

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

BOXOFFICE

www.e-duesse.it

ANNO XXVII - N. 1/2 - 15-30 gennaio 2023



INCASSI

I numeri del box office italiano nel 2022

SPAGNA

I due principali circuiti leggono il mercato

Alessandro Araimo

WARNER BROS. DISCOVERY, UNA NUOVA ERA

IL GENERAL MANAGER ITALY & IBERIA DELLA MAJOR PRESENTA
LE STRATEGIE A LUNGO TERMINE DEL GRUPPO ALLA LUCE DELLA RECENTE
FUSIONE E RIORGANIZZAZIONE INTERNA



**CANDIDATO AL GOLDEN GLOBE
MIGLIOR FILM STRANIERO**



VINCITORE



**FESTIVAL DI CANNES
MIGLIOR REGISTA**

DECISION TO LEAVE

*“Una storia d’amore
magistrale e abbagliante”*

VARIETY

UN FILM DI
PARK CHAN-WOOK

**DAL 2 FEBBRAIO
SOLO AL CINEMA**

CJ ENM CO., LTD. PRESENTA UNA PRODUZIONE MOHO FILM UN FILM DI PARK CHAN-WOOK "DECISION TO LEAVE" TANG WEI PARK HAE-IL
CO-STARRING LEE JUNG-HYUN PARK YONG-WOO GO KYUNG-PYO KIM SHIN-YOUNG PRODUTTORE ESECUTIVO MIKYL LEE
CO-PRODUTTORE ESECUTIVO KANG HO-SUNG AMMINISTRATORE FINANZIARIO SI YEON-JAE CO-AMMINISTRATORE FINANZIARIO KWON MIN-SUNG
DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA KIM JI-YONG SCENEGGIATURA RYU SEONG-HIE MONTAGGIO KIM SANG-BUM MUSICA DI CHO YOUNG-WUK
COSTUMI KWAK JUNG-AE TRUCCO E ACCORCIATURE SONG JONG-HEE TESSUTO DELL'ILLUMINAZIONE SHIN SANG-YEUL
PRODUZIONE SOUND MIXER JUNG GUN SUPERVISORE GUNO KIM SUK-WON SUPERVISORE VFX LEE JEON-HYOUNG CO-PRODUTTORE KO DAE-SEOK
PRODOTTO DA PARK CHAN-WOOK SCRITTO DA CHUNG SEO-KYUNG PARK CHAN-WOOK DIRETTO DA PARK CHAN-WOOK
©2022 CJ ENM CO., LTD. MOHO FILM. ALL RIGHTS RESERVED.

sky cinema

CJ ENM

GLOBE NE FEST

LUCKY RED



DOVE CONCENTRARE LE ENERGIE?

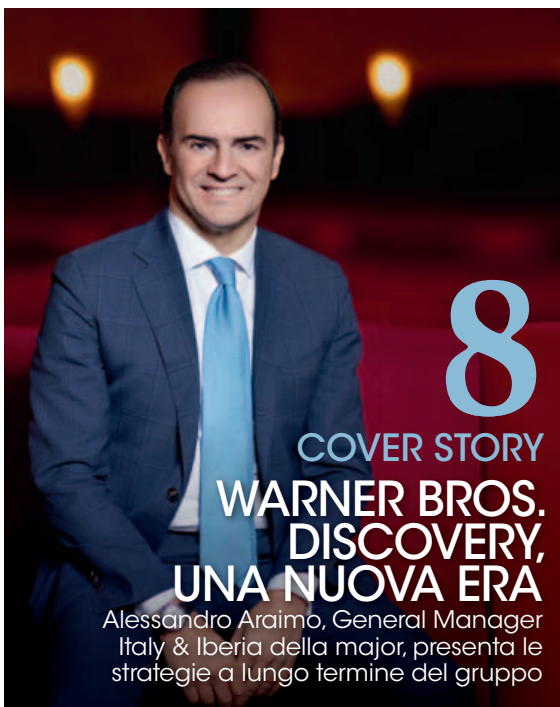


Archiviato il luminoso periodo delle festività, alimentato dall'incredibile fonte di energia di *Avatar 2* e coronato dagli squarci di luce di diverse produzioni italiane, è essenziale tornare immediatamente a ragionare come sistema in termini di efficienza. Dove ha più senso concentrare le proprie energie nel 2023? È questa l'unica domanda che dovrebbe assillare la nostra industria, la quale non può più permettersi di perdere tempo dietro a futili battaglie o a prese di posizione ideologiche di cui non beneficia l'intero mercato. Ormai il quadro generale è chiaro, non servono altre ricerche: la pandemia ha inferto un duro colpo al popolo italiano, che tra il timore dei contagi (presente e pregresso) e le molteplici alternative di intrattenimento si è gradualmente disabituato all'esperienza cinematografica. Per questo il nostro settore deve richiedersi – non solo teoricamente – quali sono le azioni da mettere in campo per far riaffezionare gli spettatori alla magia del cinema, a partire dagli ex moviegoers. Sicuramente lo sforzo produttivo dovrà crescere e tradursi potenzialmente in film di

maggiore appeal, la promozione di ogni singolo titolo andrebbe incrementata, così come le iniziative nazionali dovranno essere più incisive. Si rende poi sempre più necessaria una partnership vincente tra distribuzione ed esercizio, a partire dalla condivisione dei dati e dallo sviluppo tecnologico in sala. Infine, andrebbe fatta un'ultima riflessione sul "prodotto medio" (sia italiano che internazionale), ovvero quel segmento che caratterizza il 70-80% delle uscite cinematografiche durante l'anno. È evidente che questi film non registrano più i numeri di una volta. Vero. Ma perché? Il più delle volte, perché il pubblico associa il prodotto medio a una "qualità media". E nella maggior parte dei casi, purtroppo, questa è una triste verità. Anche il prodotto medio, quindi, deve tornare a elevarsi, a distinguersi per originalità, coraggio e ambizione, nella consapevolezza che a fare la differenza sono sempre le storie. Altrimenti non ci si potrà lamentare che il pubblico preferisca attendere l'uscita in piattaforma streaming piuttosto che pagare il prezzo del biglietto.

di Paolo Sinopoli

Foto Cover: Daniele Cruciani



8 COVER STORY WARNER BROS. DISCOVERY, UNA NUOVA ERA

Alessandro Araimo, General Manager Italy & Iberia della major, presenta le strategie a lungo termine del gruppo

6

NEWS

16

INCASSI ITALIA

2022, UN BOX OFFICE DA MONTAGNE RUSSE

Analisi del mercato cinematografico italiano nel 2022, un'annata attraversata da film che hanno volato altissimo, come *Avatar 2*, ma anche da evidenti criticità del cinema italiano e di qualità

27

ESERCIZIO

IL MERCATO SPAGNOLO VISTO DA CINESE E CINE YELMO

Il punto di vista dei rappresentanti dei principali circuiti iberici, Ramón Biarés (Cinesa) e Fernando Évole (Cine Yelmo)



16

34

PREMI

LE TARGHE DI BOX OFFICE

Assegnati i riconoscimenti ai distributori che si sono distinti alle Giornate professionali di Sorrento

36

CONVEGNO

ESERCIZIO, LE PROPOSTE PER UNA RIPARTENZA STABILE

Francesco Grandinetti, Paolo Protti, Tomaso Quilleri e Andrea Stratta si confrontano al panel organizzato da Box Office

42

GALLERY

I RICORDI DI SORRENTO

I protagonisti della 45ª edizione delle Giornate professionali attraverso le immagini dell'evento

IN ALLEGATO

SPECIALE BOX OFFICE

IL CHI È CHI DEL CINEMA

Tutti i protagonisti e il management delle principali società di distribuzione, produzione ed esercizio cinematografico, ma anche di associazioni, festival, istituzioni, film commission e piattaforme



BOXOFFICE

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

Anno XXVII N. 1/2
15-30 GENNAIO 2023

Direttore responsabile

Vito Sinopoli

Responsabile di redazione Paolo Sinopoli

Redazione Valentina Tortaschi

Impaginazione e fotolito Emmegi Group Milano

Responsabile coordinamento grafico Aldo 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 addeetti 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 addeetti incaricati preposti

agli abbonamenti, al marketing, all'amministrazione

e potranno essere comunicati a società esterne,

per le spedizioni della rivista e per l'invio di materiale promozionale.

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 l'11 gennaio 2023

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE

SCOPRI COME ABBONARSI A BOX OFFICE



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

serviziabbonamenti@e-duesse.it

Tel. 02/277961



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

BOX
OFFICE
ITALIA

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



Scarica su
App Store

Scarica su
Google Play

ANICA, TINNY ANDREATTA SUCCEDA A ONDARZA

L'Assemblea dell'Unione Editori Media Audiovisivi di Anica ha eletto all'unanimità Tinny Andreatta, che succede a Jaime Ondarza, come proprio presidente. «Stiamo attraversando una fase di innovazione e passaggio», ha dichiarato Andreatta, «e sono convinta che l'Unione possa svolgere un ruolo fondamentale per uno sviluppo condiviso e sensibile agli interessi di un comparto industriale e di un Paese che ha tanto da dare nella nuova scena dell'audiovisivo». Tinny Andreatta è vicepresidente per i contenuti italiani di Netflix e guida il team che si occupa di film, serial, documentari e programmi non



© courtesy of Anica

fiction italiani per il servizio di intrattenimento globale. Jaime Ondarza è entrato in Fremantle in veste di Ceo Southern Europe.

LA STORIA DI MEDIASET IN UN VOLUME DA COLLEZIONE

“Con questo lavoro abbiamo voluto ricostruire non solo il contributo fondamentale di Mediaset al finanziamento e al successo del cinema italiano, ma anche indagare il peso che i film da noi prodotti hanno avuto sulla società italiana”, spiega Pier

Silvio Berlusconi nella prefazione di *Mediaset e il cinema italiano*. Un volume da collezione - a cura di Gianni Canova e Rocco Moccagatta - che traccia il lungo cammino percorso dalla società fondata da Silvio Berlusconi, suddiviso in tre macro-aree: Reteitalia (1981-1989), Penta (1990-1994) e Medusa (1995-2021).



© courtesy of Medusa

COME ANDRÀ IL BOX OFFICE MONDIALE NEL 2023?



© iStock

Come ogni anno, Gower Street ha dato uno sguardo alla sua sfera di cristallo e ha azzardato una previsione sul futuro. Secondo la società di analisi americana, nel 2023 dovrebbe continuare la lenta risalita del box office mondiale, raggiungendo 29 miliardi di dollari (+12% sul 2022 e -27% sul triennio 2017-2019). Si tratta di un risultato ancora nettamente inferiore rispetto al 2019, l'ultimo anno pre-pandemico, che aveva registrato 42,3 miliardi di dollari. Nel 2023 si prevede che il Nord America risalirà del 12% a 8,6 miliardi di dollari, contro i 7,65 miliardi di quest'anno, e che il mercato dell'Asia Pacifico (esclusi Cina e America Latina) guadagnerà l'11-12% sul 2022, ma molto al di sotto dei 7,3 miliardi di dollari incassati nel 2021. Si prevede una risalita più lenta per Europa e Medio Oriente, che nel 2023 aggiungerebbero solo il 7% sul 2022, per finire il 30% dietro la media del pre-pandemia. Secondo il gruppo, bisognerà attendere il 2024 per una ripresa completa del mercato cinematografico a livello mondiale.

BREVISSIME

- Fine della corsa per ItsArt, messa in liquidazione a fine 2022 dopo aver bruciato decine di milioni di euro
- Il MiC ha stanziato 15 milioni di euro alle sale per far fronte al caro bollette
- La 12ª edizione delle giornate professionali di Riccione si svolgerà dal 4 al 7 luglio 2023
- È stato approvato l'emendamento per la cessione dei crediti cinematografici
- Il produttore Marco Belardi è entrato in veste di partner nel circuito FCE - First Class Entertainment
- The Space Cinema ha riaperto a Salerno (11 sale, per 1.100 posti) in una nuova veste
- Terminato restyling per la monosala Pop Up Cinema di Bologna, ora 4K con proiettori laser e sistema sonoro Dolby 7.1
- Nuovo accordo distributivo per Legendary, che ha lasciato Warner e ha siglato un accordo pluriennale con Sony Pictures a livello mondiale
- La 18ª edizione della Festa del Cinema di Roma si terrà dal 18 al 29 ottobre 2023
- Davide Milani confermato presidente della Fondazione Ente dello Spettacolo Anica

 **73^a** Internationale
Filmfestspiele
Berlin
**Berlinale Special
Gala**

VISION DISTRIBUTION, INDIANA PRODUCTION, MEMO FILMS, ADLER ENTERTAINMENT
PRESENTANO

PIERFRANCESCO
FAVINO

**L'ULTIMA
NOTTE DI
AMORE**

UN FILM DI
ANDREA DI STEFANO





WARNER BROS. DISCOVERY, UNA NUOVA ERA

ALESSANDRO ARAIMO, GENERAL MANAGER ITALY & IBERIA DELLA MAJOR, PRESENTA LE STRATEGIE A LUNGO TERMINE DEL GRUPPO ALLA LUCE DELLA RECENTE FUSIONE E RIORGANIZZAZIONE INTERNA. CREDE FERMAMENTE IN UNA CATENA DEL VALORE CHE PARTE DALLA SALA, RITIENE CHE PER RISALIRE SIA NECESSARIO OFFRIRE AL PUBBLICO UN'ESPERIENZA CINEMATOGRAFICA ALLO STATO DELL'ARTE, E AUSPICA GLI STATI GENERALI DEL CINEMA PER DELINEARE UN PERCORSO DI RILANCIO STRUTTURALE

di **Paolo Sinopoli** - foto di **Daniele Cruciani**

Assumere la gestione di Warner Bros. Discovery appena ultimata la fusione tra il colosso WarnerMedia (controllato da AT&T) e il gruppo televisivo Discovery, era un'impresa tutt'altro che priva di incognite. Eppure, nonostante la graduale uscita di alcune figure di rilievo della precedente gestione, il General Manager Italy & Iberia della major Alessandro Araimo ha guidato con sicurezza la riorganizzazione di WBD valorizzando talenti con grande esperienza e tracciando un percorso di sviluppo a lungo termine. E mentre Araimo si appresta a compiere il suo primo anno alla guida della major company, Warner Bros. celebra i suoi 100 anni dalla nascita.

Realizzerete qualche iniziativa per celebrare i 100 anni di Warner Bros.?

Più che un evento specifico, questa importante ricorrenza farà da fil rouge alle varie iniziative che realizzeremo durante l'anno. Sarà una celebrazione il più possibile estensiva, che si tradurrà in una pluralità di eventi e contenuti diffusi attraverso la sala cinematografica e i nostri molteplici canali Tv e digitali. Questa ricorrenza farà, quindi, da trampolino di

lancio per una lunga serie di titoli che usciranno in Italia in questi 12 mesi. Sarà poi una grande opportunità di comunicazione anche sul neonato canale free to air Warner Tv, che è un altro importante tassello del nostro network dedicato al cinema e alla serialità.

Riporterete in sala capolavori del passato targati Warner?

Sicuramente sì, anche perché sono eventi particolarmente apprezzati dal grande pubblico, come hanno dimostrato le recenti riedizioni dei primi due capitoli della saga di *Harry Potter*. Attraverso i nostri grandi capolavori del passato intendiamo far riscoprire agli spettatori la magia senza tempo del cinema.

Mettiamo innanzitutto a fuoco Warner Bros. Discovery. Quali sono i punti di forza strategici e sinergici di questa nuova multinazionale?

Warner Bros. Discovery ha un posizionamento unico sul mercato, in quanto basa la propria forza e distintività sulla qualità del contenuto globale e locale che produce. Sposo completamente, infat- ➤



Alessandro Araimo insieme ai protagonisti della commedia *Tre di troppo*, Fabio De Luigi e Virginia Raffaele

ti, quanto dichiarato dal nostro Ceo David Zaslav: oggi la competizione non è sul piano di chi investe di più, ma su chi realizza i contenuti di maggiore qualità. Per questo è fondamentale selezionare le idee migliori, svilupparle con il giusto investimento in termini produttivi e marketing, e poter contare su un sistema di mezzi che riesca a massimizzare il valore del prodotto per ogni finestra di sfruttamento. In questo senso, la sala resta la capofila della cronologia e la componente essenziale nella creazione di valore intrinseco del contenuto. È il lancio cinematografico, infatti, a portarsi dietro un'azione promozionale e una spinta di cui beneficiano tutte le window successive.

Cosa risponde a chi teme che questo nuovo colosso favorirà principalmente gli asset Tv e streaming, a discapito del cinema?

Che non è assolutamente vero. Warner Bros. Discovery investe cifre considerevoli per ciascun film, e lo fa per sfruttare tutte le finestre a disposizione, dalla sala cinematografica fino a home video, piattaforme streaming, pay Tv e free Tv. Oggi il livello di competizione e di investimento è talmente alto che bisogna essere in grado di massimizzare lo sfruttamento del contenuto. È una

questione di sopravvivenza. Aggiungo il fatto che è sempre più difficile distinguersi con un nuovo titolo in un mercato costantemente sovraffollato. Ma l'uscita in sala rappresenta in primis un pilastro del business e un'azione marketing essenziale, perché crea un valore distintivo molto più incisivo.

Quali sono i vostri film di punta in uscita sul grande schermo nel 2023?

Abbiamo un listino estremamente variegato che ci consente di coprire omogeneamente tutto il calendario 2023, garantendo una continuità di prodotto da gennaio a dicembre senza lasciare scoperto nessun periodo, estate compresa, molto attento al giusto equilibrio tra qualità e appeal commerciale. Dopo essere partiti con due importanti local production come *Tre di troppo* e *Me contro Te - Missione giungla*, con cui abbiamo coperto il periodo natalizio e il *back to school*, è il turno dei film targati Warner. Siamo molto orgogliosi di *Mummie - A spasso nel tempo*, una nostra produzione locale spagnola che farà il giro del mondo e su cui abbiamo grandi aspettative. L'intero anno sarà poi accompagnato da ben quattro uscite provenienti dal mondo DC, il sequel *Shazam: Furia degli dei* a mar-

zo, *Flash* a giugno, la new entry *Blue Beetle* ad agosto e *Aquaman 2* a dicembre. Una scommessa fuori da ogni schema è sicuramente *Barbie*, con Margot Robbie e Ryan Gosling, basato su un brand iconico che per la prima volta prende vita in un live-action per il grande schermo. Altri due attesi sequel saranno *Magic Mike - The Last Dance*, con Channing Tatum e Salma Hayek, e l'action con Jason Statham *The Meg 2*. Distribuiremo poi alcuni film di altre major, compreso quello con cui termina la nostra collaborazione con Sony: la commovente dramedy con Tom Hanks *Non così vicino*.

Mentre a inaugurare il nostro rapporto con MGM, con cui abbiamo siglato una partnership internazionale, sarà *Creed III*. A questo seguiranno *The Boys in the Boat* di George Clooney e il nuovo film di Luca Guadagnino *Challengers* con Zendaya. Sul fronte horror proporremo *La casa - Il risveglio del male* e *The Nun 2*, mentre per fine anno abbiamo puntato su un film natalizio come il prequel de *La fabbrica di cioccolato*, *Wonka*, scommettendo ancora una volta sul grande talento di Timothée Chalamet, e sull'attesissimo seguito di *Dune: Part 2*, di cui Chalamet sarà protagonista insieme a Zendaya.

Dopo la saga di *Me contro Te*, *L'immensità* e *Tre di troppo*, come proseguirà l'impegno di Warner nel cinema italiano?

Nei prossimi anni saremo molto rigorosi nella selezione dei progetti e punteremo su quei film che hanno la capacità di distinguersi. Meno titoli, quindi, ma più ambiziosi, con budget più alti e una qualità produttiva superiore alla media. Per noi è fondamentale continuare a essere un player rilevante nel mercato cinematografico italiano e credo moltissimo nel valore e nella capacità dei produttori locali di creare progetti interessanti. La mia intenzione è quella di selezionare un gruppo di partner produttivi di qualità comprovata per creare una rete che garantisca uno scambio di idee continuativo e di medio-lungo termine. Inoltre, la forza dei nostri network televisivi, che rappresentano complessivamente il 10% circa dell'audience Tv totale in Italia, va a supporto dello sforzo marketing che attuiamo normalmente per ogni nostra release. ➤



Tessa Thompson e Michael B. Jordan in *Creed III*, che inaugura l'accordo di distribuzione tra Warner Bros. Discovery e MGM



«OGGI LA COMPETIZIONE NON È SUL PIANO DI CHI INVESTE DI PIÙ, MA SU CHI REALIZZA I CONTENUTI DI MAGGIORE QUALITÀ. IN QUESTO SENSO LA SALA RESTA LA CAPOFILA DELLA CRONOLOGIA»

Quanti film italiani intendete realizzare ogni anno?

