smutniak e Nanni Moretti; *Astolfo* (Lucky Red), nuova commedia agrodolce di Gianni Di Gregorio (*Pranzo di ferragosto*) con Stefania Sandrelli; *In viaggio* (01), documentario di Gianfranco Rosi sui viaggi nel mondo di Papa Francesco (Fuori Concorso al Lido); *Brado* (Vision), nuova prova dietro la macchina da presa di Kim Rossi Stuart; *La guerra desiderata* (Vision) di Gianni Zanasi, con Edoardo Leo e Miriam Leone; *Il principe di Roma* (Lucky Red), commedia in costume "à L'armata Brancaleone" di Edoardo Galea con Marco Giallini; il concitato dramma di periferia *La prima regola* di Massimiliano D'Epiro (Notorious) con Darko Peric ('Helsinki' nella serie *La casa di carta*).

Oltre a questi nomi noti, sul fronte delle nuove promesse e nuove generazioni abbiamo: *Amanda* (I Wonder), opera prima di Carolina Cavalli, viaggio nell'anima di una ragazza stravagante interpretata dalla lanciatissima Benedetta Porcaroli, *The Land of Dream*, musical e film di debutto di Nicola Abbatangelo, *My Soul Summer* ➤

(Europictures) di Fabio Mollo (*Il padre di Italia, Anni da cane*) con protagonista la cantante Casadilego, qui al suo debutto per il cinema.

Batte infine bandiera tricolore anche *Le otto montagne* (Vision) di cui però parliamo dopo nel paragrafo “Natale alternativo”.

### LA GARANZIA DEI FESTIVAL INTERNAZIONALI

Oltre ai titoli italiani citati, sono numerosi i film in arrivo che vantano la garanzia dei prestigiosi festival internazionali di Berlino, Cannes e Venezia. Partendo dalla più recente Mostra d'arte cinematografica, dopo il passaggio sul Lido, approderanno al cinema *Gli orsi non esistono* di Jafar Panahi (Academy Two), il dramma familiare francese *L'origine del male* (I Wonder) con Laure Calamy, volto noto per la serie *Chiami il mio agente!*, apprezzatissima anche in ruoli drammatici come *Full Time*, e il nuovo documentario di Mark Cousins *Marcia su Roma* (I Wonder). Da Cannes, arriveranno: la palma d'oro *Triangle of Sadness* (Teodora), *Le buone stelle - Broker* del maestro giapponese Hirokazu Kore-Eda, *Tori e Lokita* (Lucky Red) dei fratelli Dardenne, *Forever Young* (Lucky Red) di Valeria Bruni Tedeschi, *Il vestito dell'imperatrice* (Bim) di Marie Kreutzer, *Close* (Lucky Red) di Lukas Dhont, *Tremila anni di attesa* (Eagle) di George Miller con Tilda Swinton e Idris Elba, la comedy-horror *Cut! Zombi contro Zombi* (Nexo). Mentre da Berlino sono in uscita: *Peter Von Kant* (Academy Two) di François Ozon, l'irlandese *The Quiet Girl* (Officine Ubu), *Incroci sentimentali* (Europictures) di Claire Denis con Juliette Binoche e Vincent Lindon.

### GLI SCONFINAMENTI DI GENERE

Non solo film d'autore e da festival. Il cinema di qualità dei prossimi mesi si allargherà un po' a tutti generi nell'obiettivo di intercettare anche target diversi. Ecco dunque il thriller *La ragazza della palude* (Warner) tratto dal romanzo best-seller di Delia Owens,

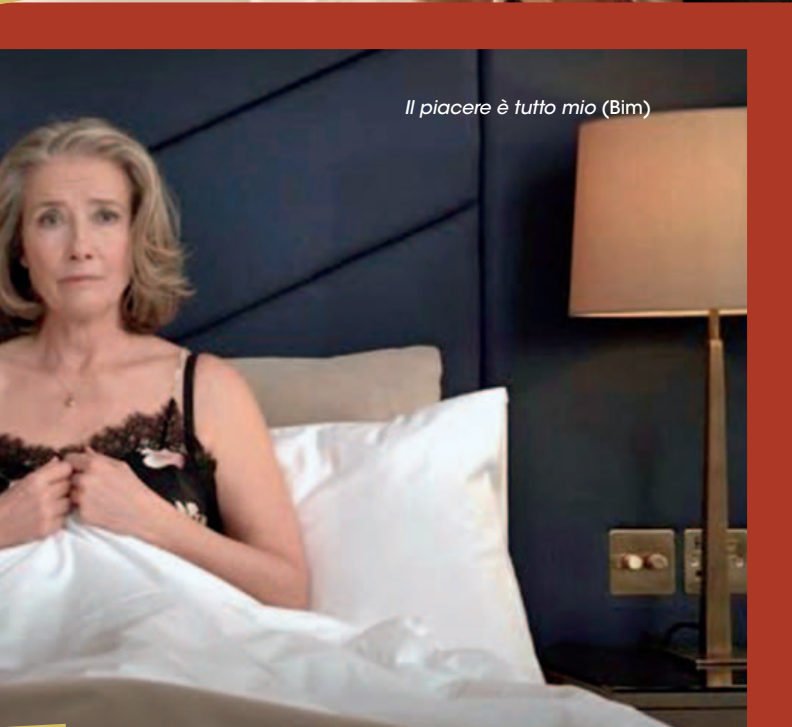


*Triangle of Sadness* (Teodora)



*Amanda* (I Wonder)





Il piacere è tutto mio (Bim)



Il colibrì (01 Distribution)

documentario *La pantera delle nevi* (Wanted) girato in Tibet con la colonna sonora originale composta da Warren Ellis con Nick Cave e la voce narrante dello scrittore di *Le otto montagne* Paolo Cognetti.

### UN NATALE ALTERNATIVO

E a proposito del libro di Cognetti, sarà proprio *Le otto montagne* uno dei titoli forti che andranno ad alimentare la “controprogrammazione” di qualità durante le festività di Natale, capodanno ed epifania. Dopo il premio della Giuria a Cannes, l’adattamento del romanzo premio Strega da parte dei registi belgi Felix van Groeningen e Charlotte Vandermeersch (*Alabama Monroe*), con protagonisti i bravissimi Luca Marinelli e Alessandro Borghi, storia di un’amicizia intricata che si snoda sui sentieri delle Alpi, ha l’ambizione di emozionare un pubblico ampio. Numerosa poi la presenza di commedie francesi, da quella a tinte thriller con *Masquerade* (Lucky Red) di Nicolas Bedos (*La belle époque*), a quella familiare-multietnica di *Non sposate le mie figlie 3* (01), passando per quella a sfondo sociale di *Sì, Chef* (I Wonder) di Louis-Julien Petit, con gli ottimi François Cluzet di *Quasi amici* e Audrey Lamy di *Le invisibili*.

Uscirà a Natale, ovviamente, anche *The Christmas Show* (Altre Storie) di Alberto Ferrari, un film che si ispira alle commedie di Frank Capra, con Raoul Bova e Serena Autieri.

Infine, a completare la controprogrammazione delle festività, il film di denuncia *Anche io* (*She Said*) (Universal), diretto da Maria Schrader, con Carey Mulligan e Zoe Kazan, sull’inchiesta Harvey Weinstein.



su una giovane cresciuta nelle pericolose paludi della Carolina del Nord che (ingiustamente?) diventa la principale indagata per un omicidio, il sofisticato horror nordico *Hatching-La forma del male* (Adler) (sarà il nuovo *Midsommar?*), l’action ambientato nel multiverso *Everything Everywhere All At Once* (I Wonder) (maggior incasso mondiale per un film della nota casa di produzione indipendente A24), il survival movie ad alta quota *Fall* (Bim) di Scott Man, il dance movie *La vita è una danza* di Cédric Klapisch (Bim), lo storico *Mrs Harris Goes to Paris* (Universal) di Anthony Fabian su una donna delle pulizie vedova che, negli anni Cinquanta, approda a Parigi col sogno di indossare un vestito d’alta moda firmato Dior. E poi i family *Belle e Sebastien – Di nuovo insieme* (Medusa/Notorious), *Il ragazzo e la tigre* (Medusa) e *Last Film Show* (Medusa), quest’ultimo già ribattezza-

to “*Il nuovo cinema paradiso indiano*”, e i gioielli animati *Il piccolo Nicolas - cosa stiamo aspettando per essere felici?* ed *Ernest e Celestine - L’avventura delle note proibite* (I Wonder).

### PICCOLE-GRANDI SORPRESE

Tra le piccole produzioni, forse meno note al pubblico ma che potrebbero riservare delle sorprese, la dramedy francese *Maria e l’amore* (Europictures) di Lauriane Escaffe su un’umile donna delle pulizie innamorata dell’arte, la commedia irriverente *Il mio vicino Adolf* (I Wonder) di Leon Prudovsky che prende di mira il nazismo, il drammatico *Un anno, una notte* (Academy Two) di Isaki Lacuesta sui tentativi di ritorno alla vita di due sopravvissuti alla strage terroristica del Bataclan, la commedia danese *Wild Men* (Arthouse), il boliviano *Utama - Le terre dimenticate* (Officine Ubu) premiato al Sundance, il

© Courtesy of Walt Disney Company/Italia (2); Metro Goldwyn Mayer Pictures/Courtesy of Vision Distribution (1); Luisa Carcaiale/Courtesy of 01 Distribution; Lia Pasquolino/Courtesy of Medusa Film (1); Courtesy of Lucky Red (1); Courtesy of Universal Pictures (1); Courtesy of Warner Bros. (1); Alberto Novelli/Wildside/Courtesy of Vision Distribution (1); Courtesy of Teodora Film (1); Courtesy of Bim Distribuzione (1); Courtesy of I Wonder Pictures (1); Courtesy of Emico De Luigi/01 Distribution (1)

# I WONDER E UN FUTURO RICCO DI NOVITÀ

IL CEO E GENERAL MANAGER **ANDREA ROMEO** PRESENTA I RISULTATI RAGGIUNTI, LE IMPORTANTI PARTNERSHIP INTERNAZIONALI, TRE NUOVI LISTINI A TARGET, I TITOLI DI PUNTA IN ARRIVO SUL GRANDE SCHERMO, E L'AVVENTURA IMPRENDITORIALE DI "POP UP CINEMA"

di Paolo Sinopoli

## Come sta andando il 2022 per I Wonder Pictures e come prevedete di chiudere l'anno?

Ovviamente la sfida era per tutti molto ardua, ma siamo molto confortati dai risultati di una strategia che, con grande lavoro, investimenti e intensità sulle uscite ha consentito ad I Wonder Pictures di perdere, in termini assoluti, molto meno dei competitor. Infatti, tra l'1 gennaio e il 31 luglio 2022 perdiamo solo un 3,4% del box office rispetto alla clamorosa stagione del 2019, laddove molti altri sono ben oltre il 30%. Questo ci ha consentito di raddoppiare la nostra quota di mercato e posizionarci con continuità nelle sale con prodotti medio performanti. Per la seconda parte dell'anno, ovviamente, l'arrivo di nuovi film molto più grandi, conservando il buon rit-

mo di uscita dei primi 6 mesi, ci dovrebbe portare vicini all'ottimo risultato del box office 2019.

## A Riccione avete presentato un listino di qualità eterogeneo e più commerciale del solito. È in programma un cambio di passo nella linea editoriale?

Il nostro listino è figlio dell'evoluzione della nostra linea editoriale. La line-up di I Wonder Pictures, per quanto riguarda le uscite principali, cresce grazie a nuove relazioni industriali con A24 (*Everything Everywhere All at Once* e *The Whale*), Charades (*L'origine del male* e *Sanctuary*), HanWay Films (*Morning e EO*) e Kinology (il nuovo Michel Gondry e il nuo- ➤

Capolista di I Wonder è *Everything Everywhere All at Once* con Michelle Yeoh





A sinistra, Benedetta Porcaroli in *Amanda* di Carolina Cavalli; A destra, il film d'animazione *Le Petit Nicolas* (vincitore al Festival di Annecy 2022)

vo Bertrand Bonello). Inoltre è arrivato a maturazione il nostro impegno sul cinema italiano annunciato un anno fa assieme a Charades con *Amanda* di Carolina Cavalli, mostrato a Venezia e al cinema dal 13 ottobre. A questo si aggiungono tre nuovi listini a target.

## Ci racconti.

“I Wonder Animation” parte nei festivi di novembre con una proposta scorrettissima che abbiamo adorato. Mi riferisco a *Unicorn Wars*, che prosegue con il delizioso *Le Petit Nicolas* (vincitore al festival di animazione Annecy 2022) e poi con la nuova avventura di *Ernest & Celestine* in arrivo a Natale.

“I Wonder Classics” riporterà al cinema ogni mese un film in edizione rimasterizzata come *I misteri del giardino di Compton House* di Peter Greenaway (quest’anno a Venezia Classics), l’amatissimo *Bagdad Café*, il folgorante esordio internazionale di Jeunet e Caro in *Delicatessen* e il mitico film della nouvelle vague *La maman et la putain* di Jean Eustache che, dopo l’anteprima del restauro a Cannes, è stato un caso di successo in Francia.

