

Italian Cinema

—BOXOFFICE

www.e-duesse.it

with **CINECITTÀ**

N. 1 - 15/28 febbraio 2023

Gabriele Salvatores

LO SPETTACOLO POPOLARE DEL CINEMA

Oscar nel 1992 con *Mediterraneo*, Gabriele Salvatores firma il più personale dei suoi film, *Il ritorno di Casanova*, con un cast guidato da Toni Servillo e Fabrizio Bentivoglio. Riflette sul valore del tempo, quello dedicato all'arte e quello che spetta alla vita "normale", nella convinzione che sia essenziale evocare il reale senza ripeterlo

Gabriele Salvatores

CINEMA: THE PEOPLE'S SPECTACLE

Oscar-winner in 1992 for *Mediterraneo*, Gabriele Salvatores returns with his most personal film, *Casanova's Return*, with a cast led by Toni Servillo and Fabrizio Bentivoglio. He reflects on time, that given over to art and that spent doing "normal" everyday things, in the belief that it is essential to evoke reality without repeating it

FOCUS

*The force of bilateral
co-development funds*

Il motore dei fondi bilaterali
di co-sviluppo

EXPORTS

*Italian films on the
rise abroad*

Crescono i film italiani
all'estero

BERLINALE

*The italian films at
the Festival*

I film italiani
al Festival

ROMA
LAZIO
FILM
COMMISSION

MADE FOR CINEMA WHERE CINEMA IS MADE



GRECCIO (RIETI)



Roma Lazio Film Commission
at EFM European Film Market
Italian Pavilion

73 Internationale
Filmfestspiele
Berlin 16.-26.02.23

WWW.ROMALAZIOFILMCOMMISSION.IT



REGIONE
LAZIO

ROMA



Italian Film Commissions

ITALY for
MOVIES

Capital Region for Cinema
CRC
A European Network

cine regio

filming Europe
EUROPEAN FILM COMMISSIONS

afci ASSOCIATION OF
FILM COMMISSIONERS
INTERNATIONAL

A WINDOW on the world

In the modern, globalised age, a country can no longer be seen as an isolated entity. We are all interconnected, for better or for worse, where partnerships, shared strategies and alliances between countries are the foundation for a nation's development and growth. And it is even more so when applied to the world of cinema. This is why Italy has been bolder in its quest for internationalisation in recent years, knowing that greater, more ambitious results can only be achieved by joining forces to spread its most valuable works abroad. This process is supported by various funds aimed at stimulating the export of Italian audiovisual productions, starting with the Film Distribution Fund for foreign distributors of Italian works, and the Fund for Minority Co-productions, added to which are the tax breaks and automatic contributions already set out in the Cinema Law. Furthermore, Italy also has many bilateral co-development and co-production agreements (see P. 20), for example with France, Portugal, Tunisia and the Baltic States. And there are also itinerant initiatives such as Italian Screens (see P. 36), which applies "Integrated Promotion" and "Cultural Diplomacy" to promote Italian productions abroad and publicise Italy's tax incentives for theatrical distribution and co-productions. According to recent research for industry association ANICA (see P.28), from 2017 to 2021 these constant, wide ranging efforts have led to a 120% rise in the foreign distribution of Made in Italy productions. Now, one Italian film out of two goes beyond national borders to be shown abroad in movie theatres, on television and VOD platforms. A window on the world.

Paolo Sinopoli
Editor-in-Chief of Box Office

Una finestra sul mondo

Nell'era moderna della globalizzazione non si può più considerare un Paese come un'entità a sé stante. Nel bene e nel male siamo tutti interconnessi, e le partnership, le strategie comuni e le alleanze tra i Paesi sono alla base dello sviluppo e della crescita di una nazione. Un teorema che acquista ancora più rilievo se applicato al mondo del cinema. Per questo, negli ultimi anni, l'Italia ha scommesso con ulteriore audacia sull'internazionalizzazione, consapevole che solo unendo le forze si possono raggiungere risultati più alti e ambiziosi, portando oltreconfine i suoi titoli di maggior valore. Un processo sostenuto dai diversi fondi volti a favorire l'export delle produzioni audiovisive italiane, a partire dal Film Distribution Fund per i distributori non nazionali di opere italiane e dal Fondo per le coproduzioni minoritarie, che si aggiungono agli incentivi fiscali e ai contributi automatici già fissati dalla Legge Cinema. A questi si sommano poi i molteplici accordi bilaterali di sviluppo e di coproduzione (vedi pag. 20), ad esempio con Francia, Portogallo, Tunisia e Stati Baltici, ma anche iniziative itineranti all'insegna di "promozione integrata" e "diplomazia culturale" come Italian Screens (vedi pag. 36), volta a promuovere il cinema italiano all'estero e a rendere noti gli incentivi fiscali a disposizione per la distribuzione in sala e delle coproduzioni. Un moto perpetuo che, secondo una recente ricerca di Anica (vedi pag. 28), dal 2017 al 2021 ha portato a una crescita di oltre il 120% delle produzioni Made in Italy nei Paesi stranieri, con un film italiano su due che varca i confini nazionali per approdare nelle sale cinematografiche, televisioni e piattaforme vod straniere. Una finestra che si affaccia sul resto del mondo.