Realizzeremo film capaci di rispondere a una logica industriale ed editoriale. Fino ad oggi abbiamo prodotto almeno quattro film all'anno ma è un numero che può crescere a seconda dell'annata. Certo non sarà facile trovare il giusto equilibrio nel calendario delle uscite all'interno di un listino ricco come quello di Warner Bros. Discovery, ma il cinema italiano resta un segmento a cui non vogliamo rinunciare e sono certo che crescerà anche l'investimento medio per titolo.

Qual è la sua visione del mercato cinematografico italiano in termini di crescita e di criticità?

Osservo un lento trend di crescita rispetto al periodo pre-Covid e credo che l'industria debba focalizzarsi soprattutto sull'unicità del grande schermo. Produttori, distributori ed esercenti devono lavorare insieme per garantire un'esperienza distintiva una volta varcata la soglia della sala. E questo processo richiede investimenti da parte dei produttori in termini di qualità del prodotto immesso sul mercato, dei distributori che devono continuare a promuovere adeguatamente i film e il ritorno in sala, e degli esercenti che sono

chiamati a investire nelle loro strutture per garantire una customer experience che offra un valore aggiunto rispetto a casa propria. Non stiamo attraversando una fase irreversibile e dobbiamo credere che anche se gli schermi Tv nei salotti diventano più grandi, il cinema offrirà sempre la migliore esperienza. Allo stesso tempo, però, la sala deve evolvere sfruttando i propri asset: la dimensione, il comfort, la facilità di accesso alla struttura, il ventaglio dei titoli in programmazione, ecc... Molto dipende anche dalla capacità dei gestori di segmentare il pubblico: ci saranno spettatori disposti a pagare un prezzo maggiorato per un'esperienza luxury, altri inclini a spendere un prezzo medio del biglietto per una visione meno esclusiva, seppur di alto livello, e infine un pubblico basso spendente. È cruciale imparare a intercettare e a servire al meglio i propri clienti.

Molti guardano al 2023 come l'anno della riscossa che ci riavvicinerà ai numeri del pre-pandemia. Ne è convinto anche lei, o è più cauto nelle previsioni?

Non è semplice decifrare correttamente l'andamento discontinuo del mercato a causa delle conseguenze della pande-

mia e dell'incertezza diffusa dovuta alle tensioni internazionali. Data questa premessa, non saprei dire con certezza se il livello pre-pandemico fosse in termini assoluti un *El Dorado*, il minimo sindacale o una buona media per un mercato cinematografico virtuoso. Al momento stiamo registrando un trend di crescita importante, anche se non sufficiente per raggiungere il triennio 2017-2019. Come dicevo, bisogna davvero lavorare su un'ulteriore evoluzione dell'esperienza in sala e interrogarsi su come riportare il pubblico al cinema.

A questo proposito, crede che l'anno prossimo si riuscirà a rimettere in piede un'iniziativa estiva sulla falsa riga di Moviement?

Warner Bros. Discovery ha sempre creduto moltissimo nell'estate e anche quest'anno, tra giugno e agosto, distribuiremo *The Flash*, *The Boys in the Boat*, *Barbie*, *Blue Beetle*, *The Meg 2* e *Challengers*. Non so se Moviement sia l'opzione migliore, ma sicuramente l'industria dovrebbe sedersi seriamente attorno a un tavolo e valutare tutte le opzioni, migliorando il coordinamento per dar vita a una serie di eventi siste-



Tra i quattro cinecomic targati DC in uscita quest'anno figura anche il sequel *Shazam: Furia degli dei* a marzo



matici da proporre ogni anno (proprio come "Cinema in Festa"). L'unico modo per riportare il pubblico in sala è attraverso iniziative concrete. Certo un evento come Moviement potrebbe migliorare il periodo estivo e magari si risolverebbe un annoso problema che ci trasciamo da troppi anni. Ma sinceramente vorrei registrare un incremento di affluenza anche in mesi come marzo, aprile, o settembre. Ho l'impressione che potremmo fare molto di più come industria, ad esempio mettendo in piedi gli Stati Generali del cinema e decidendo insieme quali passi muovere ogni mese dell'anno. Tra le varie iniziative, il nostro gruppo realizzerà una grande campagna per incentivare il ritorno del pubblico in sala e che diffonderemo sui nostri canali televisivi e su tutti i punti di contatto del nostro ecosistema multimediale.

Quando il mercato dello streaming si stabilizzerà a livello di abbonati, come immagina il futuro equilibrio tra film per la sala e per le piattaforme?

Non vedo nessun antagonismo tra le finestre. Ogni window rappresenta un potenziale valore da sfruttare e sono tutte necessarie

per massimizzare i ricavi di un film. Per questo le grandi produzioni delle major – sicuramente quelle di Warner Bros. Discovery – continueranno a uscire al cinema, per poi andare sulle piattaforme streaming. Realizzare un servizio on demand digitale di successo è un altro business: è richiesto un altissimo numero di contenuti e i film non devono necessariamente essere in prima visione. Per noi la prima visione deve essere sempre nella sala cinematografica. Lo stesso *Black Adam* è andato benissimo sul grande schermo e poi in Spagna ha allargato la sua visibilità su HBO Max. Ma sono business diversi. La prima finestra deve essere la sala, per redditività e per il fatto che può avere un moltiplicatore di valore molto alto.

Mai come oggi è al centro il tema della sostenibilità economica delle piattaforme: Netflix si è convertita alla pubblicità e David Zaslav ha preannunciato il lancio di un servizio avod. Quale crede sarà nei prossimi anni il modello più sostenibile per lo streaming?

A livello generale, il mercato dei media è caratterizzato da un'audience segmentata. C'è chi non è disposto a pagare un abbonamento a una piattaforma >



Salma Hayek e Channing Tatum in *Magic Mike - The Last Dance* di Steven Soderbergh

«POTREMMO FARE MOLTO DI PIÙ COME INDUSTRIA, AD ESEMPIO METTENDO IN PIEDI GLI STATI GENERALI DEL CINEMA E STABILENDO QUALI PASSI MUOVERE OGNI MESE DELL'ANNO»

e continuerà a rivolgersi ai servizi avod. Poi c'è chi vuole beneficiare di tutti i contenuti premium a disposizione e si abbona a più servizi on demand. Quello che è certo è che da un lato le piattaforme avod non possono contare su prodotti premium, visto che il modello di business non sarebbe sostenibile, e dall'altro che per le produzioni cinematografiche il passaggio in sala resta fondamentale per poi proseguire il proprio ciclo di vita sulle piattaforme svod.

Oggi sono tante le carte sul tavolo: caro energia, window, estate, tenitura, tax credit, Cinema in Festa, situazione rinnovo sale. Quali di questi punti dovrebbe avere la massima priorità?

La vera priorità è migliorare l'esperienza in sala. Le piattaforme streaming hanno avuto successo perché hanno offerto qualcosa di diverso rispetto alla fruizione più "passiva" dei canali lineari. Allo stesso tempo, la sala, per cui

«I GIOVANI VANNO RIEDUCATI ALLA CULTURA DELLA SALA, VANNO CONVINTI CHE VEDERE UN FILM SUL GRANDE SCHERMO SIA UNA GRANDE ESPERIENZA»





il pubblico ha un'aspettativa, deve offrire un'esperienza immersiva, diversa da quella casalinga.

Oggi intercettare il target dei più giovani non è cosa facile. Che tipo di iniziative, eventualmente anche nazionali, si potrebbero fare?

Sicuramente i giovani vanno rieducati alla cultura della sala, vanno convinti che vedere un film sul grande schermo sia una grande esperienza. Molte relazioni personali sono oggi mediate dal cellulare e per fare uscire di casa i giovani bisogna offrire loro un'esperienza nuova, coinvolgente, originale, emozionante. Bisognerà anche agire sulla leva del prezzo a cui, in una certa fascia di età, si è particolarmente sensibili. Servirebbero poi più titoli in gra-

Sopra, la produzione animata spagnola *Mummie - A spasso nel tempo*; a destra, Margot Robbie è la protagonista del live-action *Barbie*, al fianco di Ryan Gosling; in basso, *Me contro Te - Missione giungla*



do di dialogare maggiormente con questo target, non solo internazionali, ma specialmente sul fronte nazionale.

In che modo la collaborazione con l'esercizio potrebbe essere più strategica in termini di comunicazione e rapporto con il pubblico?

Più che di rapporto esclusivo con gli esercenti, avverto ancora una volta la

necessità di un coordinamento strutturale tra produttori, distributori e gestori di sale. Per questo rinnovo l'appello a creare un tavolo di lavoro congiunto per ragionare su un piano di crescita del mercato. La relazione one-to-one tra le parti non basta più, servono una maggior sinergia da parte di tutti e gli Stati Generali del cinema per tracciare un vero e proprio percorso di rilancio strutturale. **BO**



LA SQUADRA DI ARAIMO

Circa un mese dopo la nomina a General Manager, Alessandro Araimo ha comunicato i nomi che compongono la squadra della sua prima linea che lo supporta nelle attività di Italia & Iberia: a Carlos Prada, VP Studios Theatrical Production & Distribution, sono affidate le attività di produzione locale e distribuzione del business relativo a Studios e sale cinematografiche; Laura Carafoli, SVP TV Networks & Digital Local Production, gestisce il portfolio televisivo free e pay del gruppo e le produzioni locali TV e digital; Massimo Ghedini, GVP Adsales & Sponsorship, è a capo della concessionaria di pubblicità; Fabrizio Ioli, SVP Consumer Product, Retail & Physical Home Entertainment, ha la responsabilità delle attività relative ai prodotti di consumo, al retail e l'home entertainment su supporti fisici; Angel Yllera, ricopre il ruolo di VP Affiliates, Content Licensing, Digital Home Entertainment; Andrea Vidoni, VP Marketing & Consumer PR, ha la responsabilità delle attività di marketing e di quelle destinate al mondo consumer; Marcello Dolores, ricopre il ruolo di GVP Legal; Angela Saporiti è Chief Financial Officer, Elena Santambrogio è VP People & Culture; Adriano Baioni come Senior Director Communications segue le attività di comunicazione corporate e consumer; Cristina Cattaneo, Senior Director Insight&Research ha la responsabilità di gestire il dipartimento che si occupa di ricerche e elaborazione dei dati.

© Daniele Cruciani / courtesy of Warner Bros. Discovery (4); courtesy of Warner Bros. Discovery (6)

2022, UN BOX OFFICE DA MONTAGNE RUSSE

PRIMA ANNATA DALLO SCOPPIO DELLA PANDEMIA IN CUI IN ITALIA I CINEMA SONO STATI SEMPRE APERTI, IL 2022 HA SÌ CHIUSO A +81% SUL 2021, MA RISPETTO AL PRE-COVID LE PRESENZE RIMANGONO DIMEZZATE. E SE ALCUNI TITOLI COME AVATAR 2, MINIONS 2, DOCTOR STRANGE 2, TOP GUN: MAVERICK HANNO VOLATO ALTISSIMI, IL CINEMA DI QUALITÀ E LE PRODUZIONI ITALIANE HANNO GENERALMENTE ARRANCATO. UNA RIPRESA C'È STATA, MA PROSEGUE A STRAPPI, TRA ACCELERATE DIROMPENTI E BRUSCHE FRENATE, SEGNO DI UN MERCATO ANCORA POCO STABILE. ECCO COSA CI DICONO I DATI DEL REPORT CINETEL

di **Valentina Torlaschi**

In queste pagine, i tre film di maggior successo del 2022: Avatar: La via dell'acqua (27,5 milioni di euro di incasso nell'annata di riferimento; Disney), Doctor Strange nel multiverso della follia (13,6 milioni; Disney), Minions 2 - Come Gru diventa cattivissimo (14,7 milioni; Universal)

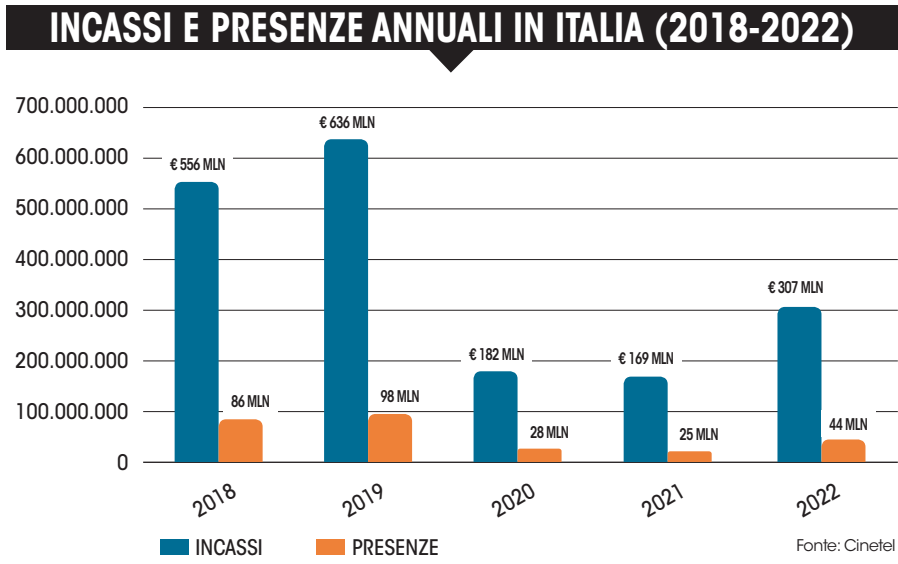


D

più che l'anno della risalita dopo le annate difficili della pandemia, il 2022 è stato un anno di montagne russe. Di vette e cadute. Di film che hanno volato altissimi e di altri che hanno fatto estremamente fatica. Così, a fronte del successo straordinario di *Avatar: La via dell'acqua* che al 31 dicembre è arrivato a 27,5 milioni di euro, il cinema italiano e quello di qualità hanno complessivamente arrancato (solo 4 titoli italiani delle 251 produzioni e co-produzioni nazionali distribuite hanno abbattuto il muro dei 3 milioni al box office). Prima però di zoomare sulle singolarità di questo 2022, che sono comunque l'emblema di un mercato ancora molto volubile, diamo i dati generali elaborati da Cinetel: il 2022 ha registrato 306,6 milioni di euro di incassi e 44,5 milioni di presenze. Rispetto al 2021, il box office è dunque cresciuto dell'81%: incremento ridimensionato a +25% se si restringe il confronto tra i due anni fo-

calizzandosi sul periodo maggio-dicembre (mesi di reale apertura nel 2021). Il 2022 è stato del resto la prima annata da quando è scoppiata la pandemia in cui i cinema sono rimasti aperti in maniera continuativa per 12 mesi; la prima annata con la quale si può fare un confronto reale con il pre-Covid. E rispetto al pre-Covid i numeri sono dimezzati: -48% degli incassi e -51% delle presenze rispetto alla media del triennio 2017-2019. Ma perché i livelli pre-pandemia sono così lontani? Be', il 2022 ha dovuto fare i conti con molti ostacoli: una partenza in salita con i primi mesi dell'anno segnati dall'aumento dei contagi e da misure restrittive eccessive con obbligo di mascherina fino al 15 giugno (e conseguente percezione delle sale come luoghi ancora non-sicuri); poi lo scoppio della guerra in Ucraina con il rincaro delle bollette e la riduzione della capacità di spesa; l'assenza continuativa di prodotto forte internazionale ➤

Fig. 1



soprattutto da settembre in poi. E se il 2021 aveva visto una progressiva risalita con un trend di crescita sul 2019 mese dopo mese, passando dall'iniziale -90% di maggio al -40% tra ottobre e novembre; il 2022 è stato più "schizofrenico" a seconda dei titoli in programmazione. Certamente sono state importanti le fiammate accese da alcuni blockbuster e da eventi promozionali come "Cinema in festa", ma è stata ancora evidente la disabitudine all'esperienza cinematografica di una fetta importante di pubblico. E osservando la classifica, emerge soprattutto la forte carenza di titoli medi (la presenza di film con un incasso tra 3 e i 5 milioni di euro è calata del 68% rispetto al 2017-19).

NON DI SOLI BLOCKBUSTER ED EVENTI PUÒ VIVERE IL MERCATO

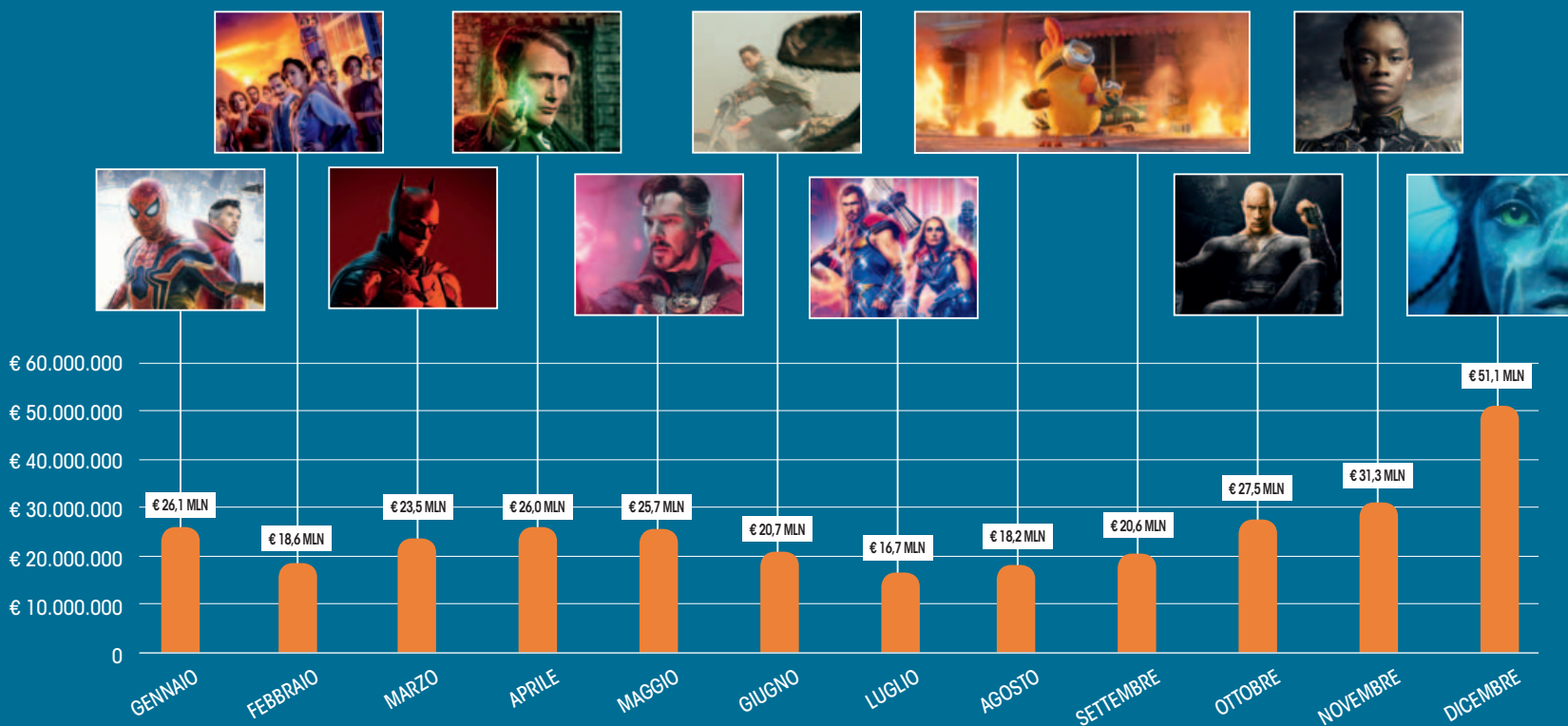
I primi 20 migliori incassi del 2022 – sui quasi 500 film usciti nell'anno, ovvero il 4% – hanno fatto da soli il 53% del box office; segno evidente di un mercato sempre più polarizzato attorno ai blockbuster-evento. I grandi risultati di *Avatar: La via dell'acqua* (27,5 milioni a fine anno; Disney), di *Minions 2* (14,7 milioni; Universal), di *Doctor Strange nel Multiverso della follia* (13,6 milioni; Disney) e *Top Gun: Maverick*



Con 10,2 milioni di euro, *The Batman* ha registrato il miglior risultato per un film distribuito da Warner Bros.