Abbiamo inoltre deciso di creare “Arthouse”, nuovo label di distribuzione esplicitamente dedicato al cinema di qualità, per valorizzare il pubblico cinefilo che in Italia c’è e va coltivato e che porterà al cinema ogni mese un film e un documentario. Lo abbiamo lanciato con *Boiling Point* a Taormina, dove ha fatto l’en plein vincendo come miglior film,

miglior regia e miglior attore, oltre al premio della critica.

## Quali sono i vostri film di punta in arrivo sul grande schermo?

Apriremo la stagione il 6 ottobre con *Everything Everywhere All at Once*, che è il nostro capolistino cool. In Italia dopo il grande successo americano (oltre 70 milio-

ni al box office) e UK (dove ha superato i 6 milioni), già fenomeno cult nei social e nel mondo dei cinefili senza età, *Everything Everywhere All at Once* ha aperto la nostra collaborazione con A24. Ci siamo preparati con attività marketing a target 100% su titoli blockbuster (*Thor*, *Bullet Train*) e da ottobre si apre per I Wonder Pictures una stagione che vedrà uscire un film a setti-

Il Ceo e General Manager Andrea Romeo insieme al team di I Wonder Pictures



Alba Rohrwacher nel docufilm *Marcia su Roma* di Mark Cousins





mana. Il 13 ottobre *Amanda* di Carolina Cavalli con Benedetta Porcaroli e Michele Bravi (Venezia Orizzonti Extra, Toronto Film Fest). Il 20 ottobre un documentario di Palomar: *Marcia su Roma* di Mark Cousins che, oltre a Venezia, è stato invitato nei più prestigiosi festival internazionali.

Il 3 novembre sarà la volta de *Il mio vicino Adolf*, un film molto popolare che ha

conquistato la piazza grande di Locarno. Dopo gli applausi al Giffoni Film Festival dove ha vinto la sezione Generator +13, *La Traviata* uscirà in sala il 17 novembre. A seguire (24 novembre) la deliziosa commedia romantic-noir con Vanessa Paradis *A letto con Sartre*. Dicembre vedrà la squisita commedia sociale *Sì, chef! - La brigade* per i festivi dell'immacolata e una doppia offerta per il Natale. L'elegantissimo thriller *L'origine del male* (passato a Venezia) che porterà uno straordinario cast tutto al femminile, con due paladine del cinema I Wonder Pictures: Doria Tillier, protagonista de *La Belle Époque*, e Laure Calamie (*Call My Agent*), vincitrice l'anno scorso ad Orizzonti con il nostro *Full-Time*. Ai più piccoli e ai loro genitori I Wonder Pictures ha voluto invece fare un regalo di Natale rivoluzionario: *Ernest & Celestine - L'avventura delle note proibite*, il nuovo capitolo del fortunato film candidato agli Oscar un decennio fa e doppiato per l'Italia da Alba Rohrwacher e Claudio Bisio. Ovviamente tutto aspettando *The Whale*: il nostro capolista del primo semestre 2023. Il grande ritorno di Brendan Fraser per la regia di Aronofsky, in concorso a Venezia.

### Ci racconti della nascita del nuovo brand Arthouse.

Arthouse è l'evoluzione naturale della nostra passione per il cinema d'essai: per quella nicchia di irriducibili che vanno in sala a vedere film di qualità e devono essere certi di trovare la qualità. Arthouse

parla a quel pubblico, mettendo a disposizione una line-up ad hoc: oltre a *Boiling Point*, il trionfatore di Cannes Un Certain Regard 2022 *Les Pires*, il nuovo emozionante film di Andrea Pallaoro *Monica* in concorso a Venezia e i migliori titoli di Sundance, Berlino e gli altri festival più cinefili. Il brand si rivolge a quell'esercizio che ha bisogno di valorizzare e preparare questi film anche grazie alla consolidata competenza e all'attenzione quotidiana di Alessandro Tiberio (Valmyn), siamo molto felici di questa collaborazione.

### A proposito di esercizio, come prosegue l'esperienza di Pop Up Cinema?

Vedere le nostre sale con la fila fuori è la risposta che ci fa felici. Aver rilanciato tre monosale di prestigio è stato un lavoro durissimo: osiamo soluzioni di programmazione originali, progettando il calendario delle uscite con largo anticipo e integrando i contenuti, adattando i palinsesti ai target più disparati, dialogando con i distributori che ci danno fiducia e che poi si ritrovano con i film al Pop Up Cinema Medica tra i primi incassi nazionali (*Spider-Man* per citarne uno), perché poi riempiamo 800 posti per 3-4 spettacoli consecutivi con il lavoro giusto. È una sfida per la modernità. La monosala non può più avere le logiche pre-Covid. Ci vogliono più servizi, più comunicazione, più qualità dell'esperienza in sala. Al contempo, dall'1° settembre 2022, Pop Up Cinema ha aumentato il biglietto intero a 10 euro.



A sinistra l'elegante thriller *L'origine del male* con un cast tutto al femminile; a destra, la commedia sociale *Sì, chef - La brigade*

© courtesy of I Wonder Pictures (8)

# LA FATICOSA RISALITA DEL BOX OFFICE ITALIANO

UN BILANCIO DEGLI INCASSI DEI NOSTRI CINEMA NEI PRIMI 8 MESI DELL'ANNO, DAL 1° GENNAIO AL 31 AGOSTO 2022. UN'ANNATA ANCORA DIFFICILE CHE, PARTITA IN SALITA PER VIA DELL'ONDATA OMICRON, È ANDATA SÌ PIAN PIANO MIGLIORANDO, MA CONTINUA A SEGNARE UN -50% SUI LIVELLI PRE-COVID. E SE I GRANDI - A VOLTE STREPITOSI - SUCCESSI NON SONO MANCATI, IL MERCATO HA RETTO SOLO GRAZIE AI BLOCKBUSTER HOLLYWOODIANI COL CINEMA ITALIANO SPROFONDATO A UNA QUOTA DI MERCATO DEL 3%

a cura di **Valentina Torlaschi**



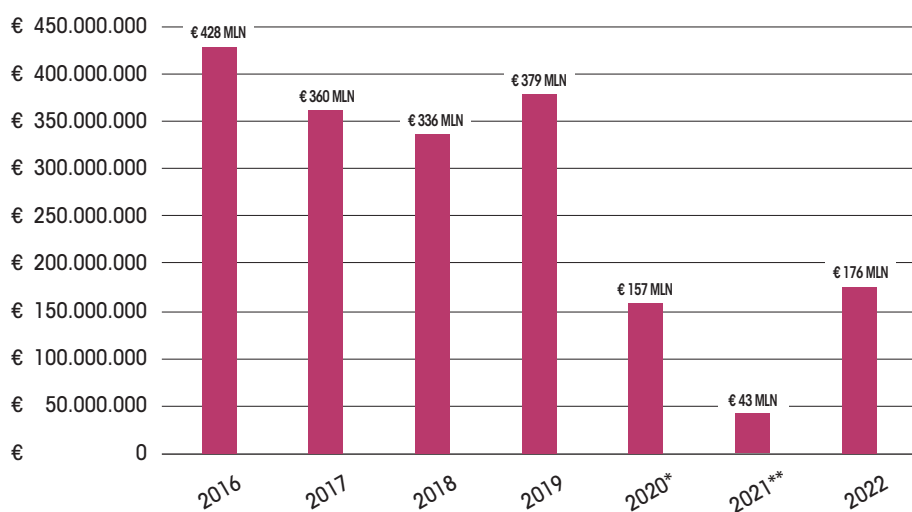
Dall'alto, in senso orario, alcuni dei maggiori incassi in Italia nel 2022: *Doctor Strange nel Multiverso della Follia* (Disney), *Minions 2* (Universal), *Top Gun: Maverick* (Eagle) e *The Batman* (Warner)





Fig. 1

### INCASSI DA GENNAIO AD AGOSTO IN ITALIA (2016-2022)



\*Cinema chiusi dall'8 marzo al 15 giugno 2020  
 \*\*Cinema chiusi dal 1° gennaio al 26 aprile 2021

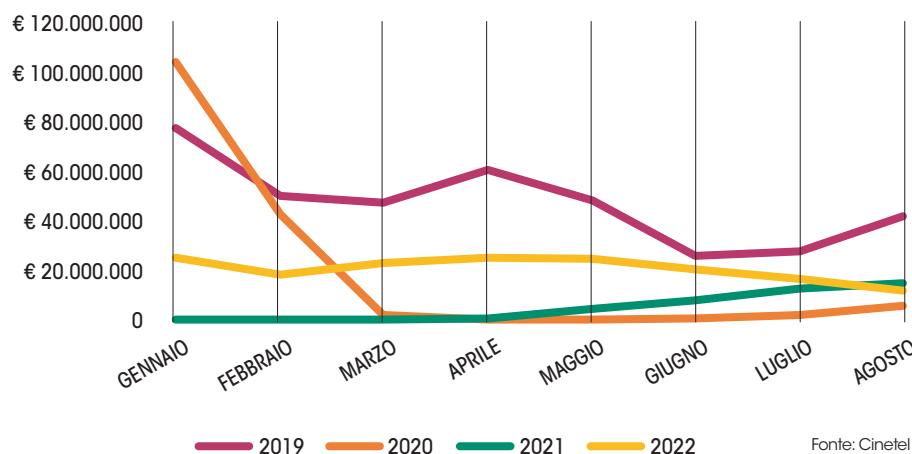
Fonte: Cinetel

I 2022 non si è ancora concluso, ma possiamo tranquillamente dire che è stato un anno molto faticoso per il box office italiano. Facendo un bilancio dei primi 8 mesi dell'anno, dal 1° gennaio al 31 agosto, i nostri cinema hanno raccolto 175,8 milioni di euro di incassi: numeri ben lontani dal pre-pandemia, visto che, nello stesso periodo, nel 2019 si era arrivati a 378,8 milioni, nel 2018 a 336,1 milioni, nel 2017 a 360 milioni e nel 2016 addirittura a 427,9 milioni. Approdati oramai a tre quarti dell'anno, i dati forniti da Cinetel fotografano un mercato che sta segnando indicativamente un -50% rispetto al pre-Covid.

Numeri negativi, certo. Eppure sarebbe sbagliato vedere un quadro tutto nero. In questi primi otto mesi del 2022 non sono mancati segnali incoraggianti per il futuro: cinque film hanno superato i 10 milioni di incasso, due titoli sono andati oltre gli 8 milioni, ma soprattutto il confronto mensile rispetto alle annate pre-Covid (2017-19) è andato progressivamente migliorando, passando dal -70% di gennaio al -20% di giugno, con addirittura luglio 2022 che è andato meglio di luglio 2018. Del resto, il 2022 è partito in salita a causa del riarsi della pandemia con l'ondata omicron, della guerra in Ucraina, delle restrizioni eccessive per le sale (come l'obbligo di mascherina rimasto in vigore fino a metà giugno, che ha alimentato la percezione che i cinema non fossero luoghi sicuri). Le circostanze sfavorevoli non sono mancate, eppure i grandi - a volte strepitosi - successi non sono mancati: *Doctor Strange nel Multiverso della Folgia*, *Top Gun: Maverick*, *Thor: Love and Thunder*, *Minions 2*. ➤

Fig. 2

### CONFRONTO INCASSI PER MESE (2019-2022) CALO % DEI MESI DEL 2022 RISPETTO AL MESE CORRISPONDENTE DEL 2019

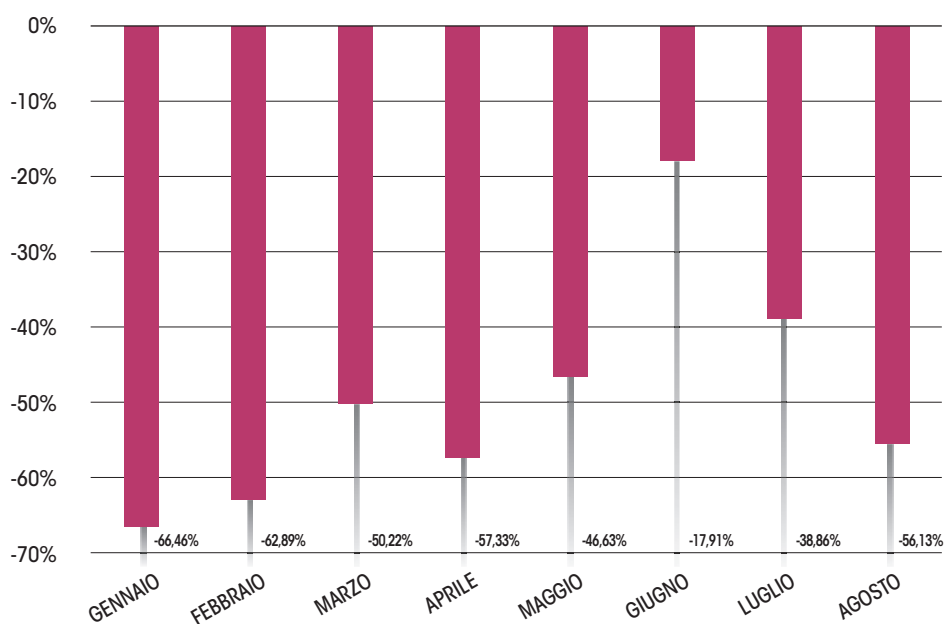


Fonte: Cinetel



Fig. 3

## COMPARAZIONE INCASSI (2019-2022) CALO PERCENTUALE DEI MESI DEL 2022 RISPETTO AI MESI CORRISPONDENTI DEL 2019



Fonte: Cinetel

Successi – tutti blockbuster hollywoodiani – che hanno permesso al mercato di reggere mentre parallelamente il cinema italiano andava scomparendo dal box office, mese dopo mese, sprofondato a una quota di mercato del 3,4% ad agosto.