Paolo Sinopoli

© Getty Images



10

10 Cover Story

CINEMA: THE PEOPLE'S SPECTACLE

Interview with Oscar-winning director Gabriele Salvatores who returns with his most personal film, *Casanova's Return*

LO SPETTACOLO POPOLARE DEL CINEMA

Intervista al regista premio Oscar Gabriele Salvatores che ora firma il più personale dei suoi film: Il ritorno di Casanova

20 Focus

THE DRIVING FORCE OF BILATERAL CO-DEVELOPMENT FUNDS

An overview of all the agreements in place between Italy and France, Portugal, Tunisia and the Baltic States for the development of international co-productions, together with the importance of transnational funds, like those issued through Ibermedia

IL MOTORE DEI FONDI BILATERALI DI CO-SVILUPPO

Una panoramica di tutti gli accordi in essere tra Italia e Paesi esteri quali Francia, Portogallo, Tunisia e Stati Baltici per il sostegno allo sviluppo di coproduzioni internazionali. Ma anche l'importanza dei fondi sovranazionali attraverso Ibermedia



28

28 Exports

ITALIAN FILMS ON THE RISE ABROAD

According to recent research by ANICA, from 2017 to 2021 the foreign distribution of made in Italy productions grew by 120%. Here are all the figures and analysis of the state of Italian film exports

CRESCONO I FILM ITALIANI ALL'ESTERO

Secondo una recente ricerca di Anica, dal 2017 al 2021 la distribuzione delle produzioni made in Italy nei Paesi stranieri è aumentata del 120%. Ecco i numeri e le analisi dell'esportazione del cinema italiano

36 Exports

ITALIAN SCREENS' INTERNATIONAL IMPETUS

The itinerant initiative to promote Italian films abroad and publicise Italy's tax incentives for distribution and co-productions continues its travels

LA SPINTA INTERNAZIONALE DI ITALIAN SCREENS

Prosegue il percorso di questa iniziativa itinerante volta a promuovere il cinema italiano all'estero e a rendere noti gli incentivi fiscali a favore della distribuzione in sala e delle coproduzioni



20



SCREAM VI

DAL 9 MARZO
AL CINEMA

14+
@ParamountPicturesIT #ScreamVI
@ParamountPicturesItalia @EaglePictures
YouTube/ParamountPicturesItalia

SPYGLASS MEDIA GROUP
PARAMOUNT PICTURES
A VIACOM COMPANY

40 Memories

FELLINI'S CONTROVERSIAL LEGACY

On the 30th anniversary of the director's death, the President and Artistic Director of the Italian Film Academy David di Donatello Awards, Piera Detassis, reflects on one of Italian cinema's greatest filmmakers

LA CONTROVERSA EREDITÀ DI FELLINI

La presidente e direttrice artistica dell'Accademia del Cinema Italiano - Premi David di Donatello, Piera Detassis racconta uno dei più grandi registi del cinema italiano a 30 anni dalla sua scomparsa

46 Studios

CINECITTÀ, HEADING FOR A SELL-OUT 2023

Technological innovation, a net zero emission target, a rebranding and new communication campaign: 2022 saw Cinecittà cranking up a gear. The sound stages on Rome's Via Tuscolana are back to full occupation and are already sold out for the entire first half of 2023

CINECITTÀ, VERSO IL 2023 NEL SEGNO DELLA PIENA OCCUPAZIONE

Innovazione tecnologica, obiettivo zero emissioni, rebranding, nuova campagna di comunicazione: il 2022 è stato l'anno della ripartenza per Cinecittà, che ha visto avvicinarsi negli studi di via Tuscolana, tornati a piena occupazione e sold out per tutto il primo semestre 2023

50 Berlinale

ITALY AT THE FESTIVAL

The Italian films chosen for Berlin Film Festival

L'ITALIA AL FESTIVAL

I film italiani selezionati a Berlino



Managing Editor Vito Sinopoli
Editor-in-Chief Paolo Sinopoli
Editorial Staff Valentina Tortaschi
Contributors Piera Detassis, Ilaria Ravarino, Maria Giuseppina Troccoli
Translation AMROS Media Solutions
Design Emmegi Group Milano, Alda Pedrazzini
Production Paola Lorusso
Advertising Services Elisabetta Piferi