Fig. 2

ANDAMENTO INCASSI MENSILI 2022



Fonte: Cinetel



Top Gun: Maverick ha ottenuto un incasso complessivo di 13,1 milioni di euro, miglior performance per un titolo Eagle

(13,1 milioni; Eagle) sono stati vitali per il settore, ma hanno anche confermato la pericolosa situazione di un mercato in perenne debito di ossigeno che, svenuto per settimane, resta in attesa di rianimarsi solo con la release del “film forte” di turno.

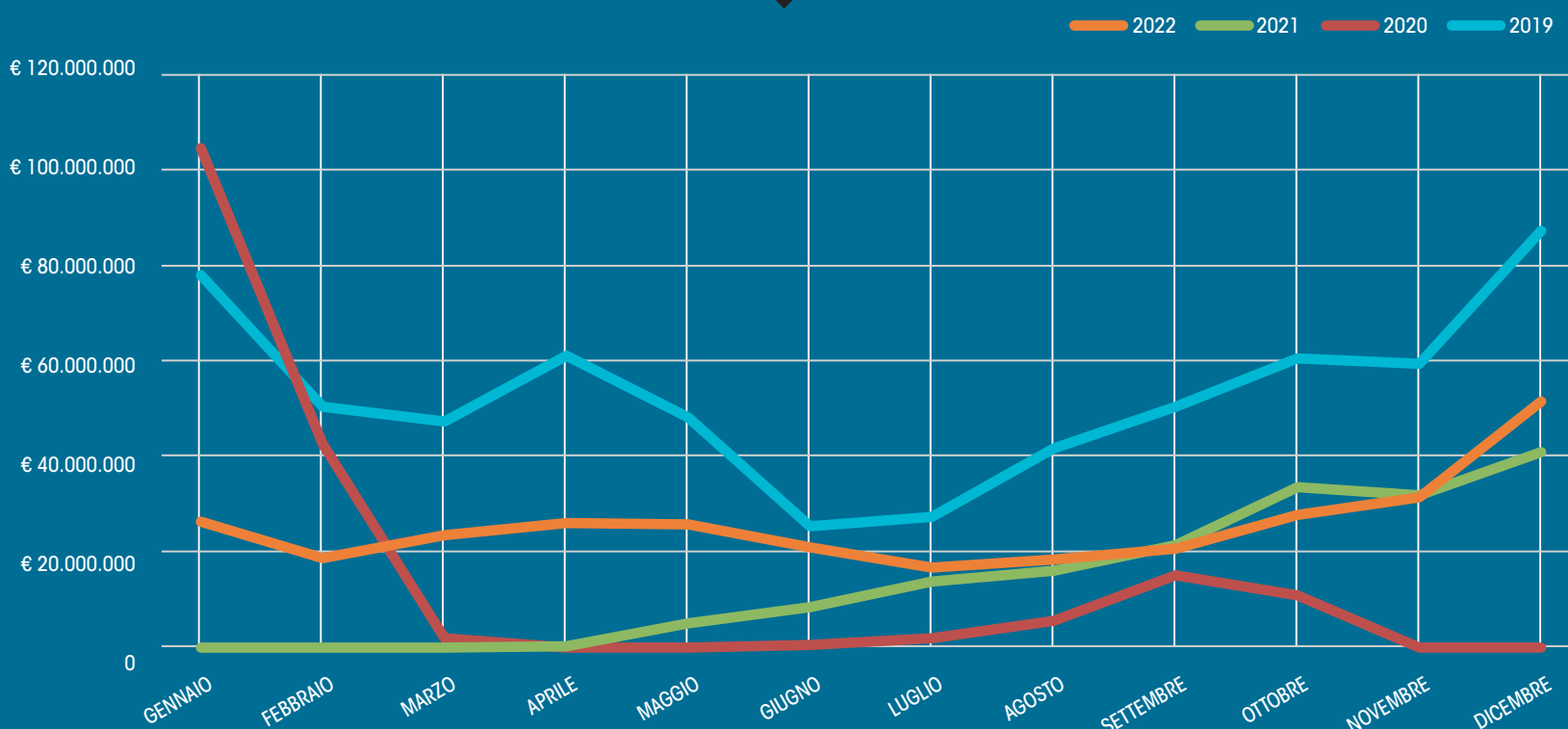
Tornando alla Top 10, hanno lasciato il segno anche i cinecomic Marvel (*Thor: Love and Thunder* con 10,8 milioni e *Black Panther - Wakanda Forever* con 8,4 milioni, entrambi distribuiti da Disney) e DC (*The Batman* con 10,2 milioni), ribadendo la forza attrattiva dei supereroi.

Continuando nella classifica, gli altri titoli con i maggiori incassi sono stati: *Animali fantastici - I segreti di Silente* con 8,4 milioni (per un paragone pre-Covid, i primi due capitoli della saga, *Animali fantastici e dove trovarli* nel 2016 e *I crimini di Grindelwald* nel 2018, avevano raccolto rispettivamente 14,9 e 12,8 milioni); *Jurassic World: Dominio* con 8,1 milioni (i precedenti *Jurassic World* nel 2015 e *Il regno distrutto* nel 2018 erano arrivati a 14,7 e 10,7 milioni di euro); *Uncharted* (Warner) con 6,2 milioni.

Lo scenario è una Top 10 interamente popolata da franchise e blockbuster, quindi priva di titoli italiani e di film di qualità. ➤

Fig. 3

CONFRONTO INCASSI MENSILI 2019-2022



Fonte: Cinetel

Fig. 4

I MAGGIORI INCASSI DEL 2022

TITOLO	DISTRIBUTORE	USCITA	INCASSO	PRESENZE
AVATAR: LA VIA DELL'ACQUA * ⁽¹⁾	WALT DISNEY	14/12/22	27.582.316	3.142.764
MINIONS 2 - COME GRU DIVENTA CATTIVISSIMO	UNIVERSAL	18/08/22	14.777.235	2.187.227
DOCTOR STRANGE NEL MULTIVERSO DELLA FOLLIA	WALT DISNEY	04/05/22	13.670.004	1.854.490
TOP GUN: MAVERICK	EAGLE PICTURES	25/05/22	13.143.386	1.783.621
THOR: LOVE AND THUNDER	WALT DISNEY	06/07/22	10.829.145	1.478.680
THE BATMAN	WARNER BROS.	03/03/22	10.221.019	1.398.671
BLACK PANTHER - WAKANDA FOREVER	WALT DISNEY	09/11/22	8.459.026	1.140.020
ANIMALI FANTASTICI - I SEGRETI DI SILENTE	WARNER BROS.	13/04/22	8.446.732	1.164.262
JURASSIC WORLD - IL DOMINIO	UNIVERSAL	02/06/22	8.101.502	1.119.500
UNCHARTED	WARNER BROS.	17/02/22	6.247.573	898.407
ASSASSINIO SUL NILO	WALT DISNEY	10/02/22	5.575.328	803.821
SPIDER-MAN: NO WAY HOME	WARNER BROS.	15/12/21	5.559.249	808.067
LA STRANEZZA * ⁽²⁾	MEDUSA FILM	27/10/22	5.455.681	840.480
BLACK ADAM	WARNER BROS.	20/10/22	5.120.059	710.402
IL GRANDE GIORNO * ⁽³⁾	MEDUSA FILM	22/12/22	4.338.424	606.764
SONIC 2 - IL FILM	EAGLE PICTURES	07/04/22	4.293.991	658.817
IL GATTO CON GLI STIVALI 2 - L'ULTIMO DESIDERIO * ⁽⁴⁾	UNIVERSAL	07/12/22	3.995.255	608.805
ME CONTRO TE IL FILM - PERSI NEL TEMPO	WARNER BROS.	01/01/22	3.520.469	531.022
ELVIS	WARNER BROS.	22/06/22	3.255.946	484.182
MORBIUS	WARNER BROS.	31/03/22	3.040.216	424.367
BELLI CIAO	VISION/UNIVERSAL	01/01/22	3.013.400	436.722
AVATAR (RE-RELEASE 2022)	WALT DISNEY	22/09/22	2.999.895	425.729
IL COLIBRI	01 DISTRIBUTION	14/10/22	2.956.244	452.280
BULLET TRAIN	WARNER BROS.	25/08/22	2.804.075	436.494
ENNO	LUCKY RED	17/02/22	2.801.276	442.761
MATRIX RESURRECTIONS	WARNER BROS.	01/01/22	2.648.519	357.324
LIGHTYEAR - LA VERA STORIA DI BUZZ	WALT DISNEY	15/06/22	2.579.317	380.654
TROPPO CATTIVI	UNIVERSAL	31/03/22	2.539.587	391.302
TICKET TO PARADISE	UNIVERSAL	06/10/22	2.532.726	367.433
CORRO DA TE	VISION/UNIVERSAL	17/03/22	2.446.102	384.715
IL LUPO E IL LEONE	01 DISTRIBUTION	20/01/22	2.388.251	375.180
DC LEAGUE OF SUPER-PETS	WARNER BROS.	01/09/22	2.358.688	402.186
HALLOWEEN ENDS	UNIVERSAL	13/10/22	2.306.125	310.712
SMILE	EAGLE PICTURES	29/09/22	2.106.116	282.752
THE MENU	WALT DISNEY	17/11/22	2.089.196	295.286
DON'T WORRY DARLING	WARNER BROS.	22/09/22	2.035.561	328.785
L'OMBRA DI CARAVAGGIO	01 DISTRIBUTION	03/11/22	1.985.292	312.809
LE OTTO MONTAGNE	VISION/UNIVERSAL	22/12/22	1.968.966	280.561
BELFAST	UNIVERSAL	24/02/22	1.863.348	302.144
LA FIERA DELLE ILLUSIONI - NIGHTMARE ALLEY	WALT DISNEY	27/01/22	1.838.273	285.886
DANTE	01 DISTRIBUTION	29/09/22	1.834.967	335.255
SICCITÀ	VISION/UNIVERSAL	29/09/22	1.749.377	277.610
IL SIGNORE DELLE FORMICHE	01 DISTRIBUTION	08/09/22	1.681.632	311.213
HOUSE OF GUCCI	EAGLE PICTURES	16/12/21	1.658.088	243.091
VICINI DI CASA	MEDUSA FILM	01/12/22	1.568.269	233.723
NOSTALGIA	MEDUSA FILM	25/05/22	1.542.424	249.751
LICORICE PIZZA	EAGLE PICTURES	17/03/22	1.528.380	238.469
STRANGE WORLD - UN MONDO MISTERIOSO	WALT DISNEY	23/11/22	1.519.288	240.156
IL SESSO DEGLI ANGELI	01 DISTRIBUTION	21/04/22	1.514.066	218.762
LO SCHIACCIANOCI E IL FLAUTO MAGICO	MEDUSA/NOTORIOUS	03/11/22	1.511.430	248.709
UNA FAMIGLIA VINCENTE - KING RICHARD	WARNER BROS.	13/01/22	1.463.946	228.356
DRAGON BALL SUPER: SUPER HERO	WARNER BROS.	29/09/22	1.461.382	211.471
THE FABELMANS	01 DISTRIBUTION	22/12/22	1.338.683	195.180
BONES AND ALL	VISION/UNIVERSAL	23/11/22	1.313.821	189.813
AMSTERDAM	WALT DISNEY	27/10/22	1.253.636	181.928
DIABOLIK - GINKO ALL'ATTACCO!	01 DISTRIBUTION	17/11/22	1.221.974	182.564
THE KING'S MAN - LE ORIGINI	WALT DISNEY	05/01/22	1.214.887	178.172
SING 2 - SEMPRE PIÙ FORTE	UNIVERSAL	23/12/21	1.189.249	177.998
THE NORTHMAN	UNIVERSAL	21/04/22	1.117.260	161.622
JUJUTSU KAISEN 0 - THE MOVIE	NEXO DIGITAL	09/06/22	1.116.948	117.887
NOPE	UNIVERSAL	11/08/22	1.101.451	155.747
DOWNTON ABBEY II - UNA NUOVA ERA (DOWNTON ABBEY - A NEW ERA)	UNIVERSAL	28/04/22	1.095.939	167.998
SCREAM	EAGLE PICTURES	13/01/22	1.087.015	154.469
MARRY ME - SPOSAMI	UNIVERSAL	10/02/22	1.077.643	159.363
ONE PIECE FILM: RED	PLAION PICTURES	01/12/22	983.298	132.703
THE LOST CITY	EAGLE PICTURES	21/04/22	964.307	140.026
IL PIACERE È TUTTO MIO (GOOD LUCK TO YOU, LEO GRANDE)	BIM	10/11/22	946.457	143.222
IL PRINCIPE DI ROMA	LUCKY RED	17/11/22	943.790	143.509
IL RITRATTO DEL DUCA (THE DUKE)	BIM	03/03/22	923.632	154.238
GLI OCCHI DEL DIAVOLO (PREY FOR THE DEVIL)	EAGLE PICTURES	24/11/22	904.335	124.667
TRIANGLE OF SADNESS	TEODORA FILM	27/10/22	884.595	130.322
L'IMMENSITÀ	WARNER BROS.	15/09/22	876.589	180.182
SPENCER	01 DISTRIBUTION	24/03/22	867.360	139.554
DIABOLIK	01 DISTRIBUTION	16/12/21	866.046	130.857
IL TALENTO DI MR. CROCODILE	WARNER BROS.	27/10/22	858.751	134.907
WATCHER	L. RED/UNIVERSAL	07/09/22	763.922	133.129
MAIGRET	ADLER	15/09/22	759.499	144.228
BLACK PHONE	ENTERTAINMENT UNIVERSAL	23/06/22	737.909	103.942
WHITNEY - UNA VOCE DIVENTATA LEGGENDA	WARNER BROS.	22/12/22	671.695	94.089
CRIMES OF THE FUTURE	LUCKY RED	24/08/22	663.071	100.830
AMERICA LATINA	VISION/UNIVERSAL	13/01/22	651.762	100.644
IL RAGAZZO E LA TIGRE	MEDUSA FILM	14/10/22	632.317	101.583
FINALE A SORPRESA - OFFICIAL COMPETITION	LUCKY RED	21/04/22	630.247	101.909
OMICIDIO NEL WEST END	WALT DISNEY	29/09/22	623.029	95.769
MOONFALL	01 DISTRIBUTION	17/03/22	574.678	86.776
7 DONNE E UN MISTERO	WARNER BROS.	25/12/21	574.003	90.571
UN EROE	LUCKY RED DISTRIB.	03/01/22	554.698	92.457
EVERYTHING EVERYWHERE ALL AT ONCE	I WONDER PICTURES	06/10/22	551.783	81.483
ESTERNO NOTTE - PARTE 1	LUCKY RED	18/05/22	545.363	84.948
HOPPER E IL TEMPIO PERDUTO	WARNER BROS.	21/04/22	525.690	79.590
IL CAPO PERFETTO	BIM	23/12/21	523.584	88.342
HARRY POTTER E LA CAMERA DEI SEGRETI (RE-RELEASE)	WARNER BROS.	16/11/22	515.466	67.963
C'ERA UNA VOLTA IL CRIMINE	01 DISTRIBUTION	10/03/22	515.121	79.994
MEMORY	BIM	15/09/22	505.262	102.632
TI MANGIO IL CUORE	01 DISTRIBUTION	22/09/22	501.430	85.595



Con un botteghino di 5,4 milioni di euro, *La stranezza* (Medusa) è stato il film italiano di maggior successo del 2022

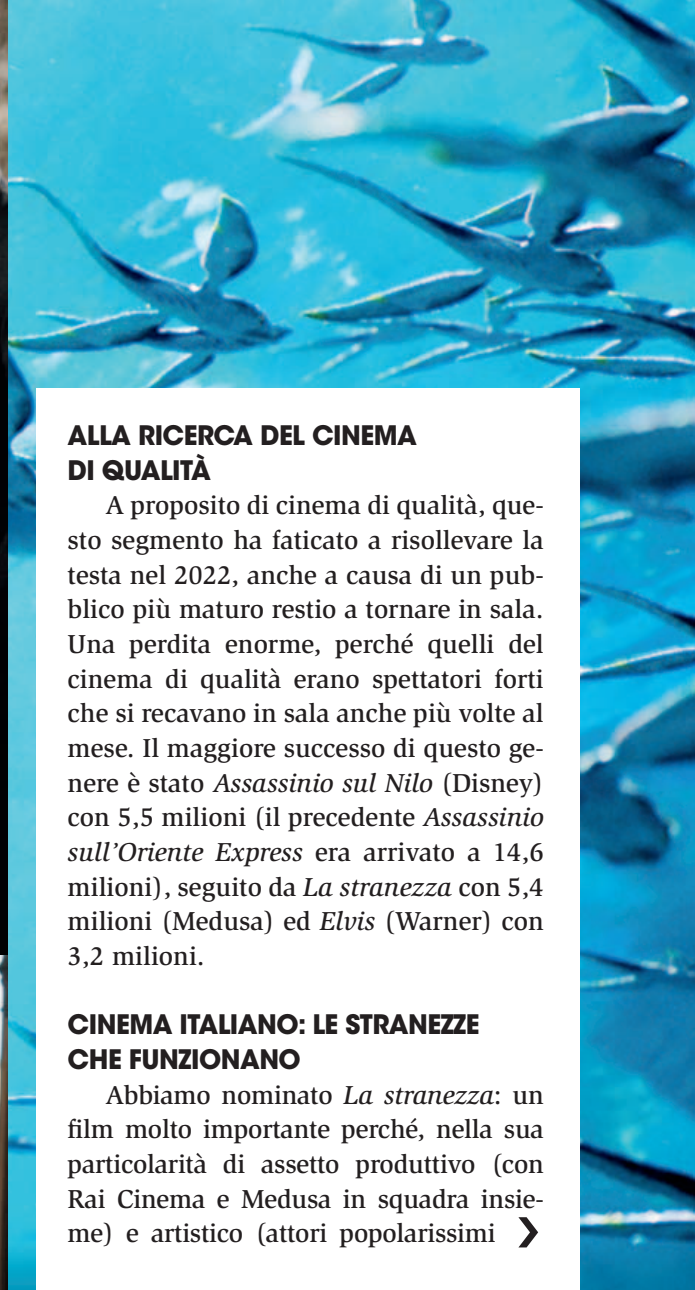


Miglior risultato per un titolo targato 01 Distribution, *Il colibrì* ha incassato 2,8 milioni di euro

* Incassi totali al momento di andare in stampa (11 gennaio 2023):

⁽¹⁾ 37,9 milioni di euro, ⁽²⁾ 5,4 milioni di euro, ⁽³⁾ 6,5 milioni di euro, ⁽⁴⁾ 5 milioni di euro

Fonte: Cinetel



ALLA RICERCA DEL CINEMA DI QUALITÀ

A proposito di cinema di qualità, questo segmento ha faticato a risollevare la testa nel 2022, anche a causa di un pubblico più maturo restio a tornare in sala. Una perdita enorme, perché quelli del cinema di qualità erano spettatori forti che si recavano in sala anche più volte al mese. Il maggiore successo di questo genere è stato *Assassinio sul Nilo* (Disney) con 5,5 milioni (il precedente *Assassinio sull'Oriente Express* era arrivato a 14,6 milioni), seguito da *La stranezza* con 5,4 milioni (Medusa) ed *Elvis* (Warner) con 3,2 milioni.