Luci e ombre, insomma. Andiamo dunque ad analizzare nel dettaglio la performance del box office italiano da gennaio ad agosto 2022, prima annata in cui le sale – salvo imprevisti di forza maggiore – rimarranno aperte in maniera continuativa per tutti i 12 mesi da quando è scoppiata la pandemia.

### UN MERCATO FONDATO SUI BLOCKBUSTER

La considerazione immediata che emerge dai maggiori incassi del 2022 (ved. fig.4) è che l'anno in corso è stato animato quasi ed esclusivamente dai blockbuster americani. Tra i 15 film che da gennaio ad agosto hanno raccolto più di 3 milioni di euro, praticamente tutti, con l'esclusione di solo due titoli (gli italiani *Me Contro Te Il Film - Persi nel tempo* e *Belli ciao*), sono grosse produzioni hollywoodiane.

Zoomando sulla sola Top 10, il gradino più alto è stato conquistato da *Doctor Strange nel Multiverso della Follia* (Disney) con 13,6 milioni di euro: ottimo risultato anche in confronto al precedente

cinematico dedicato allo Stregone Supremo che, nel 2016, era arrivato a 7,3 milioni. A seguire, è volato altissimo, a ben 12,3 milioni, con una tenuta fortissima e un appeal verso un pubblico trasversale, *Top Gun: Maverick*. E molto bene è andato nei mesi di luglio e agosto (sfruttando la mancanza di concorrenza) *Thor: Love and Thunder* che è arrivato a ben 10,5 milioni, battendo con ampio margine anche l'ultimo film stand alone del dio del tuono, *Thor: Ragnarok* che, nel 2017, aveva raccolto 8,8 milioni di euro.

Oltre il podio troviamo: *Minions 2* (Universal) con 10,3 milioni; *The Bat-*

*man* (Warner) con 10,2 milioni; *Animali Fantastici – I segreti di Silente* (Warner) con 8,4 milioni; *Jurassic World – Il dominio* (Universal) con 8 milioni; *Uncharted* con 6,2 milioni; *Assassinio sul Nilo* (Disney) con 5,5 milioni e *Spider-Man: No Way Home* (Warner) con 5,2 milioni.

Il fatto che, anche a questo punto del 2022, come già nel 2021, l'intera Top 10 sia popolata da sequel, franchise o adattamenti per il cinema di proprietà intellettuali già famose, conferma che, nel post-pandemia, gli spettatori sono disposti a tornare in sala quasi solo "andando sul sicuro".



Nella pagina a fianco, *Thor: Love and Thunder* (Disney); sopra, *Jurassic World - Il dominio* (Universal); sotto, *Animali Fantastici - I segreti di Silente* (Warner)

## QUALCHE AVVISAGLIA DI FAMILY E QUALITÀ

Se a dominare la classifica sono cinematografici, action e fantasy, dunque generi che si rivolgono principalmente a un pubblico giovane, da segnalare che anche i titoli a target family sono tornati, con pesi diversi, a farsi notare. Così, se *Minions 2*, dopo solo due settimane era già oltre i 10 milioni, nei mesi precedenti sono da evidenziare: *Sonic 2* (Eagle; 4,2 milioni), *Me Contro Te Il Film - Persi Nel Tempo* (Vision; 3,5 milioni), *Lightyear* (Disney; 2,5 milioni) – quest'ultimo un po' al di sotto delle aspettative, forse penalizzato dal fatto che i precedenti titoli Pixar sono usciti direttamente in streaming e da una narrazione troppo difficile per i più piccoli –, *Troppo cattivi* (Universal; 2,5 milioni) e *Il lupo e il leone* (01; 2,3 milioni).

L'altro target più restio al ritorno in sala si conferma essere quello più agé del cinema di qualità. I titoli che hanno ottenuto risultati più di peso (sopra i 2 milioni) sono davvero pochi: *Assassinio sul Nilo* (Disney; 5,5 milioni, anche se il confronto con i 14,6 milioni di *Assassinio sull'Orient Express* è schiacciante), *Elvis* (Warner; 3 milioni), *Ennio* (Lucky Red; 2,7 milioni). ➤



Fig. 4

## I MIGLIORI INCASSI (DAL 1° GENNAIO AL 31 AGOSTO 2022)

TITOLO	USCITA	DISTRIBUTORE	INCASSO	PRESENZE
DOCTOR STRANGE NEL MULTIVERSO DELLA FOLLIA	04/05/22	DISNEY	€ 13.674.277	1.854.694
TOP GUN: MAVERICK*	25/05/22	EAGLE PICTURES	€ 12.603.533	1.695.732
THOR: LOVE AND THUNDER	06/07/22	DISNEY	€ 10.710.183	1.460.762
MINIONS 2 - COME GRU DIVENTA CATTIVISSIMO**	18/08/22	UNIVERSAL	€ 10.399.066	1.489.076
THE BATMAN	03/03/22	WARNER BROS.	€ 10.215.747	1.397.811
ANIMALI FANTASTICI - I SEGRETI DI SILENTE	13/04/22	WARNER BROS.	€ 8.446.600	1.164.224
JURASSIC WORLD - IL DOMINIO	02/06/22	UNIVERSAL	€ 8.079.164	1.115.975
UNCHARTED	17/02/22	WARNER BROS.	€ 6.243.651	897.834
ASSASSINIO SUL NILO	10/02/22	DISNEY	€ 5.570.249	802.196
SPIDER-MAN: NO WAY HOME	15/12/21	WARNER BROS.	€ 5.281.174	728.732
SONIC 2 - IL FILM	07/04/22	EAGLE PICTURES	€ 4.292.405	658.478
ME CONTRO TE IL FILM - PERSI NEL TEMPO	01/01/22	WARNER BROS.	€ 3.520.469	531.022
ELVIS	22/06/22	WARNER BROS.	€ 3.139.365	461.707
MORBIUS	31/03/22	WARNER BROS.	€ 3.040.216	424.367
BELLI CIAO	01/01/22	VISION DISTRIBUTION	€ 3.013.400	436.722
ENNIO	17/02/22	LUCKY RED	€ 2.741.077	431.978
MATRIX RESURRECTIONS	01/01/22	WARNER BROS.	€ 2.648.519	357.324
LIGHTYEAR - LA VERA STORIA DI BUZZ	15/06/22	DISNEY	€ 2.573.615	379.429
TROPPO CATTIVI	31/03/22	UNIVERSAL	€ 2.534.101	389.909
CORRO DA TE	17/03/22	VISION DISTRIBUTION	€ 2.440.762	383.170
IL LUPO E IL LEONE	20/01/22	01 DISTRIBUTION	€ 2.386.123	374.737
LA FIERA DELLE ILLUSIONI - NIGHTMARE ALLEY	27/01/22	DISNEY	€ 1.836.814	285.465
BELFAST	24/02/22	UNIVERSAL	€ 1.818.497	292.042
HOUSE OF GUCCI	16/12/21	EAGLE PICTURES	€ 1.655.183	242.517
LICORICE PIZZA	17/03/22	EAGLE PICTURES	€ 1.518.798	236.443
IL SESSO DEGLI ANGELI	21/04/22	01 DISTRIBUTION	€ 1.513.686	218.694
NOSTALGIA	25/05/22	MEDUSA FILM	€ 1.477.261	234.181
UNA FAMIGLIA VINCENTE - KING RICHARD	13/01/22	WARNER BROS.	€ 1.457.720	226.439
THE KING'S MAN - LE ORIGINI	05/01/22	DISNEY	€ 1.214.887	178.172
SING 2 - SEMPRE PIU' FORTE	23/12/21	UNIVERSAL	€ 1.187.669	177.702
THE NORTHMAN	21/04/22	UNIVERSAL	€ 1.116.961	161.542
JUJUTSU KAISEN 0 - THE MOVIE	09/06/22	NEXO DIGITAL	€ 1.116.497	117.758
DOWNTON ABBEY II - UNA NUOVA ERA	28/04/22	UNIVERSAL	€ 1.088.598	165.330
SCREAM	13/01/22	EAGLE PICTURES	€ 1.087.015	154.469
MARRY ME - SPOSAMI	10/02/22	UNIVERSAL	€ 1.076.912	159.084
BULLET TRAIN	25/08/22	WARNER BROS.	€ 1.002.588	143.989
NOPE	11/08/22	UNIVERSAL	€ 976.758	137.491
THE LOST CITY	21/04/22	EAGLE PICTURES	€ 963.903	139.943
IL RITRATTO DEL DUCA	03/03/22	BIM DISTRIBUZIONE	€ 913.968	152.045
DIABOLIK	16/12/21	01 DISTRIBUTION	€ 863.993	130.213
SPENCER	24/03/22	01 DISTRIBUTION	€ 861.877	137.810
BLACK PHONE	23/06/22	UNIVERSAL	€ 737.909	103.942
AMERICA LATINA	13/01/22	VISION DISTRIBUTION	€ 651.310	100.545
FINALE A SORPRESA - OFFICIAL COMPETITION	21/04/22	LUCKY RED	€ 624.151	100.191
MOONFALL	17/03/22	01 DISTRIBUTION	€ 574.678	86.776
7 DONNE E UN MISTERO	25/12/21	WARNER BROS.	€ 572.197	90.129
UN EROE (A HERO)	03/01/22	LUCKY RED	€ 552.595	91.811
ESTERNO NOTTE - PARTE 1	18/05/22	LUCKY RED	€ 541.981	84.169
HOPPER E IL TEMPIO PERDUTO	21/04/22	WARNER BROS.	€ 523.419	78.979
IL CAPO PERFETTO	23/12/21	BIM DISTRIBUZIONE	€ 519.409	87.251

\*Incasso al momento di andare in stampa: € 12.723.327

\*\*Incasso al momento di andare in stampa: € 11.932.717

Fonte: Cinetel



Assassino sul Nilo (Disney)

### L'ECLISSI DEL CINEMA ITALIANO

Criticità evidentissima dell'anno in corso è del cinema italiano che resta il grande assente dal box office 2022. Dal 1° gennaio al 31 agosto, solo sei film hanno incassato più di 1 milione di euro. Il maggiore risultato è stato quello di *Me contro Te - Persi nel tempo* (Warner) con 3,5 milioni, seguito da *Belli Ciao* (Vision) con 3 milioni e da *Ennio* (Lucky Red) con i suoi – inaspettati e incredibili per un documentario di due ore e mezza – 2,7 milioni. Dietro, le commedie di Riccardo Milani *Corro da te* (Vision) con 2,4 milioni e di Leonardo Pieraccioni *Il sesso degli angeli* (01 Distribution) con 1,5 milioni, e poi l'acclamato *Nostalgia* di Mario Martone (Medusa) con un ottimo 1,4 milioni.