CINEMA ITALIANO: LE STRANEZZE CHE FUNZIONANO

Abbiamo nominato *La stranezza*: un film molto importante perché, nella sua particolarità di assetto produttivo (con Rai Cinema e Medusa in squadra insieme) e artistico (attori popolarissimi) ➤



Fig. 5

I FILM ITALIANI DI MAGGIOR SUCCESSO NEL 2022

TITOLO	DISTRIBUTORE	USCITA	INCASSO	PRESENZE
LA STRANEZZA * ⁽¹⁾	MEDUSA FILM	27/10/22	5.455.681	840.480
IL GRANDE GIORNO * ⁽²⁾	MEDUSA FILM	22/12/22	4.338.424	606.764
ME CONTRO TE IL FILM - PERSI NEL TEMPO	WARNER BROS.	01/01/22	3.520.469	531.022
BELLI CIAO	VISION/UNIVERSAL	01/01/22	3.013.400	436.722
IL COLIBRI	01 DISTRIBUTION	14/10/22	2.956.244	452.280
ENNIO	LUCKY RED	17/02/22	2.801.276	442.761
CORRO DA TE	VISION/UNIVERSAL	17/03/22	2.446.102	384.715
L'OMBRA DI CARAVAGGIO	01 DISTRIBUTION	03/11/22	1.985.292	312.809
LE OTTO MONTAGNE * ⁽³⁾	VISION/UNIVERSAL	22/12/22	1.968.966	280.561
DANTE	01 DISTRIBUTION	29/09/22	1.834.967	335.255
SICCITÀ	VISION/UNIVERSAL	29/09/22	1.749.377	277.610
IL SIGNORE DELLE FORMICHE	01 DISTRIBUTION	08/09/22	1.681.632	311.213
VICINI DI CASA	MEDUSA FILM	01/12/22	1.568.269	233.723
NOSTALGIA	MEDUSA FILM	25/05/22	1.542.424	249.751
IL SESSO DEGLI ANGELI	01 DISTRIBUTION	21/04/22	1.514.066	218.762
BONES AND ALL	VISION/UNIVERSAL	23/11/22	1.313.821	189.813
DIABOLIK - GINKO ALL'ATTACCO!	01 DISTRIBUTION	17/11/22	1.221.974	182.564
IL PRINCIPE DI ROMA	LUCKY RED	17/11/22	943.790	143.509
L'IMMENSITÀ	WARNER BROS.	15/09/22	876.589	180.182
DIABOLIK	01 DISTRIBUTION	16/12/21	866.046	130.857
AMERICA LATINA	VISION/UNIVERSAL	13/01/22	651.762	100.644
IL RAGAZZO E LA TIGRE	MEDUSA FILM	14/10/22	632.317	101.583
7 DONNE E UN MISTERO	WARNER BROS.	25/12/21	574.003	90.571
ESTERNO NOTTE - PARTE 1	LUCKY RED	18/05/22	545.363	84.948
C'ERA UNA VOLTA IL CRIMINE	01 DISTRIBUTION	10/03/22	515.121	79.994
TI MANGIO IL CUORE	01 DISTRIBUTION	22/09/22	501.430	85.595
LA BEFANA VIEN DI NOTTE II - LE ORIGINI	01 DISTRIBUTION	30/12/21	422.709	63.967
VASCO - LIVE ROMA CIRCO MASSIMO	ADLER ENTERTAINMENT	14/11/22	419.843	31.025
UN MONDO SOTTO SOCIAL	MEDUSA FILM	15/09/22	384.812	80.592
ASTOLFO	LUCKY RED	20/10/22	371.307	60.739
DAMPYR	EAGLE PICTURES	28/10/22	352.165	51.107
L'OMBRA DEL GIORNO	01 DISTRIBUTION	24/02/22	334.179	57.723
SETTEMBRE	01 DISTRIBUTION	05/05/22	328.416	59.768
IO SONO L'ABISSO	VISION/UNIVERSAL	27/10/22	326.339	46.144
GLI IDOLI DELLE DONNE	VISION/UNIVERSAL	14/04/22	312.130	46.020

* Incassi totali al momento di andare in stampa (11 gennaio 2023):

⁽¹⁾ 5,4 milioni di euro, ⁽²⁾ 6,5 milioni di euro, ⁽³⁾ 3,8 milioni di euro

Fonte: Cinetel



Con 3 milioni di euro, *Belli ciao* è stato il miglior incasso per Vision

come Ficarra e Picone insieme all'acclamato volto del cinema d'autore nostrano Toni Servillo), ha coraggiosamente rotto gli schemi del cinema nostrano e creato quella curiosità in grado di attrarre un pubblico vasto, diventando così il film italiano di maggior successo del 2022.

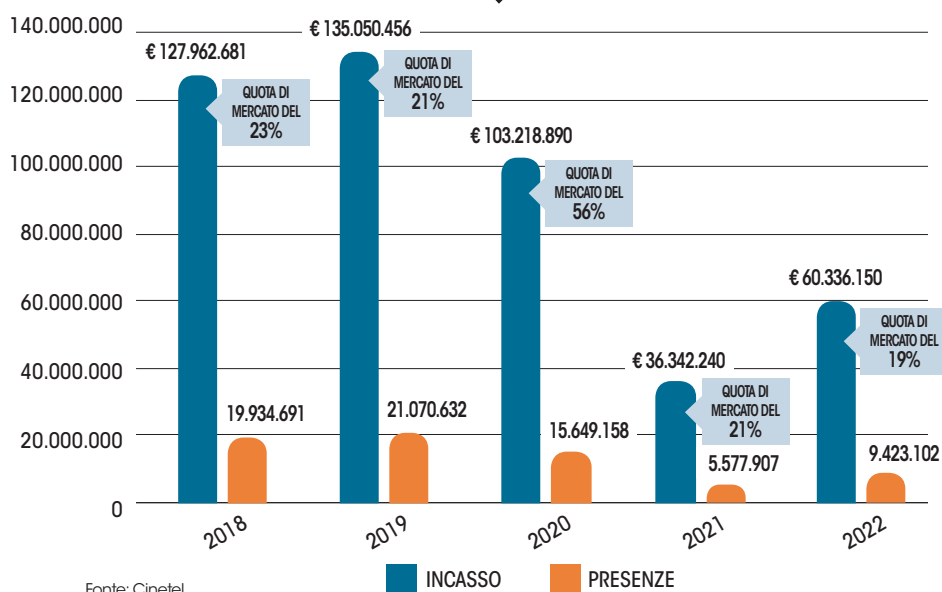
Un cinema italiano che nell'annata di riferimento ha raggiunto un box office di 60,3 milioni di euro (co-produzioni incluse) per una quota di mercato del 19%. E se quest'ultima cifra è in linea con quella degli anni pre-Covid (nel 2019 era 21,2%

e nel 2018 era 23%), va però sottolineato che gli incassi sono più che dimezzati (come del resto lo è l'intero mercato): nel 2019 erano sui 135 milioni di euro e nel 2022 oltre 127 milioni. Inoltre, nel 2022 sono stati distribuiti 251 titoli di produzione o co-produzione italiana (+ 95 titoli rispetto al 2021 e + 30 rispetto alla media 2017-2019) e di questi, solo 17 (ovvero il 6,7%) hanno superato il milione di euro. A parte i primi mesi dell'anno, dove sono spiccati *Me contro Te Il film - Persi nel tempo* (Warner), *Belli Ciao*, *Ennio* e

Corro da te, da aprile a inizio settembre il cinema italiano è poi scomparso dai radar del box office, sprofondando nei mesi estivi a una quota di mercato del 3% ad agosto. Fortunatamente nei mesi autunnali (e poi nelle festività natalizie) le produzioni nazionali sono tornate protagoniste con risultati di peso come quelli de *Il grande giorno* (4,3 milioni; Medusa), *Il colibrì* (2,9 milioni; 01 Distribution), *L'ombra di Caravaggio* (1,9 milioni; 01 Distribution) e *Le otto montagne* (1,9 milioni; Vision). ➤

Fig. 6

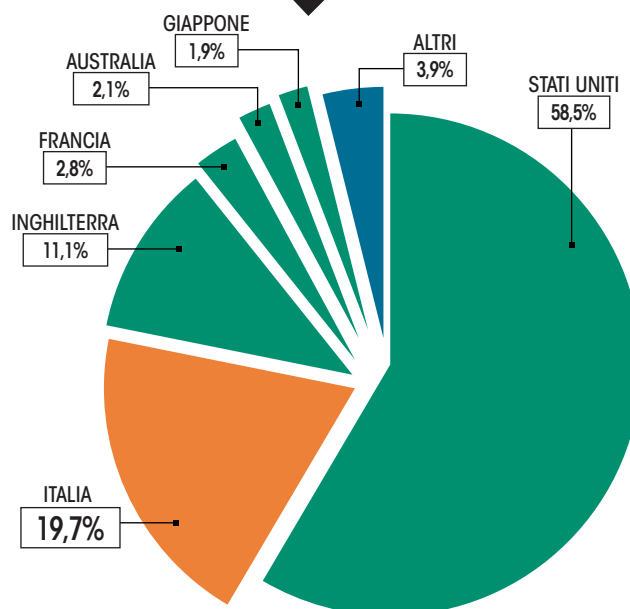
GLI INCASSI E LE PRESENZE DEL CINEMA ITALIANO (2018-2022)



Fonte: Cinetel

Fig. 7

INCASSI 2022 PER NAZIONALITÀ



N.B. sono incluse le co-produzioni

Fonte: Cinetel



GUILLAUME CANET GILLES LELLOUCHE VINCENT CASSEL JONATHAN COHEN JULIE CHEN LEANNA CHEA E MARION COTILLARD

Asterix & Obelix

IL REGNO DI MEZZO

UN FILM DI GUILLAUME CANET

DALL'OPERA DI RENÉ GOSCINNY E ALBERT UDERZO

SCENEGGIATURA ORIGINALE DI PHILIPPE MECHELEN E JULIEN HERVÉ ADATTAMENTO E DIALOGHI GUILLAUME CANET PHILIPPE MECHELEN E JULIEN HERVÉ
PRODOTTO DA JÉRÔME SEYDOUX YOHAN BAÏADA ALAIN ATTAL MUSICHE DI -M- CON JOSÉ GARCIA MANU PAYET RAMZY BEDIA BUN-HAY MEAN LINH-DAN PHAM
DIRITTI DI ADATTAMENTO: LES ÉDITIONS ALBERT RENÉ © 2023 LES ÉDITIONS ALBERT RENÉ / GOSCINNY-UDERZO ASTERIX® OBELIX® IDEFIX®

CON LA COPRODUZIONE DI PIERRE RICHARD COLLABORAZIONE DI GÉRARD DARMON CON TRAN VU TRAN PHILIPPE KATERINE JÉRÔME COMMANDEUR ANDRÉ LAMY FRANCK GASTAMBE VINCENT DESAGNAT ORELSAN LAURA FELPIN ISSA DOUMBIA THOMAS VOB MARC FRAZE BIG FLODDI MELY ET CARLOTTA TATIANA GOUSSEFF YANN PAPIN ANGÈLE M. XAVIER ALCAN CHICANDIER ZLATAN IBRAHIMOVIC
SPERIMENTALE ABOUWAN SAYACE COPRODOTTORE PATRICK QUINET PRODUTTORE ASSOCIATO LES ÉDITIONS ALBERT RENÉ COLLABORAZIONE ARTISTICA RODOLPHE LAUGA DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA ANDRÉ CHEMETOFF SCENOGRAFIA MATTHIEU JUNDOT PRODUZIONE DI SCENOGRAFIA ADELINE BONNETTO MONTAGGIO SIMON JACQUET SUPERVISORE VFX BRYAN JONES PIERRE PRODUCTIONS GORSKY SUONO RAMI DARI JEAN GOUDIER VINCENT MONTEBERT
JEAN-PIERRE MURIER ASSISTENTE ALLA REGIA MATTHIEU THOUVENOT COSTUME MADÉLINE FONTAINE PRODUTTORE ESECUTIVO XAVIER AMBLARD DIRETTORE DI PRODUZIONE SANDRINE PADOUÉ DIRETTORE DI POST-PRODUZIONE NICOLAS MOUCHET VERA COPRODUZIONE PATHÉ TRÉSOR FILMS LES ENFANTS TERRIBLES TFI FILMS PRODUCTION WHITE AND YELLOW FILMS AUVERGNE-RHÔNE-ALPES CINÉMA ARTEMIS PRODUCTIONS
CON LA COPRODUZIONE DI CANAL+ OCS TFI IN ASSOCIAZIONE CON NETFLIX CON IL SUPPORTO DI CNC E DI REGION AUVERGNE-RHÔNE-ALPES IN ASSOCIAZIONE CON SHELTER PROD CON IL SUPPORTO DI TAXSHELTER.BE & ING / TAX SHELTER DU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL DE BELGIQUE SNIJPPROD IN SUPPORTO CON DEVTOINE4 DEVTOINE 6 COFINOVA DEVELOPPEMENT DEV 15 DISTRIBUZIONE E VENDITA INTERNAZIONALE PATHÉ

DAL 2 FEBBRAIO #SOLOALCINEMA



Il documentario *Ennio* è riuscito ad arrivare a 2,8 milioni di euro, miglior risultato per un film distribuito da Lucky Red nel 2022

UN'ESTATE DA RIACCENDERE

Zoomando sull'estate a cui si era prima accennato, quella del 2022 (periodo: dal 2 giugno al 4 settembre) è valsa 58,4 milioni di euro: un po' meglio dei 40,6 milioni di euro del 2021 (dal 3 giugno al 5 settembre), ma nettamente peggio dei 100 milioni del 2019 (dal 30 maggio al 2 settembre). Nei mesi caldi del 2022, del resto, l'offerta di prodotto è stata ridotta ai minimi termini: una situazione che, per la sopravvivenza dello stesso mercato, deve essere ridisegnata riprendendo in mano il progetto di Moviement e pianificando una promozione strutturata di questo periodo anche sfruttando "Cinema in Festa" che, con il suo prossimo appuntamento posizionato dall'11 al 15 giugno 2023, potrebbe contribuire a lanciare il periodo estivo.

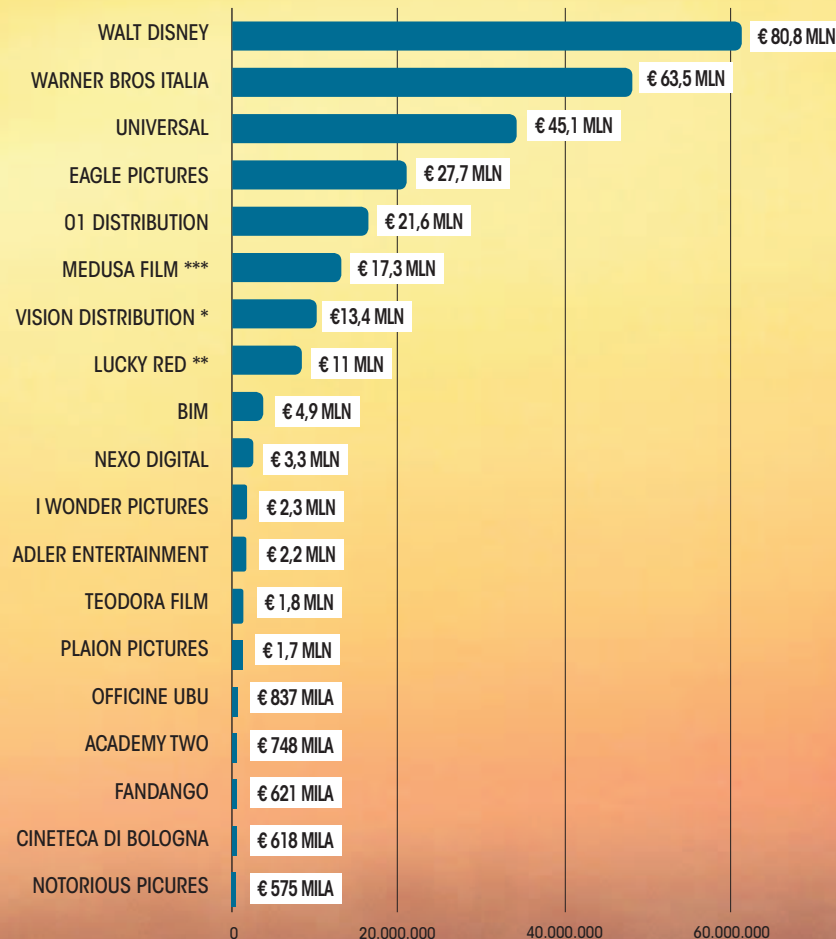
L'ANNO DI DISNEY

Per quel che riguarda infine le distribuzioni, il 2022 è stato l'anno di Disney che, grazie alle performance di *Avatar 2*, *Doctor Strange 2* e *Thor 4*, ha registrato un incasso complessivo di 80 milioni di euro per una quota di mercato del 26%. In seconda posizione Warner con 63 milioni (20%), mentre chiude il podio Universal con 43 milioni (14%). Dietro le tre major americane, che da sole valgono il 61% dell'intero mercato, troviamo Eagle con 27 milioni (9%), 01 Distribution con 21 milioni (7%), Medusa con 17 milioni (5%), Vision con 13 milioni (4%) e Lucky Red con 11 milioni (3%).

BO

Fig. 8

CLASSIFICA DISTRIBUTORI 2022



* Vision comprende Vision/Universal

** Lucky Red comprende L.Red/Universal

*** Medusa comprende Medusa/Notorious

Fonte: Cinetel

© Stock (1), Columbia Pictures/Pascal Pictures/Marvel Studios (1), Metro-Goldwyn-Mayer/Universal Pictures (1), Marvel Studios/Walt Disney Studios Motion Pictures (1), Courtesy of 01 Distribution (1), Courtesy of Lucky Red (1), BPOON Studios/Metro-Goldwyn-Mayer/Scott Free Productions (1), Courtesy of Bim Distribution (1), Courtesy of Notorious Pictures (1)

PATHÉ, LES ENFANTS TERRIBLES & TRÉSOR FILMS PRESENTANO

ZLATAN IBRAHIMOVIĆ

ANTIVIRUS



GUILLAUME
CANET

GILLES
LELLOUCHE

VINCENT
CASSEL

JONATHAN
COHEN

JULIE
CHEN

LEANNA
CHEA

E MARION
COTILLARD

Asterix® & Obelix®

IL REGNO DI MEZZO

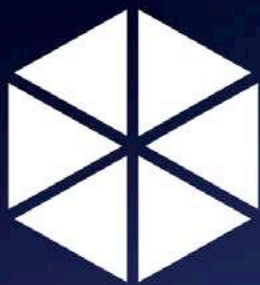
UN FILM DI GUILLAUME CANET
DALL'OPERA DI RENÉ GOSCINNY E ALBERT UDERZO

DAL 2 FEBBRAIO #SOLOALCINEMA

© 2023 - PATHÉ FILMS - TRÉSOR FILMS - LES ENFANTS TERRIBLES - TF1 FILMS PRODUCTION - WHITE AND YELLOW FILMS - AUVERGNE RHÔNE ALPES CINÉMA - ARTÉMIS PRODUCTIONS

CREATION LE CERCLE NOIR POUR SELENZIO PHOTOS EDDY BRIÈRE





vertice360

LA NUOVA FORMA DEL CINEMA

+30 TERRITORI WORLWIDE

50 NUOVI TITOLI ENTRO IL 2024

**OPERATIVA DA 20 ANNI, COPRE IL
15% DEL MERCATO GLOBALE**

È PARTE DEL GRUPPO

squirrel
M E D I A

**#3 OPERATORE PRIVATO IN ITALIA DI
TECNOLOGIE, MEDIA E TELECOMUNICAZIONI**

**TOP 10 MONDIALE COME AGENZIA MEDIA
PER OPERAZIONI**

**TOP 20 MONDIALE COME NETWORK TV
INTERNAZIONALE**

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

BOXOFFICE

PRESENTA

il **CHI** è **CHI** del **CINEMA** 2023

TUTTI I PROTAGONISTI E IL MANAGEMENT DELLE PRINCIPALI SOCIETÀ DI DISTRIBUZIONE, PRODUZIONE ED ESERCIZIO CINEMATOGRAFICO, MA ANCHE DI ASSOCIAZIONI, FESTIVAL, ISTITUZIONI, FILM COMMISSION E PIATTAFORME STREAMING. UNA GUIDA ESSENZIALE PER ORIENTARSI NEL MONDO DELLA SETTIMA ARTE

PRODUZIONE

DISTRIBUZIONE

ESERCIZIO

FESTIVAL

PIATTAFORME

FILM
COMMISSION

ASSOCIAZIONI,
ENTI, ISTITUZIONI, MERCATI



CHI È CHI GLI SPECIALI DI BOX OFFICE

Direttore responsabile Vito Sinopoli
Responsabile di redazione Paolo Sinopoli
Redazione Valentina Tortaschi
Grafica e fotolito Emmegei Group Milano

IR. Riservato ai lettori di *Box Office*
Registrazione Tribunale di Milano n. 238 del 1/5/94 -
Iscrizione Registro Nazionale della Stampa
n. 9380 del 11/4/2001 - ROC n. 6794
Le informazioni sui listini (crediti non definitivi)
provengono dalle rispettive aziende

Stampa Galli Thierry Stampa srl Milano



DISTRIBUZIONE

IV

PRODUZIONE

XI

ESERCIZIO

XVIII

FESTIVAL

XXIII

PIATTAFORME

XXVI

FILM COMMISSION

XXIX

ASSOCIAZIONI, ENTI, ISTITUZIONI, MERCATI

XXXI





RAI CINEMA S.p.A.