Nei primi 8 mesi dell'anno i film italiani – incluse le coproduzioni – hanno raccolto solo 24,8 milioni, con una quota di mercato del 14,6% (nel 2021 era del 21,45%, e nel triennio pre-Covid 2017-19 era del 20,6%). Il dato preoccupante è che, da inizio anno, gli incassi delle produzioni nazionali sono andati calan-



Fig. 5

### GLI INCASSI DEI FILM ITALIANI (DAL 1° GENNAIO AL 31 AGOSTO 2022)

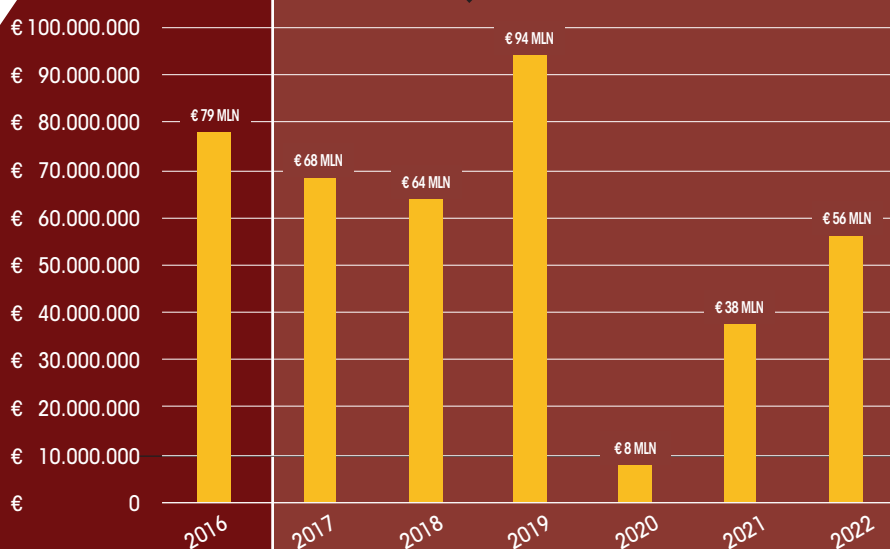
TITOLO	USCITA	DISTRIBUTORE	INCASSO	PRESENZE
ME CONTRO TE IL FILM - PERSI NEL TEMPO	01/01/22	WARNER BROS.	€ 3.520.469	531.022
BELLI CIAO	01/01/22	VISION DISTRIBUTION	€ 3.013.400	436.722
ENNIO	17/02/22	LUCKY RED	€ 2.744.233	432.655
CORRO DA TE	17/03/22	VISION/UNIVERSAL	€ 2.441.385	383.278
IL SESSO DEGLI ANGELI	21/04/22	01 DISTRIBUTION	€ 1.514.066	218.762
NOSTALGIA	25/05/22	MEDUSA FILM	€ 1.483.884	235.239
DIABOLIK	16/12/21	01 DISTRIBUTION	€ 865.046	130.479
AMERICA LATINA	13/01/22	VISION DISTRIBUTION	€ 651.310	100.545
7 DONNE E UN MISTERO	25/12/21	WARNER BROS.	€ 572.197	90.129
ESTERNO NOTTE - PARTE 1	18/05/22	LUCKY RED	€ 542.022	84.177
C'ERA UNA VOLTA IL CRIMINE	10/03/22	01 DISTRIBUTION	€ 513.697	79.670
LA BEFANA VIEN DI NOTTE II - LE ORIGINI	30/12/21	01 DISTRIBUTION	€ 422.709	63.967
L'OMBRA DEL GIORNO	24/02/22	01 DISTRIBUTION	€ 331.941	57.140
SETTEMBRE	05/05/22	01 DISTRIBUTION	€ 319.216	57.077
GLI IDOLI DELLE DONNE	14/04/22	VISION DISTRIBUTION	€ 312.130	46.020
SUPEREROI	23/12/21	MEDUSA FILM	€ 258.104	39.443
ESTERNO NOTTE - PARTE 2	09/06/22	LUCKY RED	€ 251.296	39.903
CHI HA INCASTRATO BABBO NATALE?	16/12/21	VISION DISTRIBUTION	€ 237.408	32.581
IL MUTO DI GALLURA	24/03/22	FANDANGO	€ 207.444	31.420
OCCHIALI NERI	24/02/22	VISION DISTRIBUTION	€ 169.057	24.900

N.B. sono incluse le co-produzioni

Fonte: Cinetel

Fig. 6

### IL BOX OFFICE ESTIVO (2016-2022) INCASSI DAL 1° GIUGNO AL 31 AGOSTO



Fonte: Cinetel

do vertiginosamente passando da una quota del 32,8% a gennaio 2022 al 3% di agosto. Un minimo storico dovuto, oltre alla disaffezione degli spettatori verso il prodotto nazionale, anche alla quasi totale assenza di film made in Italy nei mesi estivi.

#### UN'ESTATE TRA SOLE E NUVOLE

E a proposito di mesi estivi, periodo storicamente debole per i nostri botteghini, da giugno ad agosto i cinema italiani hanno raccolto 55,8 milioni di euro. Ossia +47% sull'estate dello scorso anno, e -25% sulla media delle estati pre-Covid 2017-2019. Soffermendosi sugli incassi mensili, come già accennato, luglio 2022 (16,7 milioni) è andato anche meglio di luglio 2018 (13,1 mi- ➤

lioni); questo grazie principalmente a *Thor: Love and Thunder* uscito il 6 luglio, supportato dalle code di *Elvis* e *Top Gun: Maverick*. Nella totale assenza di titoli italiani e anche di qualità (a parte l'ottima resa della rassegna "Un mondo di sogni animati" coi vecchi capolavori animati dello Studio Ghibli), sono stati i blockbuster hollywoodiani a sostenere l'estate: blockbuster che non sono usciti neanche così numerosi, visto che dopo *Thor* si è dovuto attendere più di un mese e mezzo prima della release di *Minions 2*.

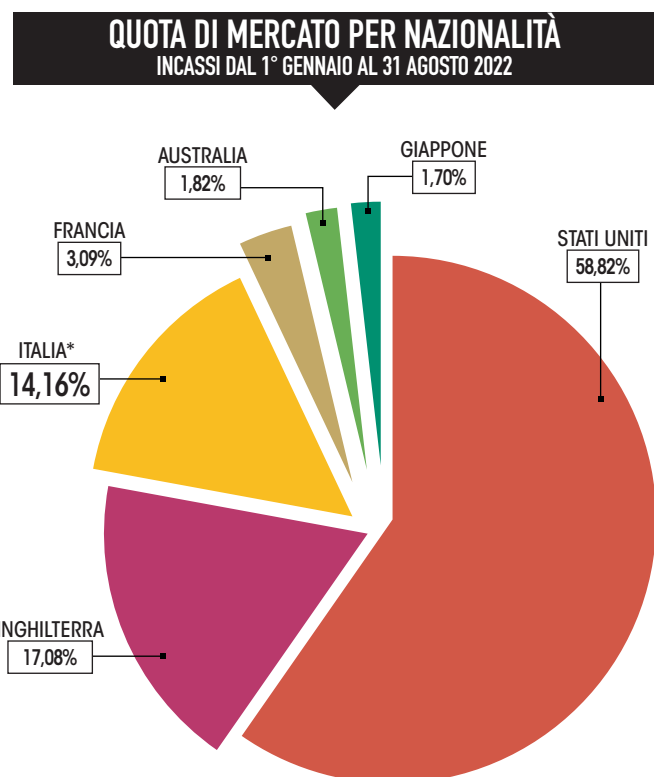
## CLASSIFICA DISTRIBUTORI

Nei primi 8 mesi dell'anno, il distributore che ha registrato le maggiori entrate è stato Warner Bros. con 46,9 milioni di euro, grazie principalmente agli incassi di *The Batman*, *Animali Fantastici* e *Uncharted*, per una quota di mercato del 27%. Secondo è Disney con 36,1 milioni (21%) e terzo Universal con 29,7 milioni (17%). Segue Eagle con 22,8 milioni (13%) e, a debita distanza, 01 Distribution con 8,9 milioni (5%), Vision con 7,36 milioni (4%) e Lucky Red con 7,3 milioni (4%).



Uncharted (Warner)

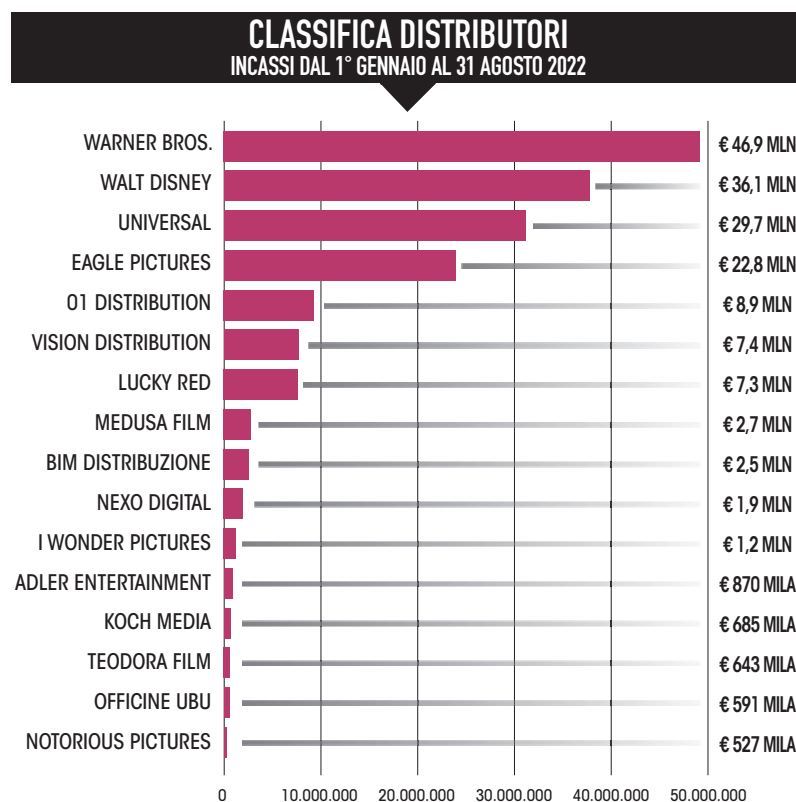
Fig. 7



\* Include le co-produzioni

Fonte: Cinetel

Fig. 8



© Marvel Studios/Walt Disney Company (2), Warner Bros./DC Entertainment (1), Paramount Pictures (1), Universal Pictures/Illumination Entertainment (1), Universal Picture (1), Warner Bros. Pictures (1), Walt Disney Company (1), Sony Pictures/Warner Bros. (1)

Fonte: Cinetel

# LISTINO AUTUNNO 2022

## SANCTUARY

di Zachary Wigon  
con Margaret Qualley, Christopher Abbott

## MARCIA SU ROMA

di Mark Cousins  
con Alba Rohrwacher

## AMANDA

di Carolina Cavalli  
con Benedetta Porcaroli,  
Galatea Bellugi, Michele Bravi,  
Giovanna Mezzogiorno

## IL MIO VICINO ADOLF

di Leon Prudovsky  
con David Hayman, Udo Kier

## L'ORIGINE DU MAL

di Sébastien Marnier  
con Laure Calamy, Doria Tillier

## IL PICCOLO NICOLAS COSA STIAMO ASPETTANDO PER ESSERE FELICI?

di Amandine Fredon e Benjamin Massoubre

## SÌ, CHEF! LA BRIGADE

di Louis-Julien Petit  
con Audrey Lamy, François Cluzet

**DIVERSAMENTE INDIPENDENTI**







# CONTRIBUTI SELETTIVI ALLA PRODUZIONE

## A CHI SONO ANDATI?

ECCO TUTTE LE OPERE AUDIOVISIVE PER CINEMA, WEB E TV CHE HANNO OTTENUTO I CONTRIBUTI SELETTIVI ALLA PRODUZIONE PER LA PRIMA SESSIONE 2022 DEL BANDO MIC DAL VALORE COMPLESSIVO DI 12,7 MILIONI DI EURO. TRA I FILM CHE SI SONO SPARTITI IL FINANZIAMENTO COMPLESSIVO, *I FRATELLI DE FILIPPO* DI SERGIO RUBINI, *LA CHIMERA* DI ALICE ROHRWACHER E *IN VIAGGIO* DI GIANFRANCO ROSI

di **Martina Gelmetti**

# 67

opere per un finanziamento di 12,7 milioni di euro. Sono questi i numeri complessivi della prima sessione del 2022 del bando istituito dal MiC per la concessione dei contributi selettivi alla produzione. A fine luglio la Direzione Generale Cinema e Audiovisivo ha infatti pubblicato i titoli dei progetti audiovisivi per cinema, Tv e web che hanno ottenuto il sostegno pubblico previsto dalla Legge 220/2016.

Nel dettaglio, il finanziamento di 12,7 milioni di euro è stato così suddiviso secondo le cinque sotto-linee di intervento decise dalla Legge Franceschini:

- A) 1.465.000 euro per la produzione di 8 lungometraggi di giovani autori
- B) 2.546.000 euro per 9 opere prime e seconde sempre di lungometraggio
- C) 1.100.000 di euro per 23 documentari

e cortometraggi cinematografici, televisivi e web

- D) 1.429.000 euro per 9 opere di animazione
- E) 6.160.000 euro per 18 opere cinematografiche di lungometraggio difficili e di particolare qualità artistica.