01 DISTRIBUTION

una Direzione di Rai Cinema S.p.a.
Piazza Adriana, 12
00193 Roma
Tel. 06/33179601
www.01distribution.it



Luigi Lonigro
Direttore

Sonia Dichter
Responsabile marketing

Laura Biasi
Francesco Ria
Responsabili commerciali

Lorenzo Lalle
Responsabile edizioni

Annalisa Paolocchi
Responsabile comunicazione



DISTRIBUZIONE



ACADEMY TWO

SEDE LEGALE
Via Pammatone, 2 - 16121 Genova
Tel. 010/8681112

SEDE OPERATIVA
Piazza Bainsizza 1 - 00195 Roma
Tel. 06/8416488
www.academytwo.com
info@academytwo.com

Alessandro Giacobbe
Managing Director

Sandra Capitano
Direzione commerciale

Eddie Bertozzi
Acquisizioni e Marketing

Alessandra Valente
Edizioni

Paola Leonardi
Ufficio stampa

Jennifer Nanetti
Head of Sales



ADLER ENTERTAINMENT

Direzione generale e sede legale
Corso Venezia, 6
20121 Milano
Tel. 02/36686100
info@adlerent.com
www.adlerent.com

Marco Colombo
Amministratore delegato

Mattia Della Puppa
Managing Director

Aldo Lemme
Head of Theatrical Distribution

Simona Montisci
Sales Manager



BIM DISTRIBUZIONE

Via Lorenzo Magalotti, 15
00197 Roma
Tel. 06/3231057
info@bimfilm.com
www.bimfilm.com

Antonio Medici
Amministratore delegato

Mario Papini
Direttore commerciale

Giulio Bruno
Direttore Marketing



DISTRIBUZIONE



EAGLE PICTURES

Via Pompeo Magno, 1
00192 Roma
Tel. 06/3269101
info@eaglepictures.com
www.eaglepictures.com

Tarak Ben Ammar
Presidente

Andrea Goretti
Amministratore delegato

Simone Bencini
Direttore generale

Roberto Prota
Direttore area cinema e produzione

Giuseppe Davalli
Direttore commerciale Theatrical

Federica Diemel
Direttore Marketing Theatrical

Riccardo Sacchi
Direttore divisione Home Video



DISTRIBUZIONE



EUROPICTURES

Via del Monte della Farina, 19
00186 Roma
Tel. 06/6833625
info@europictures.it
www.europictures.it

Lucy De Crescenzo
Ceo

Antonio Adinolfi
**Responsabile acquisizioni
e marketing**

Daniela Robustelli
Direttore commerciale

Gianluca Del Prete
Coordinamento e amministrazione

Letizia Serafini
Comunicazione e festival



DISTRIBUZIONE



I WONDER PICTURES

Via della Zecca, 2
40121 Bologna
Tel. 051/4070166
distribution@iwonderpictures.it
www.iwonderpictures.it

Andrea Romeo
Ceo & General Manager

Emanuela Cadda
Direttore marketing

Benedetta Caponi
Direttore commerciale



DISTRIBUZIONE



LUCE CINECITTÀ

Via Tuscolana, 1055
00173 Roma
Tel. 06/722861
www.cinecitta.com
film.cinecitta.com

Chiara Sbarigia
Presidente

Nicola Maccanico
Amministratore delegato

Enrico Bufalini
**Direttore Cinema,
Documentaristica,
Archivio Luce
Cinecittà**

Marcello Giannotti
**Direttore
Comunicazione e
Attività editoriali**

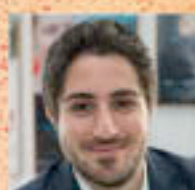


DISTRIBUZIONE

LUCKY RED

LUCKY RED

Largo Italo Gemini, 1 - 00161 Roma
Tel. 06/3759441
info@luckyred.it
www.luckyred.it



Andrea Occhipinti
Presidente

Stefano Massenzi
Mattia Guerra
Gabriele D'Andrea
**Acquisizioni,
Produzione
e Distribuzione**

Emmanuelle Lucidi
Commerciale

Valerio Scatini
Marketing

Alessandra Tieri
Ufficio stampa

Romina Franzini
Edizioni e post-produzione

Riccardo Filangieri
Giorgio Rinaldi
Finance, HR & Legal

Serena Sostegni
Editoriale e sviluppo

DISTRIBUZIONE

NOTORIOUS
PICTURES

NOTORIOUS PICTURES

SEDE LEGALE
Largo Brindisi, 2
00182 Roma

SEDE AMMINISTRATIVA
Via della Signora, 2a
20122 Milano
www.notoriouspictures.it



Guglielmo Marchetti
Chairman

Stefano Bethien
Ceo

Alice Panada
**Head of Theatrical
Distribution**

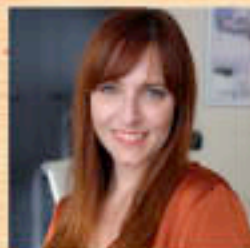
Irene Tomio
**Head of
Communication
& Creative Production
Coordinator**

Katia Mitelli
Theatrical Sales Director

Giorgia Marchetti
Head of Digital Strategy

Alberto Alfieri
Senior Digital Strategist

Dominica Dimitrio
Media, Trade & Partnership Manager



DISTRIBUZIONE

OFFICINE UBU
un sogno lungo un film

OFFICINE UBU

Via M. Gioia, 65 - 20124 Milano
Tel. 02/87383020
distribuzione@officineubu.com
www.officineubu.com



Franco Zuliani
Direttore Generale

Derlo Di Pumpo
Direttore Commerciale Theatrical

Giulia Sattini
Theatrical Executive e Home Video

Simone Totola
Comunicazione e Acquisizioni

Edoardo Malmone
Edizioni

Cristiano Latini
Amministrazione

Pier Guido Romagnoli
Legal

DISTRIBUZIONE



MEDUSA FILM

Viale Aventino, 26 - 00153 Roma
Tel.06/663901
info@medusa.it
www.medusa.it



Pier Silvio Berlusconi
Presidente

Giampaolo Letta
**Vicepresidente e
amministratore delegato**

Antonio Standrini
Vicedirettore generale

Paolo Orlando
**Direttore
della distribuzione**

Andrea Lazzarin
Direttore marketing

Luca Cereda
**Responsabile
ufficio editoriale**

Tiziana Mazzola
Capo ufficio stampa



DISTRIBUZIONE



NEXO DIGITAL

Rle Cadorna, 15
20123 Milano
Tel. 02/8051633
info@nexodigital.it
www.nexodigital.com
www.nexodigitalmedia.com



Franco Di Sarò
Ceo

Giorgio Verdi
Direzione Commerciale

Elena Ratti, Diana Roddi
Direzione Marketing

DISTRIBUZIONE



PLAION PICTURES

Strada 1 Palazzo F5
20057 Assago (MI)
Tel. 02/5737420
www.plaionpictures.it



Umberto Bellini
Country Manager

Frida Romano
**Theatrical Marketing
Director**

Letizia Geron
Theatrical Marketing

Dario Baldi
**Manager Theatrical
Marketing Analyst**

Carlo Alberto Mascheroni
**Digital Marketing
Manager**

Chiara Mogni
Film Digital & TV Director

Luigi Colamusso
Sales Director

Ludovico De Cesare
**Theatrical Sales Manager
& Acquisition**



Simone Vittozzi
Digital Sales Manager

Chiara Federica Klein
**Digital Channel
Coordinator**

Gianluca De Falco
**Acquisition & TV
Sales Director**

Stefano Traversari
**Commercial Director
HE/Digital/Material**

Alessandro Bonetti
**Operation Planning
& Production**

Morris Forlin
Operation Manager

Giosafatte Lorusso
Ufficio Stampa



DISTRIBUZIONE

TEODORA FILM

TEODORA FILM DISTRIBUZIONE

Lungotevere dei Mellini, 44
00193 Roma
Tel. 06/87979000
www.teodorafilm.com



Stefano Finesi
Presidente e responsabile
comunicazione

Gianluca Buttarì
Responsabile
marketing e edizioni



Daniela Graziano
Direzione
amministrativa



Beatrice Gulino
Responsabile
acquisizioni e vendite



Michele Zanari
Direzione
commerciale



vertice

VERTICE 360



Jose Luis Povedano
General Manager

Luigi Bosco
Country Manager

Aurora Campari
Head of Theatrical,
Digital and TV Sales



Francesco Marchetti
Chief Marketing Advisor



UNIVERSAL
A COMCAST COMPANY

UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL ITALY

Via Po, 12
00198 Roma
www.universalpictures.it



Xavier Albert
Direttore generale
e amministratore delegato



Massimo Proietti
Deputy Managing Director

Marco D'Andrea
Direttore commerciale

Giorgia Di Cristo
Senior Marketing Manager

Matilde Eika Nuvoia Marini
Senior Publicity Manager



DISTRIBUZIONE

DISTRIBUZIONE

DISTRIBUZIONE

Via Po, 12
00198 Roma
Tel. 06/99585100
www.visiondistribution.it



Massimiliano Orfei
Amministratore delegato



Luisa Borella
Deputy Coo



Davide Novelli
Distribution Director



Barbara Bladler
Distribution Manager



Laura Mirabella
Marketing Director

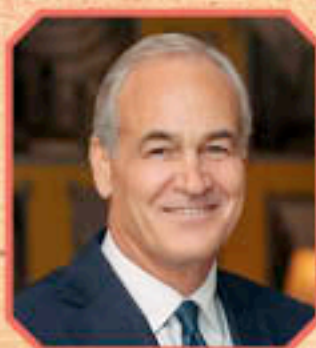


Marinella Di Rosa
Publicity Manager



Alessia Schettini
Senior Marketing Manager

Via Ferrante Aporti 6/8
20124 Milano
Tel. 02/29085.1
www.disney.it



Daniel Frigo
Amministratore delegato
The Walt Disney
Company Italia



Giulo Carcano
Director, Theatrical Distribution, Sales



Davide Romani
Director, Head of Marketing Studios &
Integrated Marketing



Simone Raiheri
Director PR & Communication Corporate,
Studios, Disney+,
CSR & Internal comms



Vera Capraro
Communication Manager



THE APARTMENT

Via Giovanni Nicotera, 29
(scala 9 / 2° piano)
00195 Roma
Tel. 06/98240212
infota@theapartment.it
www.theapartment.it



Lorenzo Miell
Ceo

Dario Morelli
Coo

Nicola Lusuardi
Head of Development

Elena Recchia
Head of Production

PRODUZIONE



BAMBOO PRODUCTIONS

Viale Giuseppe Mazzini, 11
(scala E / piano 2°)
00195 Roma
Tel. 06/21127159
info@bambooproduction.it



Marco Belardi
Ceo & Founder

Alessandra Persia
Chief of Administration

Cristina Riccobono
Head of Cash Flow

Ughetta Curto
Creative Producer

Andrea Sperandio
Story Editor

Priscilla Pacetti
Supervising Producer

Thomas Ciampa
Chief of International Operations

Enrico Ventì
Executive Producer

Gala Ricci
**Personal Assistant to
Marco Belardi**

Stefano Zachi
Staff

PRODUZIONE



BIBI FILM TV

Via Caio Mario, 27
00195 Roma
Tel. 06/98240016
segreteria.bibifilm@gmail.com
www.bibifilmtv.com

Angelo Barbagallo
Amministratore unico



PRODUZIONE



CATTLEYA

Piazzale Valerio Massimo, 7/8
00162 Roma
Tel. 06/367201
info@cattleya.it
www.cattleya.it

Giovanni Stablini
Ceo & Chairman

Marco Chimenz
Ceo

Riccardo Tozzi
Ceo

Francesca Longardi
Head of Development

Gina Gardini
Production and Development Executive



COLORADO FILM

Via Monte Leone, 3
20149 Milano
Tel. 02/48021595

Via Orazio, 10 - 00193 Roma
Tel. 06/3600.6670
info@coloradofilm.it
www.coloradofilm.it

Iginko Straffi
Presidente

Alessandro Usai
Amministratore delegato

Pierpaolo Luciani
Ceo



FANDANGO

FANDANGO

Viale Gorizia, 19
00198 Roma
Tel. 06/85218101
www.fandango.it
fandango@fandango.it

Domenico Proccaci
Responsabile

Gianluca Pignataro
Direttore Marketing e Distribuzione



Fremantle

FREMANTLE ITALIA

SEDE ROMA
Via Monte Zebio, 24
00195 Roma
Tel. 06/372761

SEDE MILANO
Via Vida, 11
20127 Milano
Tel. 02/03005330

segreteria@fremantle.com
www.fremantle.it

Lorenzo Miel
Presidente

Gabriele Immitzi
Co-Ceo

Marco Tombolini
Co-Ceo

Valeria Licurgo
Head of Production

Alessandro De Rita
Head of Documentaries



PRODUZIONE



GRØENLANDIA

Via G.B. Piatti, 23
00185 Roma
Tel. 06/70490005
info@groenlandiafilm.com
www.groenlandiagroup.com

GRØENLANDIA



Matteo Rovere
Ceo

Sydney Sibilla
Socio

Andrea Paris
Socio

Francesca Cualbu
Ceo

Danielle Beni
General Manager



PRODUZIONE



ibc
movie

IBC MOVIE

Viale XII Giugno, 26
40124 Bologna
Tel. 051/3397751
info@itc2000.it
www.itc2000.it



Giuseppe Caschetto
Ceo

Anastasia Michelagnoli
Head of the Development
Department

Maurizio Faverati
Legal Consultant



PRODUZIONE



ITALIAN INTERNATIONAL FILM

Via Gian Domenico Romagnoli, 20
00196 Roma
Tel. 06/3611377
iif@iifonline.it



Fulvio Lucisano
Presidente



Federica Lucisano
Amministratore delegato



Paola Lucisano
Consigliere delegato

PRODUZIONE



ILBE - IERVOLINO & LADY BACARDI ENTERTAINMENT

Via Salaria, 222 - 00187 Roma
segreteria@iervolinoent.com
<https://ilbegroup.it/>



Andrea Iervolino
Presidente

Monika Bacardi
Amministratore delegato rapporti Istituzionali



Giorgio Pagliani
Amministratore delegato twinanza



PRODUZIONE



INDIANA PRODUCTION

Via Edmondo De Amicis, 53 - 20123 Milano
Tel. 02/86894470
info@indianaproduction.com
www.indianaproduction.com



Marco Cohen
Founder & Partner



Fabrizio Donvito
Founder & Partner



Benedetto Habib
Partner



Daniel Campos
Pavoncelli
Partner & Producer



Karim Bartoletti
Partner & Executive Producer

PRODUZIONE



INDIGO FILM

Via Torino, 135
00184 Roma
Tel. 06/77250255
www.indigofilm.it
info@indigofilm.it



Nicola Giuliano
Produttore



Francesca Cima
Produttore



Carlotta Calori
Produttore



Viola Prestieri
Produttore

PRODUZIONE

Lōtus
PRODUCTION
A SINCE THE 1980s HISTORY

LOTUS PRODUCTION

Viale G. Mazzini, 55 - 00195 Roma
Tel. 06/97611650
info@lotusproduction.it
www.lotusproduction.it

Raffaella Leone
Presidente e Ceo



Andrea Leone
Ceo



Marco Morabito
Head of
Production

Elsa Ambanelli
Head of
Entertainment



Federico Palmanti
Production and
Development Manager



PRODUZIONE



MOMPRACEM

Via Monte Santo, 25
00195 Roma
Tel. 06/95223150
segreteria@mompracem.it
www.mompracemfilm.com

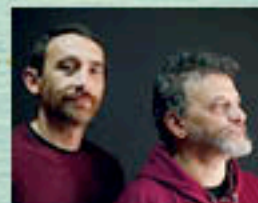
Carlo Macchitella
Produttore



Manetti bros.
Produttori

Pier Giorgio Bellocchio
Produttore

Beta Film
Socio



PRODUZIONE

PALOMAR
Mediawan

PALOMAR

Via Guglielmo Imperiali
di Francavilla, 4
00135 Roma
Tel. 06/3759681
palomar@palomaronline.com
www.palomaronline.com

Carlo Degli Esposti
Presidente



Nicola Serra
Ceo



PRODUZIONE

PEPITO
PRODUZIONI

PEPITO PRODUZIONI

Via Don Giovanni Verità, 3
00195 Roma
Tel. 06/3233875 - 366/9897460
www.pepitoproduzioni.com
info@pepitoproduzioni.com

Agostino Saccà
Presidente
e amministratore



PRODUZIONE



PEGASUS

PEGASUS

Via Ennio Quirino Visconti, 20
00193 Roma
Tel. 06/77208329
segreteria@pegasusworld.it
www.pegasusworld.it



Martha Capello
Geo, Founder



Ilaria Dello Iacono
Founder



Patricia Arpa
Head of Coproduction



Sergio Romero
Cto



Gabriele Moratti
Head of Sales
& Marketing

PRODUZIONE

PICOMEDIA

PICOMEDIA

Piazza Martiri di Belfiore, 4
00195 Roma
Tel. 06/3234500
info@picomedia.it
www.picomedia.it



Roberto Sessa
Ceo

PRODUZIONE

Rai Cinema

RAI CINEMA

Piazza Adriana, 12
00193 Roma
Tel. 06/33179601
www.raicinema.it



Nicola Claudio
Presidente

Paolo Del Brocco
Amministratore delegato

Giuseppe Sturiale
Direttore generale



PRODUZIONE

taoduefilm
MEDIASET GROUP

TAODUE

Via Pompeo Magno, 1
00192 Roma
Tel. 06/3222016
www.taodue.it
taodue@taodue.it



Pietro Valsecchi
Amministratore
delegato

PRODUZIONE



ARCADIA

Via Martiri della Libertà
20066 Melzo (MI)
Tel. 02/964164.21
amministrazione@multiplexarcadia.com
www.arcadiacinema.com



Piero Fumagalli
Founder & Ceo

Laura Fumagalli
Responsabile Marketing & eventi



Paola Fumagalli
Responsabile risorse umane

Simona Zerbi
Responsabile finanza & amministrazione



ESERCIZIO



CINELANDIA

Via Caduti di Nassiriya, 5
22063 Cantù (CO)
Tel. 031/720619
cinelandia@cinelandia.it
www.cinelandia.it

Paolo Petazzi
Ceo



Mariena Costanzo
Film Buyer

Monica Teraneo
General Manager

Manuel Barelo
Operations Manager

Giulia Reynaud
Marketing Manager

ESERCIZIO



EPLANET CINEMAS

JOLLY CINEMATOGRAFICA
Via Della Costituzione, 41b
95125 Catania (CT)
Tel. 095/2202947
direzione@jollycinematografica.it
www.eplanetcinemas.it



Angelo Tacca
Amministratore unico

Craio Brigadeci
Amministratore unico Multicompany

Nora Helena Gomez
Claudio Brigadeci
Claudio Di Martino
Management Team

ESERCIZIO



CIRCUITO CINEMA

Via delle Quattro Fontane, 23 - 00184 Roma
Tel. 06/4745725
customerocare@circuitocinema.com
www.circuitocinema.com