La forbice dei contributi è molto ampia e va da un minimo di 15mila euro a un massimo di 890mila euro. Le opere che hanno ottenuto i finanziamenti più alti sono: *I fratelli De Filippo* di Sergio Rubini, con appunto 890mila euro, prodotto da Pepito Produzioni con Nuovo Teatro e RS Productions; *La chimera* di Alice Rohrwacher, coproduzione Tempesta (Italia), Amka Films (Svizzera), Ad Vitam (Francia) con 700mila euro; poi, *Il discepolo* di Luigi Cecinelli, prodotto da ➤



## GIOVANI AUTORI

LUNGOMETRAGGI PER IL CINEMA DIRETTI DA REGISTI UNDER 35

TITOLO	REGIA	ASSETTO PRODUTTIVO	CONTRIBUTO RICHIESTO	CONTRIBUTO ASSEGNATO
EUROPA CENTRALE	Gianluca Minucci	DANUBIO FILM (Italia 100%)	415.000 €	300.000 €
L'INVENZIONE DEL FUTURO	Valerio Vestoso	IMAGE HUNTERS (Italia 100%)	400.000 €	280.000 €
IL MIGLIORE DEI MALI	Susanna Quarta	SOLARIA FILM (Italia 80%), PEACOCK FILM (Svizzera 10%), AGRESYWNA BANDA (Polonia 10%)	300.000 €	240.000 €
UNITÀ MOBILE DI SOCCORSO	Maria Tilli	302 ORIGINAL CONTENT (Italia 100%)	325.000 €	230.000 €
BISOGNA TENTARE DI VIVERE	Prescilla Martin	MICHELANGELO FILM SRL (Italia 40%), GS FILM (Francia 60%)	234.328 €	165.000 €
PER UN PO'	Simone Valentini	TWISTER (Italia 75%), SHOWLAB SRL (Italia 25%)	200.000 €	160.000 €
QUESTE COSE NON AVVENNERO MAI MA SONO SEMPRE	Pierluca Ditano	ALTARA FILMS (Italia 76,88%) BOCALUPO FILM (Francia 23,12%)	80.000 €	60.000 €
LA NUOVA SCUOLA GENOVESE	Paolo Fossati, Yuri Della Casa	FORMAT (Italia 50%) GAGARIN (Italia 50%)	36.050 €	30.000 €
<b>Totale</b>				<b>1.465.000 €</b>

## OPERE PRIME E SECONDE

LUNGOMETRAGGI PER IL CINEMA REALIZZATI DA UN REGISTA ESORDIENTE O ALLA SUA SECONDA PROVA DIETRO LA MACCHINA DA PRESA

TITOLO	REGIA	ASSETTO PRODUTTIVO	CONTRIBUTO RICHIESTO	CONTRIBUTO ASSEGNATO
MIMÌ - IL PRINCIPE DELLE TENEBRE	Brando De Sica	INDIANA PRODUCTION (Italia 100%), RUN FILM (Italia 0%)	600.000 €	420.000 €
ELENA LA MATTA	Stefano Casertano	TITANUS PRODUCTION (Italia 80%), DARING HOUSE (Germania 20%)	650.000 €	404.000 €
PRINCESS	Roberto De Paolis Maino	YOUNG FILMS (Italia 50%), INDIGO FILM (Italia 50%)	500.000 €	350.000 €
THE CAGE- NELLA GABBIA	Massimiliano Zanin	WAVE CINEMA (Italia 25%), FAIRWAY FILM (Italia 25%), RODEO DRIVE (Italia 50%)	470.000 €	330.000 €
SENTIMENTI OSCURI	Michele Barbone	MEDIA VIZION (Albania 20%), B&B CORPORATION FILM (Italia 80%)	450.000 €	315.000 €
L'ACQUA FRESCA	Anna Maria Donatella Sciveres	PARTNER MEDIA INVESTMENT (Italia 100%)	400.000 €	300.000 €
DISCO INFERNO	Eleonora Di Mario	NIGHTSWIM (Italia 90%), LES FILMS DU VEYRIER (Francia 10%)	280.000 €	196.000 €
NON RIATTACCARE	Manfredi Lucibello	MOMPRACEM (Italia 90%), ROSEBUD ENTERTAINMENT PICTURES (Francia 10%)	250.000 €	175.000 €
DARIO FO: L'ULTIMO MISTERO BUFFO	Gianluca Rame	CLIPPER MEDIA (Italia 86,37%), CINECITTA' (Italia 13,63%)	80.000 €	56.000 €
<b>Totale</b>				<b>2.546.000 €</b>

Coevolutions, con 595mila euro; seguono infine, con 500mila euro, *Alberi erranti e naufraghi* di Salvatore Mereu, produzione Viacolvento (Italia), Unité (Francia), e *Sotto le nuvole* (ora noto col titolo *In viaggio*) di Gianfranco Rosi, prodotto da 21Uno film (Italia), Stemal Entertainment (Italia), Les Films d'Ici (Francia).

Da ricordare che, oltre a questa prima sessione, per il 2022 sono previste altre due tranche di contributi che portano il contributo totale annuo a 38.100.000 euro.

### I CRITERI

Sanciti dall'art.26 della Legge 220/2016, i contributi selettivi si affiancano ai contributi automatici e crediti di imposta (concessi sulla base di requisiti oggettivi) allo scopo di valorizzare la qualità artistica e il valore culturale del

progetto. Erogati a fondo perduto, i contributi selettivi sono attribuiti, come noto, in base alla graduatoria stilata da una commissione di esperti – individuati tra personalità di chiara fama, anche internazionale, e di comprovata qualificazione professionale nel settore cinematografico e audiovisivo – che tiene conto di diversi criteri qualitativi quali: l'originalità della sceneggiatura/soggetto; la visione innovativa e lo stile del regista; il valore del cast artistico e tecnico; il potenziale di diffusione dell'opera nel circuito dei festival e delle sale sia in Italia, sia all'estero; l'assetto tecnico, tecnologico, produttivo e finanziario; il rispetto delle pari opportunità di genere; l'assetto internazionale in chiave di coproduzioni o partecipazioni. A seguire, una panoramica dei principali progetti finanziati nelle cinque sotto-linee di intervento. ➤





### LA COMMISSIONE

I 15 esperti della commissione che – come previsto dall'articolo 26, comma 2, della legge 220/2016 – deve decidere i punteggi delle graduatorie e relativi contributi sono: Pedro Armocida, Rita Borioni, Alessandro Boschi, Elisabetta Bruscolini, Giandomenico Celata, Arnaldo Colasanti, Raffaella Del Vecchio, Antonio Ferraro, Marina Giovannini, Guia Loffredo, Andrea Minuz, Georgette Ranucci, Gianfranco Rinaldi, Valerio Toniolo e Vanessa Tonnini.

## DOCUMENTARI E CORTOMETRAGGI

OPERE DESTINATE AL CINEMA, TV E WEB

TITOLO	REGIA	ASSETTO PRODUTTIVO	CONTRIBUTO RICHIESTO	CONTRIBUTO ASSEGNATO
FELA, IL MIO DIO VIVENTE	Daniele Vicari	FABRIQUE ENTERTAINMENT (Italia 80%), GRASSHOPPER FILMS (Regno Unito 20%)	208.923 €	118.000 €
HOLLYWOOD FRA L'ANIENE E IL TEVERE: LA TECHNICOLOR A ROMA (1955-2013) UN SOGNO LUNGO 60 ANNI	Mario Musumeci	ESTRA DIGITAL (Italia 100%)	150.000 €	105.000 €
BESTIARI, ERBARI, LAPIDARI	Martina Parenti , Massimo D'Anolfi	MONTMORENCY FILM (Italia 80%), BOCALUPO FILMS (Francia 20%)	140.000 €	98.000 €
GENTE STRANA	Marta Miniucchi	GENOMA FILMS (Italia 100%)	107.500 €	76.000 €
ZEFFIRELLI, IL RIBELLE CONFORMISTA	Selma Jean Dell'Olio	LA CASA ROSSA (Italia 30%), RS PRODUCTIONS (Italia 70%)	100.000 €	70.000 €
PEPPE DE SANTIS	Stefano Della Casa	BEETLEFILM SRL (Italia 100%)	100.000 €	70.000 €
L'IO SINGOLARE PROPRIO MIO	Francesco Piccolo	FANDANGO (Italia 100%)	100.000 €	70.000 €
LIFE IS (NOT) A GAME	Antonio Valerio Spera	MOREL FILM (Italia 70%), Salon Indien Films (Spagna 30%)	82.402 €	58.000 €
VIRNA LISI	Fabrizio Corallo	SURF FILM (Italia 50%), DEAN FILM (Italia 50%)	71.200 €	50.000 €
IL CERCHIO	Sofia Chiarello	INDIGO FILM (Italia 100%)	64.728 €	46.000 €
PASOLINI - UN OMICIDIO POLITICO	Paolo Angelini	VERDIANA (Italia 100%)	50.000 €	35.000 €
SENZA MALIZIA.LAURA ANTONELLI, LA DIVA MALINCONICA	Nello Correale , Bernard Bedarida	TIPOTA MOVIE COMPANY (Italia 100%)	50.000 €	35.000 €
UN LAVORETTO FACILE FACILE	Giovanni Boscolo	DINAMO (Italia 100%)	47.205 €	34.000 €
È LA VITA CHE SOGNA	Marina Spada	GAGARIN (Italia 56,25%), TICO FILM COMPANY (Italia 18,75%), DOK MOBILE (Svizzera 25%)	46.925 €	33.000 €
CI VEDIAMO DA RIZ ARMONIE E DISSONANZE	Marco Dentici	MNEMOSYNE (Italia 50%), N6 PRODUCTION (Italia 50%)	40.000 €	28.000 €
BAMBOLA	Giorgio Musumeci	OZ FILM (Italia 100%)	40.000 €	28.000 €
BELLEZZA, ADDIO	Carmen Giardina , Massimiliano Palmese	ZIVAGO FILM (Italia 100%)	40.000 €	28.000 €
FONDOTINTA	John Alex Siciliani	RIO FILM (Italia 60%), ZOORAMA (Italia 40%)	34.250 €	24.000 €
NIENTE	Eugenia Costantini	ULALA' FILM & CO. (Italia 100%)	32.000 €	23.000 €
PRIMO SANGUE	Antonio La Camera	MELEAGRIS FILM (Italia 100%)	32.000 €	23.000 €
BIRDWATCHING	Francesco Eramo	INDYCA (Italia 100%)	25.000 €	18.000 €
LE PRIME VOLTE	Giulia Cosentino , Perla Sardella	MALFÉ FILM (Italia 80%), Wendigo Films (Francia 20%)	17.742 €	15.000 €
ALBA BLU	Emanuela Mascherini	STETI PRODUZIONI (Italia 100%)	18.759 €	15.000 €
<b>Totale</b>				<b>1.100.000,00 €</b>

## GIOVANI AUTORI

Arriva a un totale di 1.465.000 euro il finanziamento complessivo destinato alla sotto-linea di intervento dedicata alla “produzione di opere cinematografiche di lungometraggio realizzate da giovani autori”, ossia a film realizzati da registi che, alla data di scadenza del bando, non abbiano ancora compiuto il 35° anno di età (lo stesso requisito anagrafico è richiesto anche a una delle seguenti figure: sceneggiatore, autore della fotografia, autore delle musiche originali, autore della scenografia). A spartirsi il contributo, 8 film (di cui almeno due prodotti da società di nuova costituzione). Tra questi, il titolo che ha ottenuto il contributo più alto di 300mila euro è *Europa Centrale* di Gianluca Minucci (classe 1987), qui al suo primo lungometraggio dopo aver diretto diversi videoclip e cortometraggi. A produrre il film la nuova società di produzione gestita dallo stesso Minucci chiamata Danubio Blu.

## OPERE PRIME E SECONDE

Al reparto riservato alla “produzione di opere cinematografiche di lungometraggio prime e seconde” è stato allocato un finanziamento di 2.546.000 milioni di euro. A spartirsi la somma, 9 film diretti da registi esordienti o alla loro seconda prova dietro la macchina da presa. Il contributo più consistente da 420mila euro è andato a *Mimì - Il principe delle tenebre* di Brando De Sica, nipote di Vittorio e figlio di Christian, qui al suo secondo lungometraggio dopo *Parlami di me* (2008) e dopo diversi corti e mediometraggi e aver partecipato alla sceneggiatura di



*Racconto dei racconti* di Garrone. A produrlo Indiana Production e Run Film.