Antonio Medici
Presidente

Andrea Occhipinti
Amministratore delegato

Fabio Fetè
Direttore programmazione



Paola Onorati
Direttore Finanziario e Amministrativo



ESERCIZIO



GIOMETTI CINEMA

Via Casino Albini
47842 San Giovanni in
Marignano (RN)
Tel. 0541/957879
segreteria@giometticinema.it
www.giometticinema.it



Giovanni Giometti
Presidente

Massimiliano Giometti
**Direttore commerciale
e tecnico**



Gianluca Giometti
Direttore amministrativo

Silvia Giometti
Direttrice programmazione



ESERCIZIO



IL REGNO DEL CINEMA

Piazzale Arnaldo, 2
25121 Brescia
Tel. 030/49372
segreteria@ilregnodelcinema.it
www.ilregnodelcinema.it



David Quilleri
Amministratore delegato

Tomaso Quilleri
**Direttore
programmazione**

Jacopo Quilleri
Direttore tecnico

Lorenzo Quilleri
Programmazione

Lorenza Lucini
Marketing



ESERCIZIO

LUCISANO MEDIA
GROUP

LUCISANO MEDIA GROUP

ITALIAN INTERNATIONAL CINEMA
ITALIAN INTERNATIONAL MOVIEPLEX
Via Giandomenico Romagnosi, 20
00196 Roma
Tel. 06/3611377
info@lucisanomediagroup.com
www.lucisanomediagroup.com



Fulvio Lucisano
Presidente

Federica Lucisano
Consigliere

Paola Lucisano
Consigliere



ESERCIZIO


**MASSIMO FERRERO
CINEMAS**

MASSIMO FERRERO CINEMAS

PALAZZO ADRIANO
Via Cicerone, 15
00193 Roma
Tel. 06/367671
palazzoadrianosrl@libero.it
www.ferrerocinemas.com



Andrea Diamanti
Amministratore unico

Giorgio Ferrero
Direttore commerciale

Iaria Dello Iacono
Trade Marketing



ESERCIZIO



MOVIE PLANET

Via Casino Albini
47842 San Giovanni in
Marignano (RN)
Tel. 0541/957879
segreteria@giometticinema.it
www.giometticinema.it



Cesare Rossi
Presidente



Alessandro Rossi
Amministratore delegato



Maria Vittoria Rossi
Consigliere

Enrica Rossi
Consigliere



Michele Barone
Ufficio programmazione



NOTORIOUS CINEMAS

SEDE LEGALE
Largo Brindisi, 2
00182 Roma

SEDE AMMINISTRATIVA
Via della Signora, 2/A
20122 Milano
Info@notoriouscinemas.it
www.notoriouscinemas.it



Andrea Stratta
Amministratore delegato



Michele Meniconi
Direttore operazioni e programmazione

Laura Marongiu
Direttore Marketing



ESERCIZIO

ESERCIZIO



ANTEO SPAZIOCINEMA

Via Milazzo, 9
20121 Milano
Tel. 02/43912769
info@spaziocinema.info
www.spaziocinema.info



Lionello Cerri
Amministratore delegato

Sergio Oliva
Responsabile programmazione



STARPLEX CINESTAR

Via A. Diaz, 9
25121 Brescia
Tel. 030/2403257
starplex@cinestaronline.it
www.starplex.it



Tiziano Missaglia
Direttore

ESERCIZIO

ESERCIZIO



THE SPACE CINEMA

Piazza Augusto Imperatore, 3
00186 Roma
Tel. 06/688111
www.thespacecinema.it
reception@thespacecinema.it

Francesco Grandinetti
General manager

Donato Cupertino
Director of operations

Francesco Di Cola
Director of screen content & sales

Andrea De Candido
Head of marketing

Pia Ardovino
Media & Partnership manager

Veronica Savio Boero
Conferencing & Events manager



ESERCIZIO



UCI CINEMAS

Via Carlo Donat Cattin 5
20063 Cernusco sul Naviglio (MI)
Tel. 02/92443611

Ramon Blanes
Managing Director Southern Europe & Northern Europe

Gianluca Pantano
Italy Film Buying Director

Toni Ilić
Commercial Director Southern Europe

Stefano Escosse
Head of Field Operation Italy

Cristina Gonzalez Gil
Head of Sales Southern Europe

Omar Lara Garcia
Head of Marketing Southern Europe

Francesco Reitano
Senior Marketing Manager Southern Europe



ESERCIZIO

DI:CE
nElla
Città

ALICE NELLA CITTÀ

Via Benaco, 5 - 00199 Roma
Tel. 06/85304966
segreteriaalice@gmail.com
www.alice.mymovies.it



Fabia Bettini
Direttore artistico

Gianluca Giannelli
Direttore artistico



FESTIVAL

BIF&ST
BARI
INTERNATIONAL
FILM&TV
FESTIVAL

BIF&ST-BARI INTERNATIONAL FILM&TV FESTIVAL

Via Donatello, 50
00196 Roma
Tel. 06/45595943
segreteria.direzione@bifest.it
www.bifest.it

Felice Laudadio
Direttore



FESTIVAL

FAR EAST
FILM
FESTIVAL

FAR EAST FILM FESTIVAL

Centro Espressioni Cinematografiche
Via Villalta, 24 - 33100 Udine
Tel. 0432/299545
cec@cecudine.org
www.fareastfilm.com



Sabrina Baracetti
Presidente

Thomas Bertacche
Festival General
Coordinator



FESTIVAL

FILMINGITALY

FILMING ITALY

Viale Delle Milizie, 20
00192 Roma
Tel. 06/39746600
press@tizianarocca.it
www.tizianarocca.it

Tiziana Rocca
Direttore generale



FESTIVAL



FESTA DEL CINEMA DI ROMA

Piazza Cardinal Consalvi, 9
00196 Roma
Tel. 06/40401900
info@romacinemafest.org
www.romacinemafest.org



Gian Luca Farinelli
Presidente Fondazione
Cinema per Roma

Francesca Via
General Manager
Fondazione
Cinema per Roma



Paola Malanga
Direttrice
Artistica Festa
del Cinema



FESTIVAL



GIFFONI FILM FESTIVAL

Via Aldo Moro, 4
84095 Giffoni Valle Piana (SA)
Tel. 089/8023001
info@giffoniff.it
www.giffonifilmfestival.it

Claudio Gubitosi
Fondatore
e Direttore artistico



FESTIVAL



GIORNATE DEGLI AUTORI

Via Santa Croce in
Gerusalemme, 107
00185 Roma
Tel. 06/8603111
info@giornatedegliautori.com
www.giornatedegliautori.com



Andrea Purgatori
Presidente

Giorgio Gosetti
Delegato generale



Gaia Pomer
Direttrice
artistica



FESTIVAL



settimana
internazionale
della critica

SETTIMANA INTERNAZIONALE DELLA CRITICA

Palazzo del Cinema
Lungomare Marconi
30126 Lido di Venezia (VE)
info@sicvenezia.it
www.sicvenezia.it

Beatrice Fiorentino
Delegata generale



FESTIVAL



AMAZON PRIME VIDEO ITALIA

Viale Monte Grappa, 3/5
20124 Milano
www.primevideo.com



Marco Azzari
Country Manager

Viktoria Waslewski
Head of Content

Nicole Morganti
Head of Originals, Amazon Studios Italia

Marco Foroni
Business Lead, Sports

Luca Oteri
Prime Video Channels



PIATTAFORME



CHILI

Via Ambrogio Figino, 16 - 20156 Milano
Tel. 349/5685517
press@chili.com
https://it.chili.com/



Giorgio Tocchio
Ceo & Founder

Alessandra Ricupero
Chief Commercial & Marketing Officer

Ciro Scala
Chief Content Officer

Filippo Aroni
Chief of Chili Media

PIATTAFORME



DISCOVERY+

Via Visconti di Modrone, 11
20121 Milano
info@discovery-italia.it
discoveryplus.it



Alessandro Araino
**General Manager
Warner Bros. Discovery
Italy & Iberia**

Laura Carafoli
**SVPTV Networks & Digital
Local Production**

Andrea Vidoni
**VP Marketing
& Consumer PR**

Adriano Baloni
**Senior Director
Communications**



PIATTAFORME



DISNEY+

THE WALT DISNEY COMPANY ITALIA
Via Ferrante Aporti, 6/8
Milano 20124
Tel. 02/29085000
www.disney.it
www.disneyplus.com



Daniel Frigo
AD The Walt Disney Company Italia

Francesco Magni
VP Disney+, Direct to Consumer Italia

Giuseppe Carotti
Director Marketing Disney+

Cristina Fusetti
Director Performance Marketing & Customer Acquisition

Alessandro Saba
Director Local Production

Simone Raineri
Director PR & Comms Studios, Disney+, Corporate & CSR



PIATTAFORME

NETFLIX

NETFLIX

Via Boncompagni, 8-10
Villino Rattazzi
00187 Roma
www.netflix.com



Tinny Andreatta
Vicepresidente contenuti italiani

Paolo Lorenzoni
**Country Director of Marketing,
Italia e Grecia**

Barbara Ferrieri
PR Director, Italia e Grecia



PIATTAFORME

infinity+

INFINITY+

Viale Europa, 48
20093 Cologno Monzese (MI)
Tel. 02/25141
press@moonlightingpr.it



Pablo Falanga
Direttore commerciale

PIATTAFORME

NOW NOW

Via Monte Penice, 7
20138 Milano
Tel. 02/30801
ufficio.stampa@skytv.it
www.nowtv.it



Lorenzo Foglia
Managing Director

PIATTAFORME



pluto TV

PARAMOUNT+

Corso Europa, 5 - 20122 Milano
www.pluto.tv
www.paramountplus.it



Antonella Dominici
SVP Streaming Italy & South EMEA

Chiara Giacchetto Papas
PR & Comms Senior Director
Italy & South EMEA

Aldo Torchio
VP Marketing Streaming
Italy & South EMEA

Cristiano Girola
Content Director Pluto TV
Italy & South EMEA

Giorgina Di Santo
Programming & Acquisitions Director
Paramount+ Italy & South EMEA



PIATTAFORME

TV
TIMVISION

TIM VISION

Via del Pellegrino 155
00186 Roma
timpressoffice@telecomitalia.it
www.timvision.it



Andrea Rossini
Chief Consumer,
Small & Medium Market Officer
& ad interim Direttore TimVision
and Entertainment Products



Simone Delicato
Responsabile
Marketing e Contents

PIATTAFORME

Rai Play RAIPLAY

Viale Mazzini, 14 - 00195 Roma (RM)
comunicazione@raiplay@hstamp.com
www.raiplay.it



Elena Capparelli
Direttore RaiPlay e Digital

PIATTAFORME

ALTRE PIATTAFORME

APPLE TV+
Info@internosweb.it
Info@studiodipuntoevirgola.com
www.apple.com/it/apple-tv-plus

MUBI
mubi@fosteropress.com
https://mubi.com/it
Senior Marketing Manager:
Simona Montemurro
Marketing Manager: Georgia Grey
Social Marketing Coordinator:
Sara Zanardo

MIOCINEMA
Lucky Red
Largo Italo Gemini, 1
00181 Roma
a.tieri@luckyred.it
g.ranucci@luckyred.it
f.perni@luckyred.it
https://miocinema.com/
responsabile:
Valerio Scarinci

Courtesy of Paramount+ Photo: Courtesy of Tim Vision. Photo: Courtesy of RaiPlay. Photo: Courtesy of Apple TV+. Photo: Courtesy of Mubi. Photo: Courtesy of Miocinema. Photo: Courtesy of Lucky Red. Photo: Courtesy of Sky TV.



Italian Film Commissions

ITALIAN FILM COMMISSIONS

Via Tuscolana, 1055 - 00173 Roma
Tel. 346/4968920
info@italianfilmcommissions.it
www.italianfilmcommissions.it

Cristina Pitarone
Presidente

Luca Ferrario
Vicepresidente

Paolo Manera
Vicepresidente

Tina Bianchi
Segretaria generale



FILM COMMISSION



Calabria
Film
Commission

CALABRIA FILM COMMISSION

Cittadella Regione Calabria
"Jole Santelli"
Viale Europa - Loc. Germaneto
88100 Catanzaro
Tel. 0961/853836
info@calabriafilmcommission.it
www.calabriafilmcommission.it

Anton Giulio Grande
Commissario straordinario

Luciano Vigna
Direttore



FILM COMMISSION



EMILIA
ROMAGNA
FILM
COMMISSION

EMILIA-ROMAGNA FILM COMMISSION

Viale A. Moro, 38
40127 Bologna
Tel. 051/5278753
www.emiliaromagnacultura.it

Fabio Abagnato
Responsabile



FILM COMMISSION



FILM COMMISSION
TORINO PIEMONTE

FILM COMMISSION TORINO PIEMONTE

Via Cagliari 42 - 10153 Torino
Tel. 011/2379201
info@fctp.it
www.fctp.it

Beatrice Borgia
Presidente

Paolo Manera
Direttore



FILM
MARCHE
COMMISSION

MARCHE FILM COMMISSION

Fondazione Marche Cultura
Piazza Cavour, 23
60121 Ancona
Tel. 071/9951620
filmcommission@fondazionemarchecultura.it
www.filmcommissionmarche.it

Francesco Gesualdi
Responsabile

Sofia Cecchetti
Film Commissioner





ASSOCIAZIONE
DELLA AUTORELITA'
DINETELEVISIVA

100AUTORI

Via Barberini, 67
00186 Roma
Tel. 366/5096835
coordinamento@100autori.it
www.100autori.it

Stefano Sardo
Presidente



ASSOCIAZIONI, ENTI, ISTITUZIONI, MERCATI

DAVID DI
DONATELLO
Accademia del
Cinema Italiano



ACCADEMIA DEL CINEMA ITALIANO - PREMI DAVID DI DONATELLO

Via di Villa Patrizi, 8 - 00161 Roma
Tel. 06/4402766
segreteria@daviddidonatello.it
www.daviddidonatello.it

Piera Delassis
Presidentessa e Direttrice



ASSOCIAZIONI, ENTI, ISTITUZIONI, MERCATI



AGIS

ASSOCIAZIONE GENERALE ITALIANA
DELLO SPETTACOLO
Via del Gesù, 62
00186 Roma
Tel. 06/884731
www.agisweb.it
comunicazione@agisweb.it

Francesco Giambone
Presidente



ASSOCIAZIONI, ENTI, ISTITUZIONI, MERCATI



MIC - MINISTERO DELLA CULTURA

MINISTERO DELLA CULTURA
Via del Collegio Romano, 27 - 00186 Roma
Tel. 06/6723.1
www.beniculturali.it

DIREZIONE GENERALE CINEMA E AUDIOVISIVO
Piazza Santa Croce in Gerusalemme, 9/a
00185 Roma
Tel. 06/6723.3235 - 3400 - 3401
dg-ca@cultura.gov.it
<https://cinema.cultura.gov.it/>

Gennaro Sangiuliano
Ministro della Cultura

Lucia Borgorzi
Sottosegretario per la Cultura

Nicola Borrelli
Direttore Generale
Cinema e Audiovisivo



ASSOCIAZIONI, ENTI, ISTITUZIONI, MERCATI



ACEC

ASSOCIAZIONE CATTOLICA
ESERCENTI CINEMA
Via Aurelia, 796
00165 Roma
acec@acec.it
www.saledeillacomunita.it



Don Gianluca Bernardini
Presidente



ASSOCIAZIONE NAZIONALE
ESERCENTI CINEMA

ANEC

ASSOCIAZIONE NAZIONALE
ESERCENTI CINEMA
Via di Villa Patrizi, 10 - 00161 Roma
Tel. 06/995852
segreteria@anec.it
www.anecweb.it



Mario Lorini
Presidente

Carlo Bernaschi
Presidente onorario

Simone Giacini
Direttore generale



FICE

FEDERAZIONE ITALIANA
CINEMA D'ESSAI
via di Villa Patrizi, 10
00161 Roma
Tel. 06/995852
segreteria@fice.it
www.fice.it

Domenico D'Inola
Presidente



CINETEL

SEDE LEGALE
Via di Villa Patrizi, 10
00161 Roma

SEDE OPERATIVA
Viale Regina Margherita, 286
00198 Roma
Tel. 06/8395.2321
reportcinetel@cinetel.it
www.cinetel.it



Simone Giacini
Presidente

Davide Novelli
Amministratore delegato

Giorgio Bigoni
Head of Operations





ANICA

ASSOCIAZIONE NAZIONALE INDUSTRIE
CINEMATOGRAFICHE AUDIOVISIVE E DIGITALI
Viale Regina Margherita, 286
00198 Roma
Tel. 06/4425961
anica@anica.it
www.anica.it



Tinny Andreatta
Presidente Unione Editori
Media Audiovisivi

Micaela Fusco
Presidente Unione Esportatori
Internazionali - UNEFA



Francesco Rutelli
Presidente Anica

Benedetto Habib
Presidente Unione Produttori



Luigi Lonigro
Presidente Unione Editori e
Distributori Cinematografici



Ranieri de' Cinque Quintili
Presidente Unione Imprese
Tecniche



Manuela Cacciamani
Presidente Unione Editori e
Creators Digitali



ASSOCIAZIONI, ENTI, ISTITUZIONI, MERCATI



ASSOCIAZIONE
PRODUTTORI AUDIOVISIVI
SERIE • FILM • INTRATTENIMENTO • DOC • ANIMAZIONE

APA

ASSOCIAZIONE
PRODUTTORI AUDIOVISIVI
Via Sabotino, 2A - 00195 Roma
Tel. 06/3700265
info@apaonline.it
www.apaonline.it



Giancarlo Leone
Presidente

Antonella Barbieri
Direttrice
generale



ASSOCIAZIONI, ENTI, ISTITUZIONI, MERCATI

CINECITTÀ CINECITTÀ

via Tuscolana, 1055
00173 Roma
Tel. 06/722861
www.cinecitta.com



Chiara Sbartiga
Presidente



Nicola Maccanico
Amministratore delegato

Maurizio Venafro
Direttore Affari Istituzionali e Legale,
Risorse Umane, Affari Generali e IT

Claudio Ranocchi
Direttore Amministrazione,
Finanza e Controllo, Acquisti

Luca Mizzotto
Director Sales & Marketing

Domenico Pinuccio D'Arno
Direttore Produzione e Teatri

Enrico Bufalini
Direttore Cinema, Documentaristica,
Archivio Luce Cinecittà



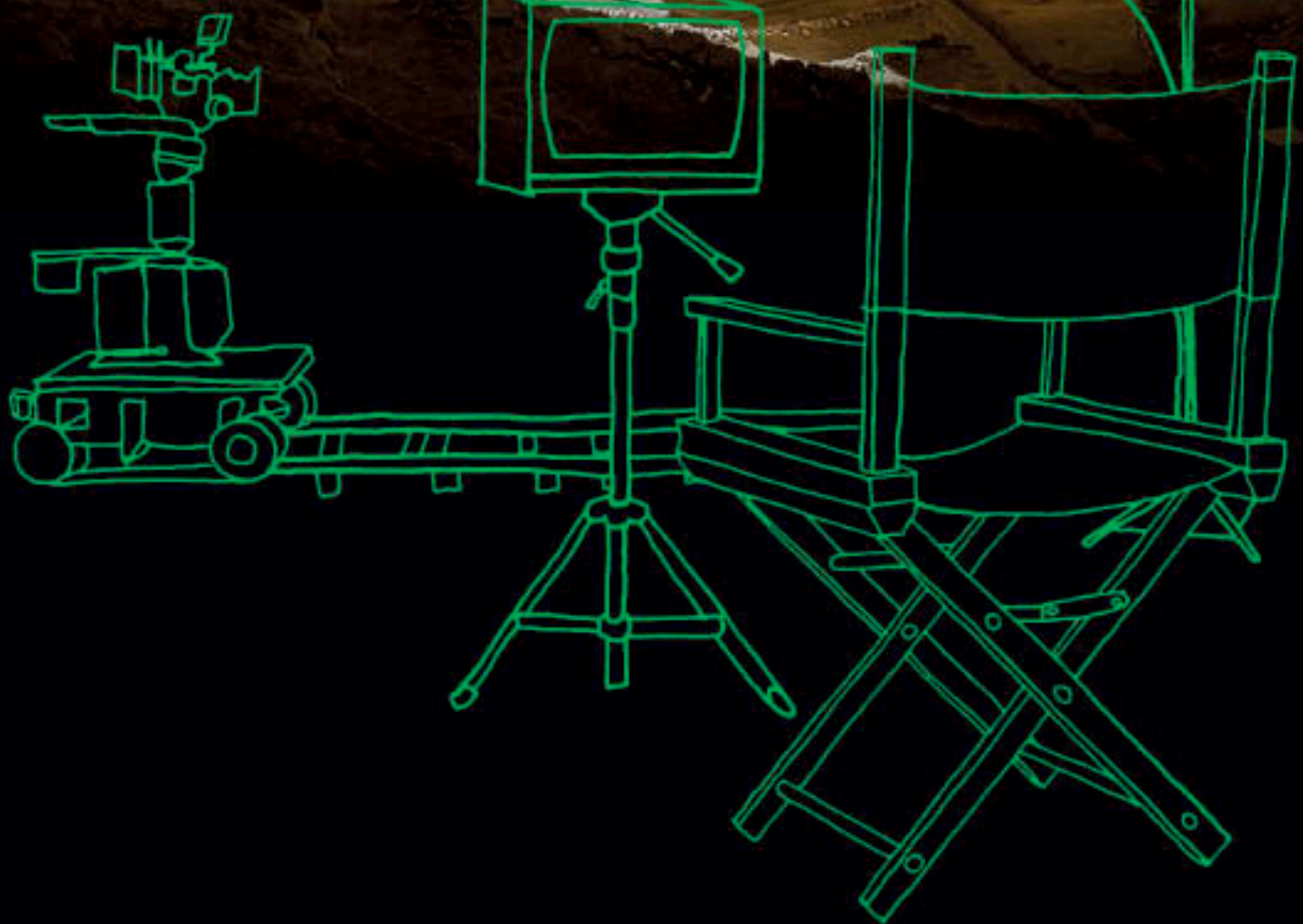
Giancarlo Di Gregorio
Direttore Festival e Mercati,
Cinecittà si Mostra, MIAC

Marcello Giannotti
Direttore Comunicazione e
Attività editoriali



ASSOCIAZIONI, ENTI, ISTITUZIONI, MERCATI

MARCHE A WORLD OF LOCATIONS



ROMA
LAZIO
FILM
COMMISSION

MADE FOR CINEMA WHERE CINEMA IS MADE

PATRICA (FROSINONE)

WWW.ROMALAZIOFILMCOMMISSION.IT



REGIONE
LAZIO

ROMA




Italian Film Commissions

ITALY
for
MOVIES

Capital Region - for Cinema

CRC
A European Network

cine o regio

filming Europe
EUROPEAN FILM COMMISSIONS NETWORK

afci
ASSOCIATION OF
FILM COMMISSIONS
INTERNATIONAL

IL MERCATO SPAGNOLO VISTO DA CINESA E CINE YELMO

I RAPPRESENTANTI DEI DUE PRINCIPALI CIRCUITI SPAGNOLI, **RAMÓN BIARNÉS** (CINESA) E **FERNANDO ÉVOLE** (CINE YELMO), ANALIZZANO L'ANDAMENTO DEL MERCATO CINEMATOGRAFICO NEL PAESE IBERICO E SVELANO STRATEGIE E PIANI DI ESPANSIONE DELLE LORO CATENE

di Paolo Sinopoli

© iStock (1)

GRANDE FIDUCIA PER IL 2023

PARLA **RAMÓN BIARNÉS**, MANAGING DIRECTOR
SUD E NORD EUROPA DI ODEON CINEMAS GROUP,
IN CUI RIENTRA IL CIRCUITO SPAGNOLO CINESA



C

**ome giudica lo
stato di salute
del settore in
Spagna?**

Non è una situazione semplice e negli ultimi mesi ha influito negativamente anche il costo dell'energia, aumentando radicalmente i prezzi delle bollette. Inoltre, abbiamo assistito a chiusure, soprattutto nel sud della Spagna, dovute sia alla mancanza di buoni film che attirano il pubblico, sia agli alti costi dell'elettricità. Allo stesso tempo, però, vorrei sottolineare che la risposta del pubblico è sempre molto entusiasta per l'uscita di titoli importanti, basti vedere la grande performance di *Avatar 2*, e che il riscontro sulla sicurezza delle sale è stato, in ogni momento, molto positivo.

Quali sono le criticità più evidenti del mercato cinematografico spagnolo in questo momento?

Durante l'anno scorso sia i produttori che i distributori non si sono assunti grandi rischi nell'uscita di nuovi film e il calendario della programmazione ne ha risentito. Dal nostro punto di vista sono mancate soprattutto le produzioni spagno-





le a budget medio. Tuttavia siamo molto fiduciosi nel 2023.

Pensa sarà possibile tornare ai numeri di pre-pandemia?

Credo che il mercato cinematografico spagnolo tornerà ai numeri del pre-pandemia tra la fine del 2023 e l'inizio del 2024. Quando parlo di mercato pre-pandemia, non mi riferisco al 2019, che è stato un anno eccezionalmente buono in Spagna. Sarebbe più opportuno fare paragoni con il 2017 e il 2018, che sono stati anni ottimi ma non straordinari. Tuttavia, sono sicuro che in futuro assisteremo a una piena ripresa del cinema. Le stesse piattaforme streaming hanno riconosciuto che quando una persona vuole uscire di casa, il cinema non ha rivali. Solo in sala si può vivere una vera esperienza cinematografica con la migliore qualità sonora e visiva.

Oggi Cinesa conta 37 cinema in Spagna, per un totale di quasi 500 schermi. Come giudica l'anno appena trascorso per il circuito?

I risultati raggiunti l'anno scorso da Cinesa in Spagna sono notevolmente

migliori rispetto al 2021, quando erano ancora in vigore diverse restrizioni a causa dell'emergenza sanitaria derivata dal Covid, e abbiamo raggiunto il 70% della quota di mercato del 2019. Inoltre, durante la Fiesta del Cine (che si è svolta dal 3 al 5 ottobre 2022) abbiamo raggiunto 300.000 spettatori in Cinesa, quando normalmente a ottobre vediamo circa 50 o 60.000 spettatori. Ciò significa che in 3 giorni abbiamo quasi quintuplicato l'afflusso che avremmo avuto in un mese intero. Sfortunatamente, alcune delle conseguenze della pandemia sono ancora presenti e l'offerta di film del 2022 è stata al di sotto delle aspettative in termini numerici. In questo senso l'assenza di prodotto medio locale è stata particolarmente significativa e, soprattutto a causa della situazione di generale incertezza, le società di distribuzione hanno rallentato gli investimenti e le uscite in sala. Per certi aspetti è comprensibile, non è facile accettare rischi importanti in un mercato che stenta a riprendersi, ma sono convinto che quest'anno, grazie all'uscita di tanti film di richiamo, assisteremo a un'inversione di tendenza.

Come prosegue il piano di espansione in Spagna?

Nell'ultimo anno abbiamo inaugurato due strutture di eccellenza secondo gli elevati standard qualitativi LUXE. Mi riferisco a Cinesa LUXE Oasis di Madrid, aperto a dicembre 2021 presso il centro commerciale Oasis, e a Cinesa LUXE Garbera di San Sebastián, aperto a fine 2021 all'interno del centro commerciale Garbera. Queste strutture richiedono investimenti più alti del solito, in quan-

to caratterizzati da poltrone reclinabili, da impianti sonori e sistemi di proiezione all'avanguardia in tutte le sale, e dall'Oscar's Bar, che presenta un'offerta gastronomica premium. Noi di Cinesa scommettiamo da tempo su un modello di sala che offra agli spettatori un nuovo modo di vivere il cinema, tale da essere percepito come un'esperienza unica ed esclusiva di cui essere protagonisti. E questo passaggio è possibile solo investendo in innovazione e tecnologia.

Al momento non abbiamo in programma nuove aperture, ma siamo sempre attenti a cogliere tutte le opportunità che offre il mercato. Se un cinema indipendente o un circuito vuole trattare, siamo disposti a prenderlo in considerazione.

E per quanto riguarda eventuali chiusure?

Non abbiamo rinnovato il contratto di affitto di due strutture e all'inizio di novembre abbiamo lasciato Cinesa La Cañada (8 sale) a Marbella e Cinesa Mataró Parc (11 sale) a Barcellona. ➤



© courtesy of Cinesa (4); © iStock (1)

NUMERI IN CRESCITA, MA LA STRADA È LUNGA

PARLA **FERNANDO ÉVOLE**, COUNTRY
MANAGER DEL CIRCUITO CINE YELMO



C

ome giudica la ripartenza generale del settore cinematografico in Spagna in termini di box office e affluenza?

Ci stiamo riprendendo più lentamente del previsto, anche se i numeri sono in crescita. Il 2022 è andato meglio del 2021, e il 2023 andrà meglio del 2022. Ma quest'anno non credo riusciremo a tornare ai numeri del 2019, che è stato un anno senza precedenti in termini di offerta e di risultati. Il 2023 sarà più un anno di transizione, con contenuti molto simili all'anno passato e alcuni titoli già slittati al 2024. Purtroppo c'è ancora molta strada da percorrere prima che il cinema torni a essere la prima opzione di entertainment outdoor e riesca a coinvolgere le famiglie. L'aspetto positivo è che le persone vogliono tornare al cinema e vedere film sul grande schermo. E non



dimentichiamo che giochiamo una partita completamente diversa da quella delle piattaforme streaming. Se si vuole uscire di casa e provare una nuova esperienza, il cinema resta una delle opzioni migliori. Se invece si preferisce stare a casa, allora qui entra in gioco l'on demand. Ma con grandi titoli in programmazione, il pubblico risponde e va al cinema. Credo che assisteremo a una crescita definitiva del mercato cinematografico tra il 2024 e il 2025.

Crede che il rapporto tra esercizio e distribuzione possa essere migliorato?

Sicuramente c'è sempre margine di miglioramento, anche se il rapporto con i nostri partner distributori è già molto solido. Ci ritroviamo ogni lunedì per analizzare i dati del weekend e prendere insieme le decisioni strategiche. La condivisione è importante soprattutto per migliorare le campagne e le azioni marketing, rendendo più efficaci le promozioni per i nostri clienti. Cine Yelmo può, infatti, contare su

una grande fonte di informazioni relative al suo pubblico grazie alla creazione dei profili del programma fedeltà. Certo la relazione con la distribuzione si potrebbe perfezionare ulteriormente, ma siamo entrambi orientati a sfruttare tutte le occasioni per creare nuove opportunità di crescita sul fronte della comunicazione.

Prevedete di acquisire o di prendere in gestione nuovi cinema? Avete aperture all'orizzonte?

Siamo sempre aperti a valutare tutte le opportunità di crescita per il nostro circuito. Soprattutto, dove possibile investiamo nella costruzione di nuovi cinema all'interno di centri commerciali. Ne è un esempio la multisala Premium che inaugureremo quest'anno in Andalusia, composta da 11 sale di cui una Macro X e una sala Junior. Allo stesso tempo vagliamo tutte le opzioni per prendere in gestione altri cinema e continuiamo a investire nel rinnovamento delle strutture di Cine Yelmo. Crediamo, infatti, che per valorizzare il

nostro business sia sempre fondamentale garantire al cliente la migliore esperienza possibile. Nel 2023 abbiamo in previsione anche il rinnovo di Las Arenas, il nostro cinema di punta di Las Palmas, secondo gli standard Premium. Diventerà il nostro fiore all'occhiello in Gran Canaria e sarà dotato di una sala Macro X.

Ecco, ci aggiorni sul processo di rinnovo del circuito Cine Yelmo.

È un continuo investimento in manutenzione e aggiornamento tecnologico, anche perché abbiamo 53 cinema per un totale di 540 sale. Mai come oggi, infatti, è essenziale garantire al pubblico i più alti standard tecnologici a livello video e audio. Per questo lavoriamo per migliorare l'esperienza digitale dei nostri clienti e stiamo aggiornando tutti i nostri cinema con proiettori laser (al ritmo di cinque o sei installazioni all'anno), impianti audio allo stato dell'arte e 3D high-frame-rate (perfetto per grandi titoli come *Avatar: La via dell'acqua*).

Quali sono le strutture di Cine Yelmo che registrano le migliori performance?

I più apprezzati sono sicuramente i nostri cinema Premium e Luxury, due concept che offrono la migliore esperienza in termini di tecnologia, comfort, servizi e offerta Food & Beverage. Ma registriamo ottime performance anche nei cinema tradizionali, ad esempio in Cines Ideal di Madrid.

© courtesy of Cine Yelmo (4); © iStock (1)





CG Cinéma, Avventurosa e Rai Cinema
presentano

Raphaël
THIÉRY

Juliette
JOUAN

Louis
GARREL

Noémie
LVOVSKY

Con la partecipazione di
Yolande MOREAU

QUINZAINE
DES RÉALISATEURS
Société des réalisateurs de films
CANNES

LE VELE SCARLATTE

un film di
PIETRO MARCELLO

François Négret Ernst Umhauer Asia Brechet Inés Es Sarhir Antonin Stahly Athénaïs Sifaoui-Blanc Bernard Blancan Arthur Orcier
Pierre Nisse Alan Delhaye Lolita Chammah Anne-Lise Heimburger Rémy Roubakha Natascha Wiese Annette Trumel Ilana Zabeth Vincent Pietton
Karim Rouabah Boris Gillot Frédérique Degott François Hallot Mathieu Brichoux Annie Robert

Sceneggiatura Pietro MARCELLO Maurizio BRAUCCI Maud AMELINE con la collaborazione di Geneviève BRISAC. Direttore della Fotografia Marco GRAZIAPLENA. Montaggio Andrea MAGUOLO e Carole LE PAGE. Suono Erwan KERZANET. Scenografia Christian MARTI.
Musica originale Gabriel YARED. Costumi Pascaline CHAVANNE. Direttrice di Produzione Hélène BASTIDE. Segretaria di Edizione Julia COLIN. Un film prodotto da Charles GILBERT con Ilya STEWART. Coprodotto da Michael WEBER e Viola FÉCEN.
Produttori associati Román BLONDEAU, Antonio MIKAYAKA. Una coproduzione CG Cinéma, Avventurosa con Rai Cinema, The Match Factory, ARTE France Cinéma, Les Films du Losange. Con la partecipazione di Orange Studio, ARTE France, ZDF, Canal +, Ciné +, Pif! Medien. In associazione con Hype, Wise Pictures, Cinéimage 16, Cinéaxe 3. Con il sostegno di Eurimages, Regione Lazio, La Région Normandie in collaborazione con il CNC e in associazione con Normandie Images, la PROCIREP-ANGOA.

LE TARGHE DI BOX OFFICE

ASSEGNATI I RICONOSCIMENTI AI DISTRIBUTORI CHE SI SONO DISTINTI ALLE GIORNATE PROFESSIONALI DI SORRENTO. UNA SELEZIONE RAPPRESENTATIVA DI ESERCENTI CINEMATOGRAFICI HA, INFATTI, VOTATO IL MIGLIOR LISTINO, CONVENTION, LISTINO INDIPENDENTE, TRAILER, PROMO E SHOWREEL AL TERMINE DELL'EVENTO

a cura della redazione



WALT DISNEY

MIGLIOR
LISTINO

MIGLIOR
SHOWREEL
(ex aequo)

Doppio premio per The Walt Disney Company Italia. La major capitanata dall'amministratore delegato Daniel Frigo ha ricevuto le targhe di *Box Office* per il miglior listino - categoria in cui ha già trionfato anche alle giornate professionali di Riccione - e per il miglior showreel (ex aequo con Universal), ovvero la veste grafica della presentazione.

UNIVERSAL PICTURES

MIGLIOR
CONVENTION

MIGLIOR
SHOWREEL
(ex aequo)

Dopo essersi aggiudicata la targa di *Box Office* per la miglior convention alle giornate professionali di Riccione, Universal Pictures International Italy ha replicato la vittoria aggiudicandosi il riconoscimento nella stessa categoria anche alle giornate professionali di Sorrento. Inoltre, la major guidata da Xavier Albert ha vinto anche per il miglior showreel (ex aequo con Disney), ovvero la veste grafica della presentazione.



I WONDER PICTURES

MIGLIOR LISTINO
INDIPENDENTE

Prima volta per I Wonder Pictures. La società del Ceo & General Manager Andrea Romeo ha, infatti, ricevuto la sua prima targa di *Box Office* per il miglior listino indipendente. Un riconoscimento importante, assegnato dagli esercenti, a testimonianza dell'alta qualità della sua offerta cinematografica.



EAGLE PICTURES

MIGLIOR TRAILER
(ex aequo)

Hanno lasciato il segno nel cuore dell'esercizio le immagini del luccicante *Babylon*, facendo guadagnare a Eagle Pictures la targa di *Box Office* per il miglior trailer (ex aequo con Vision Distribution per *Grazie ragazzi*). La nuova opera di Damien Chazelle, interpretata da Margot Robbie e Brad Pitt, è un grande omaggio alla settima arte e al cinema hollywoodiano.



VISION DISTRIBUTION

MIGLIOR TRAILER
(ex aequo)

L'esercizio ha premiato Vision Distribution, società guidata dall'ad Massimiliano Orfei, con la targa di *Box Office* per il miglior trailer (ex aequo con Eagle per *Babylon*) di *Grazie ragazzi* di Riccardo Milani, una storia commovente che vede Antonio Albanese nelle vesti di un insegnante di laboratorio teatrale all'interno di un istituto penitenziario.



MEDUSA FILM

MIGLIOR PROMO

Alle giornate professionali di Sorrento, gli esercenti si sono entusiasmatisi per i primi 20 minuti de *Il grande giorno* di Massimo Venier, commedia con il trio comico Aldo, Giovanni e Giacomo. Un footage che ha portato Medusa Film, guidata dal vicepresidente e amministratore delegato Giampaolo Letta, a vincere la targa di *Box Office* per il miglior promo.

CHI HA VOTATO:

Di seguito gli esercenti che hanno votato le targhe di *Box Office* al termine delle giornate professionali di Sorrento: Felice De Santis, Francesco Di Cola, Mimmo Dinoia, Giuliana Fantoni, Giorgio Ferrero, Paola Fumagalli, Massimiliano Giometti, Mario Lorini, Andrea Malucelli, Matteo Nenciolini, Sergio Oliva, Gianluca Pantano, Erik Protti, Paolo Protti, Tomaso Quilleri, Alessandro Rossi, Pierluca Sforza, Enrico Signorelli, Francesco Santalucia, Andrea Stratta, Angelo Tacca.

ESERCIZIO, LE PROPOSTE PER UNA RIPRESA STABILE

UN PREZZO DEL BIGLIETTO FLESSIBILE, UNA MULTIPROGRAMMAZIONE REALMENTE ACCESSIBILE, UNA CRONOLOGIA PIÙ CHIARA, UN RAPPORTO COI DISTRIBUTORI PIÙ IMPRONTATO SULLA FIDUCIA. ECCO I CAMPI SU CUI LAVORARE PER RISOLLEVARE IL MERCATO NEL MINOR TEMPO POSSIBILE: NE HANNO PARLATO FRANCESCO GRANDINETTI, PAOLO PROTTI, TOMASO QUILLERI E ANDREA STRATTA AL CONVEGNO ORGANIZZATO DA *BOX OFFICE* ALLE ULTIME GIORNATE PROFESSIONALI DI CINEMA DI SORRENTO

a cura di **Valentina Torlaschi**

quasi tre anni dallo scoppio della pandemia, l'esercizio continua a essere il settore più sofferente e che più arranca nel consolidare un vero recupero. I numeri parlano chiaro: come si legge nell'articolo a pag. 16, il box office italiano del 2022 ha chiuso a -48% sulla media del triennio 2017-2019. Concretamente cosa si può fare per fronteggiare questa situazione critica? Se lo sono chiesti i relatori del convegno organizzato da *Box Office* all'ultima edizione delle giornate professionali di Sorrento dal titolo "Le proposte dell'esercizio per una ripresa stabile". A presentare la propria visione del mercato e le proprie idee di rilancio per le sale sono stati: Andrea Stratta (AD Notorious Cinemas), Tomaso Quilleri (Responsabile Programmazione e Marketing circuito Regno del Cinema), Paolo Protti (Esercente Ariston - Cinecity Mantova) e Francesco Grandinetti (Managing Director The Space Cinema). Ha moderato l'incontro Paolo Sinopoli, responsabile di *Box Office*, dopo i saluti iniziali da parte del presidente Anec Mario Lorini.