## DOCUMENTARI E CORTI

Il finanziamento complessivo alla “produzione di documentari e cortometraggi cinematografici, televisivi e web” ammonta a 1.100.000 euro per 23 progetti. Il titolo ad aver ottenuto il contributo è *Fela, Il mio Dio vivente* di Daniele Vicari: il regista di *Diaz - Non pulire questo sangue* torna dunque al documenta-

rio, genere che aveva esplorato con successo negli anni passati, non ultimo con il film *La nave dolce*, Premio Pasinetti al Festival di Venezia 2012. *Fela, Il mio Dio vivente* è prodotto da Fabrique Entertainment insieme alla società americana Grasshopper Films che negli ultimi anni ha sostenuto film italiani acclamati nel circuito dei festival quali *Il buco* di Michelangelo Frammartino e *Futura* di Pietro Marcello, Francesco Munzi, Alice Rohrwacher. ➤

## ANIMAZIONE

OPERE DESTINATE AL CINEMA, TV E WEB

TITOLO	REGIA	ASSETTO PRODUTTIVO	CONTRIBUTO RICHIESTO	CONTRIBUTO ASSEGNATO
LEO DA VINCI - SECONDA STAGIONE	Sergio Manfio	GRUPPO ALCUNI (Italia 55%), COSMOS ANIMATION SINGAPORE (Singapore 15%)	500.000 €	400.000 €
IL MONDO DI LEO	Dario Silvio Vittore Piana	BRAND-CROSS (Italia 100%)	400.000 €	320.000 €
VOTE FOR SANTA	Francesco Cinquemani	MINERVA PICTURES GROUP	450.000 €	315.000 €
FANTASTICI ANIMALI DA CIRCO	Angelo Antonucci	ELITE GROUP INTERNATIONAL (Italia 100%)	380.000 €	270.000 €
TERREMOTO	Massimiliano Di Lauro	LA SARRAZ PICTURES (Italia 100%)	39.000 €	35.000 €
GALILEO E LA FAVOLA DEI SUONI	Luca Di Cecca	L&C S.R.L. (Italia 100%)	36.555 €	30.000 €
L'INVENZIONE DELLA VOCE	GIANLUIGI TOCCAFONDO	50N (Italia 39,01%), MIYU PRODUCTIONS (Francia 60,99%)	25.000 €	20.000 €
NON DOVEVO ESSERE L'EROE	Marco Varriale, Lida Patrizia Cancrini Pini	MONKEY BUSINESS PRODUCTION (Italia 100%)	25.700 €	20.000 €
S'OZZASTRU, L'ALBERO PIÙ ANTICO D'ITALIA	Carolina Melis	NICAL FILMS (Italia 100%)	19.000 €	19.000 €
<b>Totale</b>				<b>1.429.000,00 €</b>

**DAL 13 OTTOBRE AL CINEMA**

TUCKER FILM

**LA PIÙ BELLA COMEDIA DELL'ANNO!**

Giovane, divertente, femminista  
*INDIEWIRE*

# NINJA BABY

un film di  
YNGVILD SVE FLIKKE



L'AMORE È  
APPICCIOSO



14+



## ANIMAZIONE

La sotto-linea di intervento dedicata alla "produzione di opere d'animazione cinematografiche, televisive e web" ammonta a oltre 1.429.000 euro. A suddividersela 9 opere, con il contributo più consistente di 400mila euro assegnato alla seconda stagione di *Leo Da Vinci*, serie in computer grafica per bambini incentrata sulle avventure di Leonardo Da Vinci versione teenager, alle prese con sogni e prove da superare nella Firenze del 1400. La prima stagione aveva debuttato su Rai Play il 23 settembre 2019. Questa seconda stagione vede sempre la regia di Sergio Manfio ed è prodotta da Gruppo Alcuni insieme alla società di Singapore Cosmos Animation Singapore.

## PROGETTI DIFFICILI E DI QUALITÀ

La sotto-linea di intervento indirizzata alle "opere cinematografiche di lungometraggio di particolare qualità artistica e i film difficili con risorse finanziarie modeste di lungometraggio" è quella più con-

sistente con un totale di 6.160.000 euro per 18 opere. Il contributo maggiore di 890mila euro è andato al già citato *I fratelli De Filippo* di Sergio Rubini, ritratto dei tre figli di Eduardo Scarpetta durante i primi anni del XX secolo. Il film è stato presentato in Concorso alla Festa del Cinema di Roma 2021 ed è poi uscito nei cinema come evento dal 13 al 15 dicembre 2021 con 01 Distribution, facendo vincere il David di Donatello come Miglior musicista a Nicola Piovani.

## PROGETTI NON FINANZIATI E NON AMMISSIBILI

In totale sono state 294 le domande per il bando, con una forte richiesta soprattutto per la sotto-linea dei documentari e cortometraggi: ben 130 progetti presentati sui 23 che hanno ottenuto il contributo. Consistente anche la richiesta per le opere prime e seconde (65 domande per 9 progetti finanziati) e per i lungometraggi di qualità/difficili (anche qui 65 domande per 18 titoli finanziati). **BO**



## FILM DIFFICILI E DI PARTICOLARE QUALITÀ ARTISTICA

LUNGOMETRAGGI DI VALORE CULTURALE PER IL CINEMA PRODOTTI CON RISORSE FINANZIARIE MODESTE

TITOLO	REGIA	ASSETTO PRODUTTIVO	CONTRIBUTO RICHIESTO	CONTRIBUTO ASSEGNATO
I FRATELLI DE FILIPPO	Sergio Rubini	PEPITO PRODUZIONI (Italia 92%), NUOVO TEATRO (Italia 4%), RS PRODUCTIONS (Italia 4%)	1.260.643 €	890.000 €
LA CHIMERA	Alice Rohrwacher	TEMPESTA (Italia 70%), AMKA FILMS PRODUCTIONS (Svizzera 15,42%), AD VITAM PRODUCTION (Francia 14,58%)	1.000.000 €	700.000 €
IL DISCEPOLO	Luigi Cecinelli	COEVOLUTIONS (Italia 100%)	850.000 €	595.000 €
ALBERI ERRANTI E NAUFRAGHI	Salvatore Mereu	VIACOLVENTO (Italia 80%), Unité (Francia 20%)	700.000 €	500.000 €
SOTTO LE NUVOLE	Gianfranco Rosi	21 UNO FILM (Italia 46%), STEMAL ENTERTAINMENT (Italia 44%), LES FILMS D'ICI (Francia 10%)	700.000 €	500.000 €
SUPERLUNA	Federico Bondi	VIVO FILM (Italia 90%), TARANTULA (Belgio 10%)	700.000 €	490.000 €
HUNGRY BIRD	Antonio Capuano	MOSAICON FILM (Italia 40%), ESKIMO (Italia 40%), FILMO2 (Francia 20%)	550.000 €	385.000 €
UN PILOTA AMERICANO	Leonardo Tiberi	WORLD VIDEO PRODUCTION (Italia 100%)	400.000 €	280.000 €
VERTIGINE NERA (tit. provv.)	Giancarlo Soldi	BIZEF PRODUZIONE (Italia 80%), ELLLY FILMS GMBH (Austria 20%)	370.000 €	259.000 €
SCENE DA UNA VAGHEGGIATA "RECHERCHE"	GIULIO BASE	AGNUS DEI TIZIANA ROCCA PRODUCTION (Italia 80%), ROSEBUD ENTERTAINMENT PICTURES (Francia 20%)	400.000 €	250.000 €
LA COSA MIGLIORE	Federico Ferrone	APAPAJA (Italia 70%), JANAPROD ARL (Marocco 10%), LES FILMS d'ANTOINE (Francia 20%)	250.000 €	220.000 €
CARLA FRACCI. ISTRUZIONI PER UNA VITA D'ARTISTA	Daniele Luchetti	ANELE (Italia 100%)	300.000 €	220.000 €
CERCANDO ITACA	Sergio Basso	PEGA PRODUCTION (Italia 100%)	300.000 €	210.000 €
LA BOLLA DELLE ACQUE MATTE	Anna Maria Alfonsina Di Francisca	INCIPIT FILM SRL (Italia 74,61%), CASABLANCA (Slovenia 25,39%)	290.000 €	203.000 €
TI MANGIO IL CUORE	Giuseppe Mezzapesa	INDIGO FILM (Italia 100%)	247.872 €	174.000 €
STORIA DI FAMIGLIA	Laura Angiulli	IL TEATRO / STABILE D'INNOVAZIONE GALLERIA TOLEDO (Italia 100%)	225.000 €	158.000 €
I DANNATI	Roberto Minervini	OKTA FILM (Italia 45,95%), PULPA FILM LLC (Stati Uniti 10,86%), MICHIGAN FILMS (Belgio 10,59%), SHELLAC SUD (Francia 32,60%)	100.000 €	80.000 €
GIANNI MINA' - UNA VITA DA GIORNALISTA	Loredana Macchietti	FORMAT (Italia 80%), EXHIBEO S.A. CORAL CINE (Uruguay 20%)	65.620 €	46.000 €
<b>Totale</b>				<b>6.160.000,00 €</b>



**THE FABELMANS**

REGIA Steven Spielberg  
CAST Michelle Williams,  
Seth Rogen, Paul Dano  
USA / Amblin Entertainment



**IL COLIBRÌ**

REGIA Francesca Archibugi  
CAST Pierfrancesco Favino, Kasia Smutniak,  
Bérénice Bejo, Laura Morante, Sergio Albelli,  
Alessandro Tedeschi, Benedetta Porcaroli,  
Massimo Ceccherini, Fotini Peluso,  
Francesco Centorame, Pietro Ragusa,  
Valeria Cavalli, Nanni Moretti

ITALIA - FRANCIA / Fandango con Rai Cinema  
in coproduzione con Les Films des Tournelles e Orange Studio



**THE PALACE**

REGIA Roman Polanski  
CAST Oliver Masucci, John Cleese,  
Mickey Rourke, Fanny Ardant,  
Luca Barbareschi, Aleksandr Petrov,  
Bronwyn James, Joaquim De Almeida,  
Fortunato Cerlino, Milan Peschel

ITALIA - SVIZZERA - POLONIA - FRANCIA / Eliseo Multimedia  
con Rai Cinema, in coproduzione con Lucky BOB,  
CAB Productions e RP Productions



**THE SON**

REGIA Florian Zeller  
CAST Anthony Hopkins,  
Hugh Jackman, Laura Dern,  
Vanessa Kirby

USA / FRANCIA / UK - Big Indie Pictures



**IO CAPITANO**

REGIA Matteo Garrone  
CAST Seydou Sarr, Moustapha Fall  
ITALIA / BELGIO - Archimede con Rai Cinema, Tarantula



**KILLERS OF  
THE FLOWER MOON**

REGIA Martin Scorsese  
CAST Robert De Niro, Leonardo DiCaprio  
USA / Applan Way



**IL SOL DELL'AVVENIRE**

REGIA Nanni Moretti  
CAST Margherita Buy, Silvio Orlando,  
Barbora Bobulova, Mathieu Amalrich,  
Nanni Moretti

ITALIA / FRANCIA - Sacher Film, Fandango con Rai Cinema, Le Pacte



**LA CONVERSIONE**

REGIA Marco Bellocchio  
ITALIA - IBC Movie, Kavac Film con Rai Cinema



**CHIARA**

REGIA Susanna Nicchiarelli  
CAST Margherita Mazzucco,  
Andrea Carpenzano, Luigi Lo Cascio,  
Carlotta Natoli, Paola Tiziana Cruciani,  
Flaminia Mancin, Valentino Campitelli,  
Paolo Briguglia

ITALIA - BELGIO / Vivo film con Rai Cinema, Tarantula



**L'OMBRA DI CARAVAGGIO**

REGIA Michele Placido  
CAST Riccardo Scamarcio, Louis Garrel,  
Isabelle Huppert, Micaela Ramazzotti,  
Tedua, Vinicio Marchioni, Michele Placido

ITALIA - FRANCIA / Goldenart Production con Rai Cinema  
in coproduzione con Le Pacte e Mact Productions



**MIXED BY ERRY**

REGIA Sydney Sibilia  
CAST Luigi D'Oriano, Giuseppe Arena,  
Emanuele Palumbo, Fabrizio Gifuni,  
Francesco Di Leva, Greta Esposito,  
Cristiana Dell'Anna

ITALIA / Groenlandia con Rai Cinema



**EDUCAZIONE FISICA**

REGIA Stefano Cipani  
CAST Angela Finocchiaro,  
Giovanna Mezzogiorno, Raffaella Rea,  
Sergio Rubini, Claudio Santamaria

ITALIA - POLONIA / Paco Cinematografica  
con Rai Cinema e Luce Cinecittà  
in coproduzione con Agresywna Banda



**LE VELE SCARLATTE**

REGIA Pietro Marcello  
CAST Juliette Jouan, Raphaël Thiéry,  
Noémie Lvovsky, Louis Garrel,  
Yolande Moreau

FRANCIA / GERMANIA / ITALIA - CG Cinéma, Avventurosa  
con Rai Cinema in coproduzione con Match Factory Production,  
Arte France Cinéma, ZDF con la partecipazione d'ARTE,  
Les Films du Losange



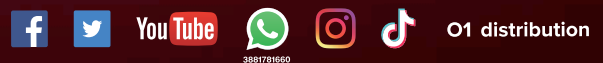
**MIA**

REGIA Ivano De Matteo  
CAST Edoardo Leo, Milena Mancini,  
Greta Gasbarri

ITALIA - Lotus Production, una società Leone Film Group,  
con Rai Cinema

**LISTINO 2022|2023**

segui sui social



www.O1distribution.it

# NUOVO CINEMA LUXURY

L'ITALIA SI PREPARA AD ACCOGLIERE FIRST CLASS ENTERTAINMENT, IL NUOVO CIRCUITO CINEMATOGRAFICO ITALIANO NATO SUL MODELLO DELLE PICCOLE SALE DI LUSSO EUROPEE, CARATTERIZZATE DA ARREDAMENTI, COMFORT E SERVIZI UNICI ED ESCLUSIVI. IL PRESIDENTE **RICHARD BORG** RACCONTA LA NASCITA E L'EVOLUZIONE DI QUESTA AMBIZIOSA START-UP INNOVATIVA

di **Monica Ciceri**







Si guarda spesso con ammirazione e invidia a quelle prestigiose sale londinesi o americane caratterizzate da arredamenti ricercati, tecnologie all'avanguardia, servizi esclusivi e un comfort unico. Un traguardo a cui si aspira ma che il più delle volte sembra irraggiungibile nel nostro mercato. Eppure qualcuno ha creduto in questo modello e ha deciso di replicarlo anche nel nostro Paese investendo nel nuovo circuito cinematografico First Class Entertainment. Un progetto che prevede l'apertura di tre flagship esclusivi a Milano, Roma e Torino entro l'anno prossimo. Ma di cosa si tratta esattamente? A presentare questa ambiziosa iniziativa è Richard Borg (ex amministratore delegato di Universal Pictures International Italy), presidente di FCE.