LA LEVA DEL PREZZO E UNA LEGGE CHIARA

Per Andrea Stratta, «due sono i problemi del mercato cinematografico attuale: la crisi economica generale e il grande cambiamento delle abitudini di consumo di prodotti audiovisivi. Partiamo dal primo: viviamo in un momento critico in cui le persone tendono a ridurre le spese per il tempo libero, spesso preferendo lo spritz e l'aperitivo a una serata al cinema. In tale contesto, la leva più immediata su cui premere per riattrarre pubblico è quella del prezzo. Nel breve termine, questa è la soluzione più a portata di mano visto che la domanda del consumatore cinematografico, oggi più che mai, è fortemente elastica al prezzo. Lo dimostrano i numeri. Porto ad esempio l'andamento delle presenze del cinema UCI di Pioltello alle porte di Milano nei suoi primi 15 giorni di riapertura: a fronte di una prima settimana con una bella affluenza di 4.500 spettatori grazie a un biglietto



ANEC BOXOFFICE

Moderatore
DOTT. SINOPOLI, Responsabile di Box Office

Intervengono
DOTT. [Nome], Direzione Programmazione e Marketing circuito Regno del Cinema
DOTT. [Nome], Esercente Ariston - Cinacity Mantova
DOTT. [Nome], AD Notorious Cinemas
DOTT. [Nome], Managing Director The Space Cinema

Conclusioni
DOTT. [Nome], Presidente ANEC



A destra, Francesco Grandinetti (Managing Director di The Space Cinema); in basso a destra, Andrea Stratta (amministratore delegato di Notorious Cinemas)

promozionale a 4,90 euro, la settimana successiva, quando il biglietto è tornato a prezzo pieno, la struttura ha attirato solo 1.700 persone, registrando un calo di ben il 65%. È un andamento di consumo problematico che si era già visto durante “Cinema in Festa”: dell’aumento di presenze messo in moto dallo sconto rimane ben poco una volta che si torna alla normalità. Ecco perché lavorare sulla leva del prezzo può essere utile ma non sufficiente; anzi, è più che mai necessario continuare ad agire su altri ambiti quali l’eccellenza tecnologica e un servizio di altissimo livello.

Con “Sul fronte del cambio di abitudini, sappiamo ormai che il pubblico è mutato, e che sono scomparsi gli spettatori occasionali. Sono rimasti solo i grandi appassionati. Tanti dei vecchi spettatori occasionali aspettano ormai di vedere i film sulle piattaforme. Ecco perché è urgente definire una legislazione estremamente chiara sulle finestre di sfruttamento. Il 2023 dovrà

essere l’anno per trovare un accordo di Legge sulle window, per ridare chiarezza al pubblico».

IL CINEMA NON SONO I FILM PER LE PIATTAFORME. IL CINEMA È UN COPYRIGHT DA DIFENDERE

Sull’agire sulla leva del prezzo, Tomaso Quilleri ha espresso qualche perplessità. «Sì, è vero, di fronte agli enormi problemi di oggi, la tentazione di abbassare il prezzo è forte, ma secondo me non è il modo giusto per uscire dalla crisi. È una mossa di scarso respiro e controproducente. Dobbiamo piuttosto riportare l’eccellenza dell’esperienza cinematografica nel radar dello spettatore. Gli sconti possono aiutare, ma devono essere limitati nel tempo, attuati su scala nazionale, pompanti da una comunicazione ad ampio raggio e supportati dalle istituzioni. Se invece ogni >





Dall'alto verso il basso: Mario Lorini (presidente Anec), Paolo Protti (Esercente Ariston - Cinecity Mantova) e Paolo Sinopoli (responsabile della rivista Box Office)

player pratica una propria scontistica al ribasso, io temo in una guerra tra poveri. Il rilancio del cinema è un tema più ampio, culturale e sociale, che deve vedere in azione tutta la filiera. Dobbiamo agire tutti insieme, mi rifiuto di pensare che tra le nostre armi migliori ci sia solo il prezzo. Dobbiamo piuttosto progettare un percorso di rilancio che duri almeno un triennio per tornare a livelli di mercato sostenibili, ovvero tornare a un mercato di almeno 80 milioni di presenze annue. Per farlo, serve ovviamente l'appoggio delle istituzio-



ni: per esempio, reputo fondamentale che il decreto costi debba trasformarsi in un aiuto strutturale e non solo in un sussidio per un biennio. Ma soprattutto servono regole chiare sulle finestre di sfruttamento. Il cinema non sono i film per il piccolo schermo. Il cinema è la sala, eppure spesso la parola "cinema" ci viene rubata da altri soggetti televisivi: penso a espressioni come "Sky Cinema", il "cinema di Netflix", il "cinema di Prime Video" e così via. Non è corretto. Dovremmo avere il copyright sulla parola cinema, sull'esperienza del cinema: noi siamo unici in questa esperienza cinematografica e dobbiamo rivendicare questa paternità.

Un'ultima proposta ai distributori. Nel 90% dei casi, noi esercenti ci ritroviamo a vendere film che non abbiamo visto e a promuovere un prodotto che non conosciamo. È giunto il momento di fare uno scatto di maturità e di fiducia, di chiedere con forza ai distributori di farci vedere i loro film prima dell'uscita in sala, così da avere gli strumenti per migliorare il nostro lavoro».

LE SALE NON SONO TUTTE UGUALI

Per Paolo Protti «sono tanti i punti su cui riflettere per una ripresa stabile dell'esercizio. Tra le azioni immediate, dopo aver reso attuativo il tax credit costi funzionamento, serve ora anche una moratoria sui costi di finanziamenti per le piccole-medie aziende: per chi ha fatto operazioni di ristrutturazione importanti negli ultimi anni, avere questa moratoria è davvero importante perché aiuta a costruire dei bilanci più spendibili con gli istituti bancari. E importante è anche la moratoria sull'IMU. Questo nell'immediato. Per i successivi step, dobbiamo pensare a strategie per riprenderci il pubblico: ad esempio, per recuperare gli spettatori più giovani (che sono la base del nostro futuro) si può pensare a >

LOTUS PRODUCTION UNA SOCIETÀ LEONE FILM GROUP E MEDUSA FILM PRESENTANO

TONI
SERVILLO

VALERIO
MASTANDREA

MARGHERITA
BUY

SARA
SERRAIOCCO

IL PRIMO GIORNO DELLA MIA VITA

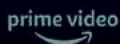
UN FILM DI PAOLO GENOVESE



DAL 26 GENNAIO SOLO AL CINEMA

LOTUS PRODUCTION UNA SOCIETÀ LEONE FILM GROUP E MEDUSA FILM PRESENTANO "IL PRIMO GIORNO DELLA MIA VITA" UN FILM DI PAOLO GENOVESE
TONI SERVILLO VALERIO MASTANDREA MARGHERITA BUY SARA SERRAIOCCO GABRIELE CRISTINI E CON VITTORIA PUCCINI CON LA PARTECIPAZIONE DI LINO GUANCIALE
UNA PRODUZIONE LOTUS PRODUCTION IN ASSOCIAZIONE CON MEDUSA FILM SOGGETTO PAOLO GENOVESE SCENEGGIATURA PAOLO GENOVESE PAOLO COSTELLA ROLANDO RAVELLO ISABELLA AGUIAR
DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA FABRIZIO LUCCI MONTAGGIO CONSUELO CATUCCI MUSICHE MAURIZIO FILARDO SCENOGRAFIA CHIARA BALDUCCI COSTUMI GEMMA MASCAGNI SUONO DI UMBERTO MONTESANTI CASTING BARBARA GIORDANI (U.L.C.D.)
REGIA DI PAOLO GENOVESE
DIRETTORE GENERALE PAOLO SCIARRETTA RELIZIARI DI PRODUZIONE UGHETTA CURTO ILARIA ZAZZARO PRODUTTORE MARCO BELARDI PRODOTTO DA RAFFAELLA LEONE E ANDREA LEONE

GUARDA
IL TRAILER





una forte promozione sul biglietto per gli under 18 su scala nazionale, un'iniziativa simile a quella francese, che favorirebbe l'abitudine del consumo in sala dei ragazzi al di là dei grandi cinematic-eventi Marvel. O ancora abbassare l'iva sul biglietto, l'equiparazione dell'iva del noleggio a quella del biglietto come avviene nel settore teatrale. E ovviamente non si possono non citare le window: per minimo due anni è vitale avere una finestra esclusiva di una durata consistente, che per me è di almeno 150 giorni. Ma, al di là della durata specifica, è la chiarezza di una regola certa ad essere fondamentale. Sono tanti i possibili interventi, non ultimo anche il rilancio del progetto di "Schermi di qualità" per ridare ulteriore forza al cinema italiano e, come successo in passato, contribuire a far rialzare la quota di mercato delle produzioni nazionali. Infine, voglio sottolineare un concetto cruciale già evidenziato da Andrea Occhipinti durante l'ultima Festa del Cinema di Roma: il 75% degli incassi sala totale del box office italiano è realizzato da solo 200 strutture; il restante 25% è fatto da 900 strutture. Insomma, le sale non sono tutte uguali e questo deve essere tenuto presente negli accordi di noleggio esercenti-distributori. Ci vuole più libertà; è controproducente imporre troppe copie e troppi spettacoli».

SERVONO PIÙ FILM E MIGLIORI

A concludere il giro di interventi è stato Francesco Grandinetti: «in questa situazione ci sono strumenti che noi possiamo manovrare, e altri al di fuori dal nostro controllo. Partiamo da questi ultimi: ecco, noi esercenti abbiamo bisogno di film. E di film migliori. Da gennaio a novembre 2022, circa 77 film hanno superato i 600mila euro. Questi 77 film hanno fatto l'85% del box office.

Questi 77 film sono circa il 50% della media dei film che uscivano in sala nel pre-pandemia (media 2017-18-19). Di questi 77 film, 27 sono stati distribuiti da società italiane, dei quali solo 4 sono usciti da gennaio ad agosto. Da un tax credit alla produzione che mette sul piatto risorse economiche ingenti, è legittimo aspettarsi risultati ben diversi. Attenzione, il tax credit alla produzione è uno strumento vitale per il nostro settore, ma c'è un errore di fondo: i film per il cinema e i film per l'audiovisivo, ossia per tv/piattaforme, non possono essere messi sullo stesso piano. Nel 2020 lo Stato ha erogato 140 milioni di euro attraverso il tax credit per la produzione di film italiani per il cinema e 157 milioni nel 2021. Sul fronte dell'audiovisivo, sono stati erogati 201 milioni nel 2020 e 284 nel 2021. Insomma, c'è una evidente sproporzione. Dobbiamo pretendere una separazione tra i due ambiti: cinema da una parte, e audiovisivo dall'altra. Solo così si possono capire quali sono i ritorni degli investimenti. Non voglio dare consigli ai produttori, non è il mio mestiere, ma mi pare evidente che sia più salutare per tutti produrre meno film con budget più importanti. Dobbiamo ritornare a ridefinire l'importo del tax credit in funzione anche dei risultati in sala di un film. Questo è un passaggio determinante: il focus deve essere sugli spettatori, sui clienti, e non sul conto economico delle case di produzione.

Sulle window, si è già detto tantissimo, tante questioni condivisibili, però lo dico chiaramente: come The Space non siamo interessati a una window di 180 giorni per un film che incassa 100mila euro.

Visto che si è poi toccata la questione



A destra, Tomaso Quillieri (Responsabile Programmazione e Marketing circuito Regno del Cinema)

del pricing, ci tengo a dire che è controproducente una scontistica sparsa, attuata in modo non organizzato, come quella che spesso vediamo. La mia proposta è piuttosto di optare per una riduzione sul prezzo uguale per tutti, da farsi in un giorno uguale per tutti, in tutta Italia. Un po' come accade in Spagna con "il mercoledì dello spettatore". Insomma un'operazione nazionale, continuativa, supportata da una comunicazione forte, con le istituzioni che vadano ad aiutare economicamente gli esercenti per colmare il gap di entrate. E riguardo a queste operazioni nazionali, penso che "Cinema in Festa" debba avere ora l'ambizione di trovare un brand ambassador, uno sponsor davvero di peso che garantisca di raggiungere un target molto più ampio, ben oltre gli spettatori abituali. È necessario un megafono più potente. Infine, il tema delle scuole. Ci vuole una seria collaborazione tra MiC e il Ministero dell'Istruzione per costruire una rete efficace tra scuole e sale. Gli studenti sono il pubblico del presente, ma soprattutto il pubblico del futuro».

CANDIDATO AI GOLDEN GLOBE®

**MIGLIOR FILM DRAMMATICO
MIGLIOR SCENEGGIATURA
MIGLIOR ATTRICE FILM DRAMMATICO
CATE BLANCHETT**

UN FILM DI TODD FIELD

BLANCHETT

TÁR

**DAL 9 FEBBRAIO
#SOLOALCINEMA**



I RICORDI DI SORRENTO

I PROTAGONISTI DELLA 45ª EDIZIONE DELLE GIORNATE PROFESSIONALI DI SORRENTO, CHE HA CHIAMATO A RACCOLTA 1.400 ACCREDITATI DAL MONDO DEL CINEMA, ATTRAVERSO LE IMMAGINI DELL'EVENTO

a cura della redazione



Paolo Del Brocco (amministratore delegato di Rai Cinema) e Giampaolo Letta (vicepresidente e amministratore delegato di Medusa Film)



Daniel Frigo, amministratore delegato di The Walt Disney Company Italia





Massimiliano Orfei, amministratore delegato di Vision Distribution



Xavier Albert (direttore generale e amministratore delegato di Universal Pictures International Italy) e Massimo Proietti (Deputy Managing Director di Universal)



La coppia di comici Valentino Picone e Salvatore Ficarra



Antonio Medici (amministratore delegato di Bim) e Andrea Occhipinti (presidente di Lucky Red) hanno presentato insieme le convention delle due società



Il team di Warner Bros. Discovery. Da sinistra, Riccardo Tinnirello (Director of Publicity Italy and Spain), Andrea Roselli (Director Theatrical Sales Italy), Carlos Prada (VP Theatrical Distribution & TH Local Production Italy & Spain), Alessandro Araimo (General Manager Italy & Iberia), Andrea Vidoni (VP Group Marketing & Consumer PR Italy and Iberia), Arturo De Simone (Executive Marketing Director Films & Media) e Adriano Baioni (Senior Director Communications Italy & Iberia)



I presidenti delle associazioni di categoria. Da sinistra, Benedetto Habib (presidente unione produttori Anica), Luigi Lonigro (presidente unione editori e distributori Anica), Mario Lorini (presidente Anec), Massimo Coppola (sindaco di Sorrento) e la presentatrice delle giornate professionali Gioia Marzocchi



Andrea Romeo,
Ceo & General
Manager di
I Wonder Pictures



Gianluca Pantano (Film
Booking Director di UCI
Cinemas) e Tomaso Quilleri
(direttore programmazione
del circuito Il Regno del
Cinema)



Nicola Borrelli,
direttore generale
Cinema e
Audiovisivo del
MiC



Simone Gialdini,
direttore generale
di AneC



L'attore Pierfrancesco Favino



Roberto Proia, direttore area cinema e produzioni di Eagle Pictures



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



Nicola Maccanico, amministratore delegato di Cinecittà



Da sinistra, Massimiliano Orfei (amministratore delegato di Vision Distribution) e le attrici/attori Greta Scarano, Alessandro Borghi, Paolo Calabresi, Anna Foglietta ed Edoardo Leo



Alice Panada, Head of Theatrical Distribution di Notorious Pictures



Giampaolo Letta, vicepresidente e amministratore delegato di Medusa Film



Umberto Bettini, Country Manager di Plaion Pictures



Lucia Borgonzoni, sottosegretaria per la cultura



Francesco Marchetti, Chief Marketing Advisor di Vertice 360



A D L E R
ENTERTAINMENT

LISTINO 2023



**CONVERSAZIONI
CON ALTRE DONNE**

UN FILM DI FILIPPO CONZ
CON VALENTINA LODOVINI, FRANCESCO SCIANNA



NOVEMBER

UN FILM DI CEDRIC JIMENEZ
CON JEAN DUJARDIN, ANAIS DEMOUSTIER,
SANDRINE KIBERLAIN



IL RITORNO

UN FILM DI STEFANO CHIANTINI
CON EMMA MARRONE, FABRIZIO RONGIONE



DELTA

UN FILM DI MICHELE VANNUCCI
CON ALESSANDRO BORGHI, LUIGI LO CASCIO



HAT ON SUGAR

CON ZUCCHERO



MR. BLAKE

UN FILM DI GILLES LEGARDINIER
CON JOHN MALKOVICH, FANNY ARDANT

ANTICIPAZIONI



HEIDI

UN FILM DI TOBIAS SCHWARZ



FREUD

UN FILM DI MATT BROWN
CON ANTHONY HOPKINS



Da sinistra, Federica Lucisano (amministratrice delegata di IIF - Lucisano Media Group), Luigi Lonigro (direttore di O1 Distribution) e l'attore/regista Alessandro Siani



Marco Belardi (Ceo & Founder di Bamboo Production) e Thomas J. Ciampa (Chief of International Operations di Bamboo Production)



Giorgio Ferrero, vicepresidente Anec e tra gli organizzatori delle giornate professionali di Sorrento



Aldo Lemme (Head of Theatrical Distribution di Adler) e Mattia Della Puppa (Managing Director di Adler)

CON LE VOCI DI

SPACE FAMILY

VALE & SARA

MC BROTHERS

CHIARA & MATTIA FABIANO



ARGONUTS

MISSIONE OLIMPO

UN FILM DI DAVID ALAUX

DAL 9 FEBBRAIO #SOLOALCINEMA

Il produttore James Cameron posa con un uovo alieno a ridosso dell'uscita al cinema di *Alien 2* a Los Angeles (1986)



© Getty Images



“SBALORDITIVO”

Chicago Tribune



“PROFONDAMENTE EMOZIONANTE”

New York Times



“UN’INCREDIBILE
STORIA DI RESILIENZA”

Variety



“L’INTERPRETAZIONE DI
DANIELLE DEADWYLER È DA OSCAR”

Hollywood Reporter

TILL

IL CORAGGIO DI UNA MADRE

UN FILM DI CHINONYE CHUKWU



DAL 16 FEBBRAIO
AL CINEMA



© 2023 ORION RELEASING LLC. ALL RIGHTS RESERVED.



ORION

“UN’ESPERIENZA PROFONDAMENTE TOCCANTE.
BRENDAN FRASER REGALA LA PERFORMANCE
DELLA VITA.”

TIME OUT

BRENDAN FRASER
THE WHALE
UN FILM DI
DARREN ARONOFSKY



A24 PRESENTA UNA PRODUZIONE PROTOZOA UN FILM DI DARREN ARONOFSKY "THE WHALE" BRENDAN FRASER, SADIE SINK, HONG CHAU, TY SIMPKINS
E SAMANTHA MORTON. CASTING MARY VERNIEU, CSA E LINDSAY GRAHAM AHANONU, CSA. MUSICHE DI ROB SIMONSEN. TRUCCO E PROTESI ADRIEN MOROT. COSTUMI DANNY GLICKER.
MONTAGGIO ANDREW WEISBLUM, ACE. SCENOGRAFIE MARK FRIEDBERG, ROBERT PYZOCHA. DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA MATTHEW LIBATIQUE, ASC, LPS. PRODUTTORI ESECUTIVI SCOTT FRANKLYN, TYSON BIDNER.
PROTOZOA: PRODOTTO DA JEREMY DAWSON, ARI HANDEL, DARREN ARONOFSKY. SCRITTO DA SAMUEL D. HUNTER. BASATO SULL'OPERA TEATRALE DI SAMUEL D. HUNTER. REGIA DI DARREN ARONOFSKY.



DAL 23 FEBBRAIO AL CINEMA