### Com'è nata l'idea di creare il circuito cinematografico luxury First Class Entertainment in Italia?

Tutto è nato osservando quei piccoli cinema e club esclusivi a Londra ed in altre capitali europee che garantiscono un'esperienza cinematografica mai vista sinora in Italia. Penso a Everyman Cinemas, o a Tivoli Cinemas. Oggi FCE è una start-up innovativa che offre servizi esclusivi e all'avanguardia. Ad esempio cambieremo radicalmente il rapporto con il distributore condividendo subito



Richard Borg,  
presidente di FCE

la quota d'incasso e il profilo del cliente. Questo ridefinisce completamente il rapporto tra esercente e distributore, garantendo una totale trasparenza tra le parti. Dove possibile, investiremo per recuperare le sale nei centri cittadini, altrimenti costruiremo la struttura ex novo. Inoltre, offriamo il nostro know-how per realizzare cinema di lusso anche all'interno di hotel e navi, e dedicheremo sale al mondo degli Esports.

### Ci presenti il team di First Class Entertainment.


Io sono il presidente della società e mi occupo principalmente dell'approvvigionamento del prodotto filmico, in cui rientrano anche prodotti originali delle piattaforme digitali con le quali stiamo imbastendo un rapporto contrattuale. Tra i nostri soci figurano Alessandro Rossi del circuito Movieplanet, un importante consulente strategico di Trevi-

so, e altre figure che annunceremo più avanti dato che c'è un grande interesse da parte di molti operatori del settore ad entrare in FCE.

### Quando e dove inaugurerete il circuito?

Inizialmente costruiremo tre sale come flagship che mostrino le potenzialità di questo progetto. Entro fine 2022 dovremmo aprire a Torino (4 sale), al posto dell'ex Cinema Lux, per poi inaugurare una struttura all'interno di un prestigioso hotel di Milano (3 schermi) e un cinema a Roma (4 sale), costruito ex novo. Queste ultime due apriranno nel 2023.

### Come saranno strutturate le vostre sale?

Il concept FCE Elite prevede cinema di 3-4 schermi, con 40 posti per ciascuna sala. Tutte le nostre strutture avranno poltrone extra comfort e saranno dotate di proiettori laser e impianti audio Dolby 7.1 e Dolby Atmos. Alcune sale potranno contare anche su FCE Lounge, un ristorante che permette di cenare prima o dopo lo spettacolo con menù concordati con chef stellati, oppure si potrà mangiare durante la proiezione con menù finger food. Tutti i servizi saranno gestiti tramite un'app dedicata. 

© courtesy of First Class Entertainment (5)



Per maggiori informazioni  
visitare [www.fcscreen.com](http://www.fcscreen.com)

# LE STAR DEL FILMING ITALY BEST MOVIE AWARD

REGISTI DA OSCAR, ATTORI DI FAMA INTERNAZIONALE, IL MEGLIO DEL CINEMA ITALIANO. ECCO I PROTAGONISTI DELLA CERIMONIA DI CONSEGNA DEL PREMIO IDEATO DA TIZIANA ROCCA E VITO SINOPOLI CHE SI È TENUTA DURANTE IL FESTIVAL DI VENEZIA

a cura della redazione - foto di Daniele Venturelli

Giunto alla IV edizione, in pochi anni il Filming Italy Best Movie Award è cresciuto sempre più nella cornice della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia diventando un premio di grande importanza nel settore cinematografico. Un riconoscimento di valore che viene assegnato ai titoli e alle serie Tv italiane ed internazionali, nonché ai migliori talent e professional dell'ultima stagione cinematografica, durante una cerimonia esclusiva presso la Sala degli Stucchi dell'Hotel Excelsior. Quest'anno la serata di gala del premio ideato da Ti-

ziana Rocca (Direttore Generale e Artistic Filming Italy Award) e Vito Sinopoli (Amministratore Unico Duesse Communication e socio fondatore e Presidente del premio) si è tenuta il 4 settembre 2022 e ha visto la partecipazione di nomi importanti della settimana arte, in primis il maestro del grande cinema europeo Claude Lelouch. A lui è stato consegnato il Filming Italy Best Movie International Director Achievement Award proprio dal Direttore Artistico della Mostra Alberto Barbera. Madrina di questa è stata invece Ilenia Pastorelli.



La madrina Ilenia Pastorelli consegna a Salvatore Esposito il premio Menzione speciale per *La cena perfetta*



Il regista Claude Lelouch con il Filming Italy Best Movie International Director Achievement Award insieme al Direttore Artistico del Festival di Venezia Alberto Barbera



Paolo Del Brocco (ad di Rai Cinema) con Claudio Bisio votato Miglior attore dell'anno





Giorgio Viaro (responsabile di redazione e coordinamento editoriale di *Best Movie*), Tiziana Rocca (direttore generale e artistico *Filming Italy Award*), l'attrice Ilenia Pastorelli e Vito Sinopoli (Amministratore Unico Duesse Communication e socio fondatore e Presidente del premio)

Il Direttore generale cinema e audiovisivo del MiC Nicola Borrelli con Adriano Panatta, premio speciale per il docufilm *Una Squadra*



Carolina Crescentini e Massimiliano Bruno, rispettivamente Miglior attrice in una commedia e Menzione speciale per la sceneggiatura per *C'era una volta il crimine*

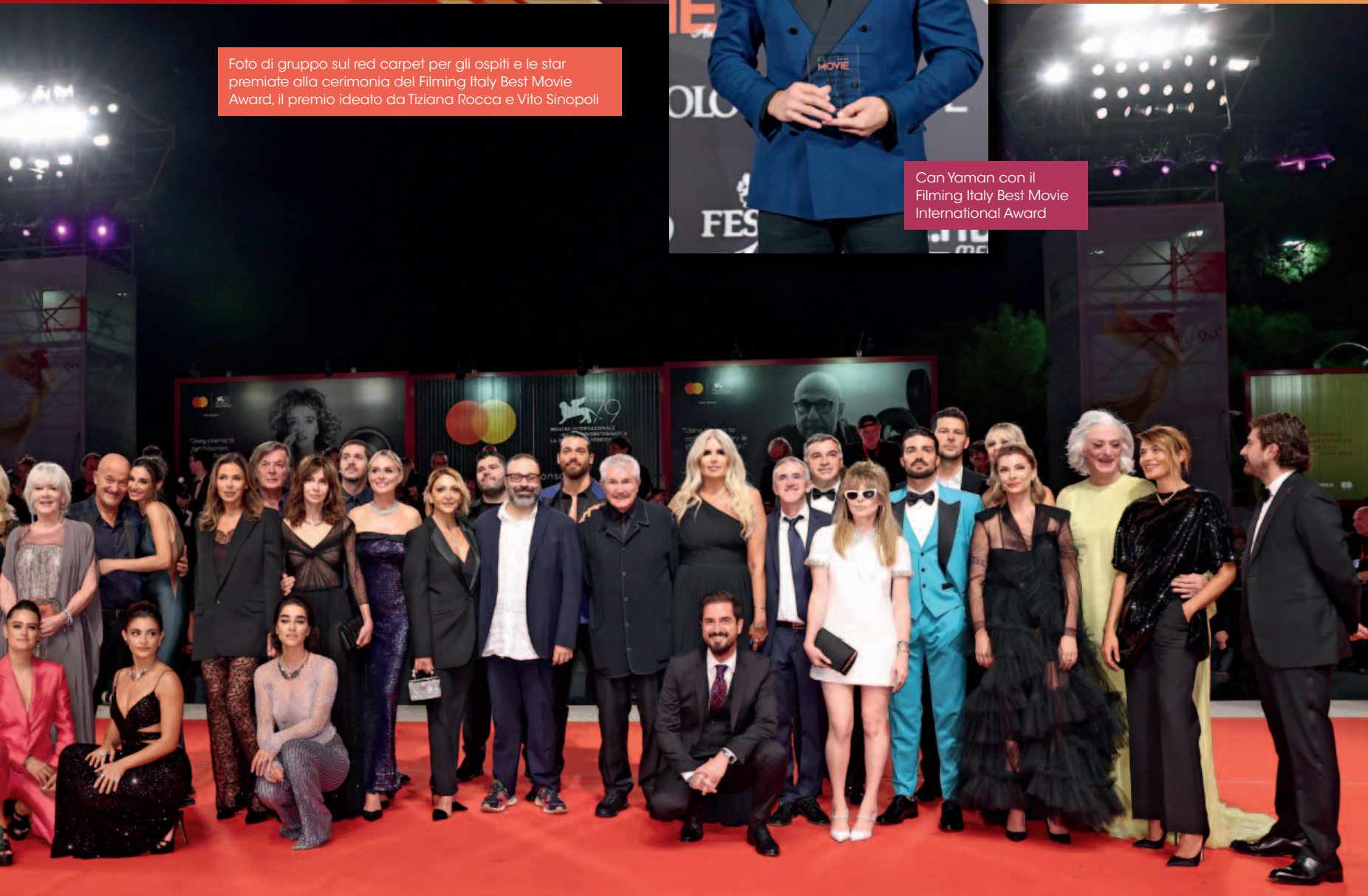


Alessandro Siani, Miglior regista per *Chi ha incastrato Babbo Natale?*



Can Yaman con il *Filming Italy Best Movie International Award*

Foto di gruppo sul red carpet per gli ospiti e le star premiate alla cerimonia del *Filming Italy Best Movie Award*, il premio ideato da Tiziana Rocca e Vito Sinopoli





Francesca Chillemi sfoggia il premio come Miglior attrice protagonista per la serie *Che Dio ci aiuti*



Tiziana Rocca con la star spagnola Najwa Nimri (Filming Italy Best Movie International Award) e la madrina della Mostra Rocío Muñoz Morales



Jack Dylan Grazer immortalato con il Filming Italy Best Movie International Award



A Serena Autieri il premio Menzione speciale "Donne del cinema italiano" per il film *Con tutto il cuore*



Federica Pellegrini onorata con il Filming Best Movie Sport Award per *Underwater* - Federica Pellegrini



Laura Chiatti premiata come Miglior attrice in un film drammatico per *Ero in guerra ma non lo sapevo*



Aurora Giovinazzo sorride con il Filming Italy Best Movie Young per il suo ruolo in *Freaks Out*



Claudio Santamaria è stato eletto Miglior attore protagonista per *Freaks Out*



Giancarlo Commare con in mano il premio Young Generation per *Maschile Singolare*



Gabriele Mainetti, premio per la Miglior regia per *Freaks Out*



L'attrice statunitense Katherine Watson ha consegnato il Filming Italy Best Movie Women Power Award a Natasha Lyonne



A Caterina Caselli il premio per il Miglior docu-film *Caterina Caselli - Una vita, cento vite*



Drusilla Foer votata Personaggio Tv dell'anno



L'attrice francese Anne Parillaud ha ricevuto il Filming Italy Best Movie European Award



Rosabell Laurenti Sellers (premiata con il Filming Italy Best Movie Award in collaborazione con il Centro Sperimentale di Cinematografia per la categoria Giovani Talenti), Marta Donzelli (Presidente del CSC) e Tiziana Rocca



Paola Minaccioni mostra il premio Menzione speciale miglior attrice non protagonista in una serie Tv per *Le fate ignoranti*



Anna Foglietta sorride con il premio Menzione speciale per *Alfredino - Una storia italiana*



Simona Tabasco, premio Menzione speciale nella categoria Young Generation per la serie *Luna Park*



Maria Giuseppina Troccoli consegna ad Andrea Morricone il premio per la miglior regia a Giuseppe Tornatore per il docufilm *Ennio*



Mariano Di Vaio ha ricevuto il Premio speciale Social Media Storytelling

© courtesy of Filming Italy Best Movie Award (29) : Shutterstock (1)

# VI RACCONTO IL NUOVO MIA

LA NEO DIRETTRICE **GAIA TRIDENTE**  
OFFRE QUALCHE ANTICIPAZIONE SULLA PROSSIMA  
EDIZIONE DEL MERCATO INTERNAZIONALE  
DELL'AUDIOVISIVO, TRA FOCUS, TREND DI CRESCITA,  
INEDITI PARTNER INTERNAZIONALI E UN'ATTENZIONE  
SPECIALE ALL'UCRAINA. L'EVENTO SI TERRÀ  
DALL'11 AL 15 OTTOBRE A ROMA

di **Ilaria Ravarino**



## **C**osa cambia con la nuova direzione del MIA?

Cambia soprattutto l'approccio. Avendo già lavorato al MIA come Head of Scripted Divisions, ho traghettato il mio metodo nell'approccio generale editoriale, portando il contenuto al centro delle attività del mercato. L'idea è quella di allargare il raggio d'azione e di scoperta del mercato alle idee, allargandoci anche all'animazione, sia seriale che feature. E ci saranno novità legate alla collaborazione con un grande festival di comics. Avremo anche nuovi partner internazionali, alcuni per la prima volta con noi.

## **A** quali novità assisteremo durante il mercato?

Ci saranno novità che riguardano il market screening: il MIA diventa un mercato di anticipazione del prodotto, un luogo dove andare a scoprire i progetti pronti dal 2023 in avanti. Un altro aspetto importante riguarda le partecipazioni europee: abbiamo fatto un grande lavoro per portare al MIA i grandi interlocutori europei, come il network Europa International, l'EBU - European Broadcasting Union ed Eurimages, che verrà a Roma a parlare di un nuovo piano di finanziamento alla serialità con gli addetti ai lavori e le



# MIA

## Always ahead Upgrade your business.

Mercato Internazionale  
Audiovisivo  
Film - Drama - Doc



istituzioni. Eurimages ci offre anche, per la prima volta, il patrocinio.

### Ci sono evoluzioni sulla partecipazione di nuovi Paesi?

Ci siamo molto impegnati sul continente africano, cercando di mettere a fuoco alcune delle più interessanti novità e la sua vivacità produttiva. Sull'animazione, per esempio, stiamo lavorando a un panel molto ricco con tre società ghanesi e nigeriane. E con il Film Institute del Qatar abbiamo una partnership per attività di sostegno alla serialità.

### Focus principali della prossima edizione?

A parte Africa, Europa e animazione, vado particolarmente fiera dello schema di supporto all'Ucraina. Stiamo organizzando un programma di panel, showcase seriali e di animazione, drama e prodotti ucraini. In collaborazione con altri eventi di mercato, tutti in corso tra settembre e ottobre, tentiamo di far sopravvivere il loro forum industriale, la Kiev Media Week, di cui ospiteremo le attività. Abbiamo una folta delegazione ucraina e uno stand dedicato.

### Quale il ruolo della piattaforma Mia Digital?

Ormai è uno strumento indispensabile per il mercato. Per noi è fondamentale raggiungere il più alto numero di player

e chi vuole può fare anche solo l'accredito digitale, per ascoltare o partecipare a panel e appuntamenti B2B. La piattaforma è completamente integrata ed è fondamentale continuare a farla crescere. Apre a metà settembre e rimane disponibile fino a fine novembre.

### Previsioni di crescita del MIA?

Le aspettative sono alte. A un mese dall'apertura degli accrediti registriamo

una crescita del 120% di accreditati provenienti da tutto il mondo.

### Su che budget avete potuto contare?

In linea con l'anno scorso, forse leggermente più basso. In compenso abbiamo costi molto più alti legati ai materiali per le gravi carenze provocate dalla guerra, e alla logistica degli ospiti per l'aumento dei prezzi dei voli.

© courtesy of MIA (4)



# LE TARGHE DI BOX OFFICE

ALCUNI TRA GLI ESERCENTI PIÙ RAPPRESENTATIVI DELLE DIVERSE TIPOLOGIE DI SALE HANNO VOTATO IL MIGLIOR LISTINO, CONVENTION, LISTINO INDIPENDENTE, TRAILER, PROMO E SHOWREEL AL TERMINE DELLE GIORNATE PROFESSIONALI DI RICCIONE. ECCO TUTTI I VINCITORI DEGLI AMBITI PREMI

a cura della redazione



L'amministratore delegato Daniel Frigo al centro del team di The Walt Disney Company Italia con le targhe di Box Office per il miglior listino e per il miglior trailer

## WALT DISNEY

MIGLIOR LISTINO

MIGLIOR TRAILER

Grande successo a Ciné per The Walt Disney Company Italia - guidata dall'amministratore delegato Daniel Frigo - a cui gli esercenti hanno assegnato ben due targhe di Box Office. La società ha, infatti, ricevuto il premio per il miglior listino, caratterizzato da diversi blockbuster americani e da titoli di grande qualità, e per il miglior trailer grazie alle immagini e all'esperienza immersiva di *Avatar: La via dell'acqua*.

## UNIVERSAL PICTURES

MIGLIOR CONVENTION (ex aequo)

MIGLIOR SHOWREEL

Doppia targa di Box Office per Universal Pictures International Italy, che si è aggiudicata l'ambita targa di Box Office per la miglior convention (ex aequo con Vision Distribution) e per il miglior showreel, ovvero la veste grafica della presentazione. La convention, introdotta da Xavier Albert (Managing Director Italy & France), ha visto succedersi nelle presentazioni diverse figure del team della major.





## VISION DISTRIBUTION

**MIGLIOR  
CONVENTION  
(ex aequo)**

Vision Distribution si è distinta alle giornate professionali di Riccione per la presentazione dei suoi film in arrivo sul grande schermo. La società di Massimiliano Orfei si è, infatti, aggiudicata la targa di *Box Office* per la miglior convention (ex aequo con Universal Pictures International Italy).

La squadra di Vision Distribution. Da sinistra, Davide Novelli (Distribution Director), Massimiliano Orfei (amministratore delegato), Luisa Borella (Deputy COO) e Laura Mirabella (Marketing Director)

## LUCKY RED

**MIGLIOR  
LISTINO  
INDIPENDENTE**

A lasciare il segno nel cuore degli esercenti di Riccione è stata anche l'offerta cinematografica - eterogenea e di grande qualità - di Lucky Red. La società guidata da Andrea Occhipinti si è, infatti, aggiudicata la targa di *Box Office* come miglior listino indipendente.

Il team di Lucky Red. Al centro con la targa Gabriele D'Andrea, direttore distribuzione della società



## MEDUSA FILM

**MIGLIOR  
PROMO**

Hanno convinto gli esercenti le lunghe clip della commedia in costume *La stranezza* di Roberto Andò, interpretato da Toni Servillo, Salvatore Ficarra, Valentino Picone, Luigi Lo Cascio, Donatella Finocchiaro e Renato Carpentieri. Immagini che sono valse a Medusa Film - guidata dal vicepresidente e amministratore delegato Giampaolo Letta - la targa di *Box Office* per il miglior promo.

Il team di Medusa Film. Da sinistra, Giampaolo Letta (vicepresidente e ad), Tiziana Mazzola (capo ufficio stampa), Paolo Orlando (direttore della distribuzione) e Andrea Lazzarin (direttore marketing)

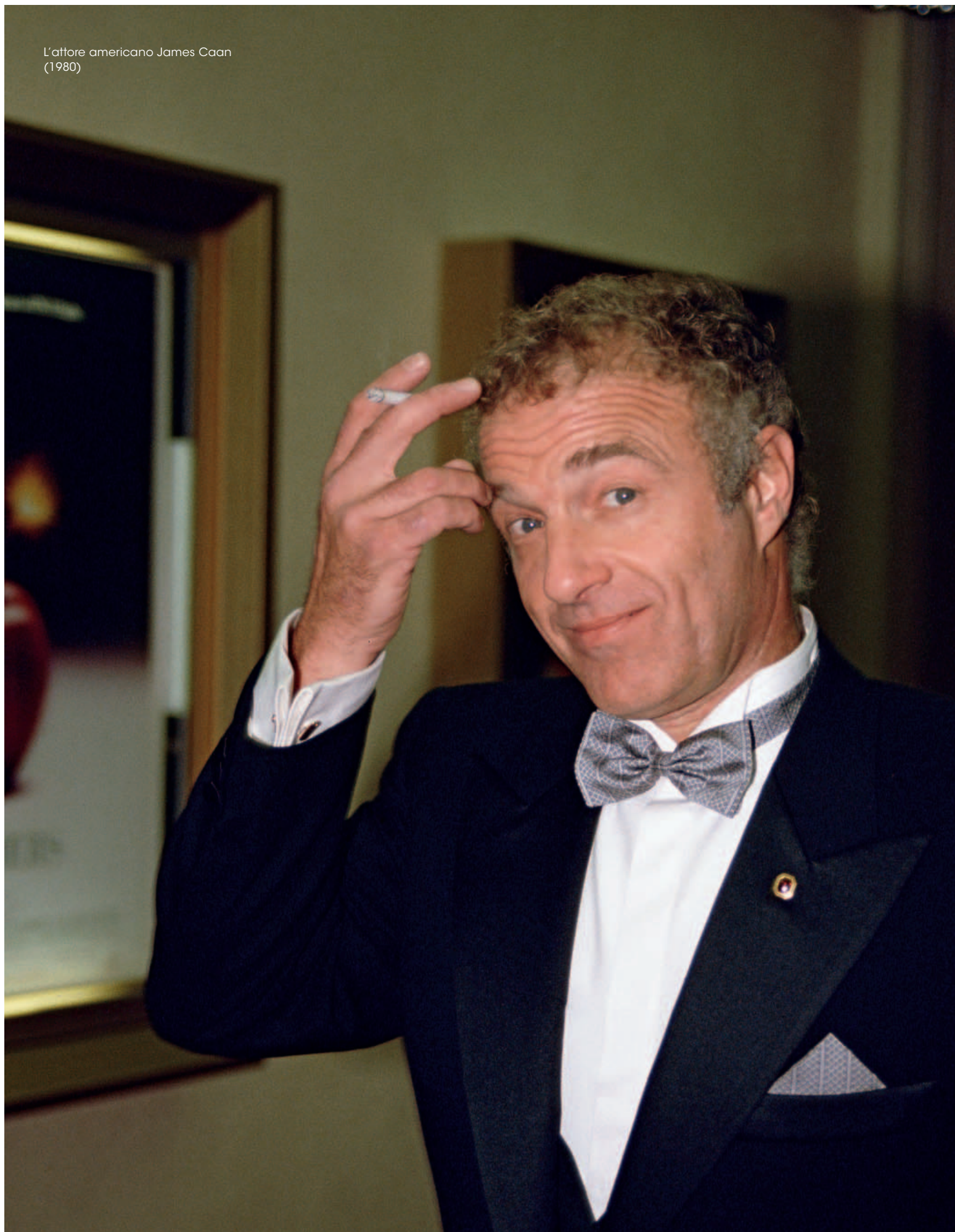


### CHI HA VOTATO:

**Ecco gli esercenti che hanno votato le targhe di *Box Office* dopo le giornate professionali di Riccione:** Simone Castagno, Felice De Santis, Francesco Di Cola, Mimmo Dinoia, Giorgio Ferrero, Gianantonio Furlan, Simone Gialdini, Silvia Giometti, Mario Lorini, Andrea Malucelli, Donatella Miceli, Matteo Nenciolini, Gianluca Pantano, Erik Protti, Paolo e Silvia Protti, Tomaso Quilleri, Alessandro Rossi, Pierluca Sforza, Enrico Signorelli, Francesco Santalucia, Andrea Stratta, Angelo Tacca

© courtesy of Walt Disney (1); courtesy of Universal Pictures (1); courtesy of Vision Distribution (1); courtesy of Lucky Red (1); courtesy of Medusa (1)

L'attore americano James Caan  
(1980)



© 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.

Giuseppe  
Fiorello

Massimo  
Ghini

Sabrina  
Impacciatore

Alessandro  
Bisegna

Jenny  
De Nucci

# RAGAZZACCIO

Un film di Paolo Ruffini

Il virus più contagioso è ancora l'amore

PROSSIMAMENTE AL CINEMA



MINERVA  
PICTURES



Di.Te.  
ASSOCIAZIONE  
NAZIONALE  
DIPENDENZE  
TECNOLOGICHE  
GAP • CYBER  
BULLISMO

DAL REGISTA DI UN AFFARE DI FAMIGLIA

# LE BUONE STELLE

## BROKER

UN FILM DI KORE-EDA HIROKAZU



MIGLIOR ATTORE  
FESTIVAL DI CANNES



DAL 13 OTTOBRE #SOLOALCINEMA

LUCKY RED

ZIP CINEMA

ENM

KOCH MEDIA

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



FRANÇOIS KRAUS, DENIS PINEAU-VALENCIENNE & JÉRÔME SEYDOUX  
PRESENTANO

PIERRE  
**NINEY**

ISABELLE  
**ADJANI**

FRANÇOIS  
**CLUZET**

MARINE  
**VACTH**



FESTIVAL DI CANNES  
FUORI CONCORSO  
SELEZIONE UFFICIALE 2022

# MASQUERADE

UN FILM DE  
**NICOLAS BEDOS**

EMMANUELLE  
**DEVOS**

LAURA  
**MORANTE**

CHARLES  
**BERLING**

**A NATALE #SOLOALCINEMA**

6+

LES FILMS  
DU KIOSQUE

COPIE

HUBER PROD

UN

CANAL+

SONS

TELE

TELE

TELE

COPIE

33

Cinéma

INDÉFILMS

80 IMAGE 2010

ALLIANCE

FRANCE

7

Medi

811

U

U

U

U

U

U

U

U

U

LUCKY RED