Price of a single copy: € 1,55
(tax included) Back issues: € 7,75 + postage
A three monthly publication: 4 issues a year -
Reg. Trib. Milano n. 621 del 10/9/2004 -
Iscrizione Registro Nazionale della Stampa
n. 9380 del 11/04/2001 - ROC n. 6794

Print Galli Thierry Stampa srl Milano

Copyright

All rights reserved. No part of this magazine can be reproduced in any form, nor can it be re-worked using electronic systems, or reproduced or re-issued without written permission from the publisher. Scripts and photos will not be returned, even if they are not published. The newsroom had made all possible efforts to obtain the copyright for the images published where this has not been possible, the publisher is willing to reconstitute any outstanding dues in the light of eventual clarification. Privacy Safeguards: The publisher guarantees the complete privacy of personal information in its possession, which will be used for subscription purposes, eventual participation in competitions and to send commercial information on its behalf or from other businesses. Under article 13 of the law n. 675/96, the data can be amended or deleted at any time, writing to Duesse Communication srl - Via Goito, 11 - 20121 Milano.

DUESSE COMMUNICATION srl
Via Goito, 11 - 20121 Milano
Tel. +39 02.277961
www.e-duesse.it/cinema

The issue of *Italian Cinema* went to press on 27th January 2023



**ITALIAN CINEMA
CAN BE BROWSED ON
IOS AND ANDROID
SMARTPHONES AND
TABLETS**

AVAILABLE IN STORES FOR FREE

**ITALIAN CINEMA SI PUÒ SFOGLIARE SU
SMARTPHONE E TABLET DA IOS E ANDROID**

ANDATE NEGLI STORE DEI VOSTRI DEVICE
E SCARICATE L'APP GRATUITA



FILMING IN ITALY WITH

NOTORIOUS
P I C T U R E S



**TAX CREDIT
UP TO 40%**

**COUNTLESS LOCATION
OPPORTUNITIES**

**SUPPORT IN THE ACCESS
TO REGIONAL FUNDS**

**ENGLISH SPEAKING
CREWS**

**FILMING
STUDIOS**

**EXECUTIVE PRODUCTION
SERVICES**

**PRODUCTION
LOGISTICS**

**BUDGETING
AND SCHEDULING**

...AND MUCH MORE!

CONTACT US: notoriouspictures.it | inforoma@notoriouspictures.it



INDIANA PRODUCTION RAI CINEMA BABE PRODUCTIONS ED EDI
PRESENTANO

TONI
SERVILLO FABRIZIO
BENTIVOGLIO

SARA NATALINO ALESSANDRO BIANCA
SERRAIOCCO **BALASSO** **BESENTINI** **PANCONI**

IL RITORNO DI CASANOVA

UN FILM DI **GABRIELE SALVATORES**

PRODOTTO DA INDIANA PRODUCTION con RAI CINEMA BABE PRODUCTIONS ed EDI EFFETTI DIGITALI ITALIANI in collaborazione con 3MARS ENTERTAINMENT in associazione con BPER in corso delle norme del 10% credit con il contributo della REGIONE VENETO e della VENETO FILM COMMISSION prodotto da MARCO COHEN BERDEGOTTO FABRIZIO DONVITO DANIEL CAMPUS PAVENCELLI
PER INDIANA PRODUCTION prodotto da FABIO CONVERSI per BABE PRODUCTIONS prodotto da FRANCESCO CASO NICCOLO BALLARATI GIORGIA PRIOLO per EDI EFFETTI DIGITALI ITALIANI prodotto da ALESSANDRO MASCHERONI prodotto da ESTERINA K+ NICOLA FEDRIGONI suggerito da GABRIELE SALVATORES collaborato con DA "IL RITORNO DI CASANOVA" di ANTONIO DI NUNO
SCRITTURA DI UMBERTO CONTARELLI SARA MOSETTI e GABRIELE SALVATORES REGIA FRANCESCO VEDUGATI ALCELI ADATTAMENTO FRANCISCA POLIC CRESCA CAPROVICINO LONGI CIMINELLI COSTUMEZZA FABRIZIO NANI PRODUZIONE FRANCESCO PEPPI AMMINISTRATORE ANTONIA CARETTI EFFETTI DIGITALI ANTONIO TINNELLI e SERGIO BASILI FINCA DI ANI SAVINI PALLOTTO
DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA GILBERTO MARTINELLI MONTAGNA FREDERICO DI ROBERTIS COSTUME PATRIZIA CHERICCHI SCENOGRAFIA ETTA BARASSINI AMMINISTRATORE JULIEN PANZARASA FOTOGRAFIA ITALO PETRACCIONE REGIA GABRIELE SALVATORES

**DAL 30 MARZO
AL CINEMA**

INDIANA Rai Cinema babe edi 3MARS BPER: Banca CINEMA EUROPEO REGIONE DEL VENETO POR UNA REGIONE +GRANDE SEGUICI SU       01



CINEMA: the people's spectacle

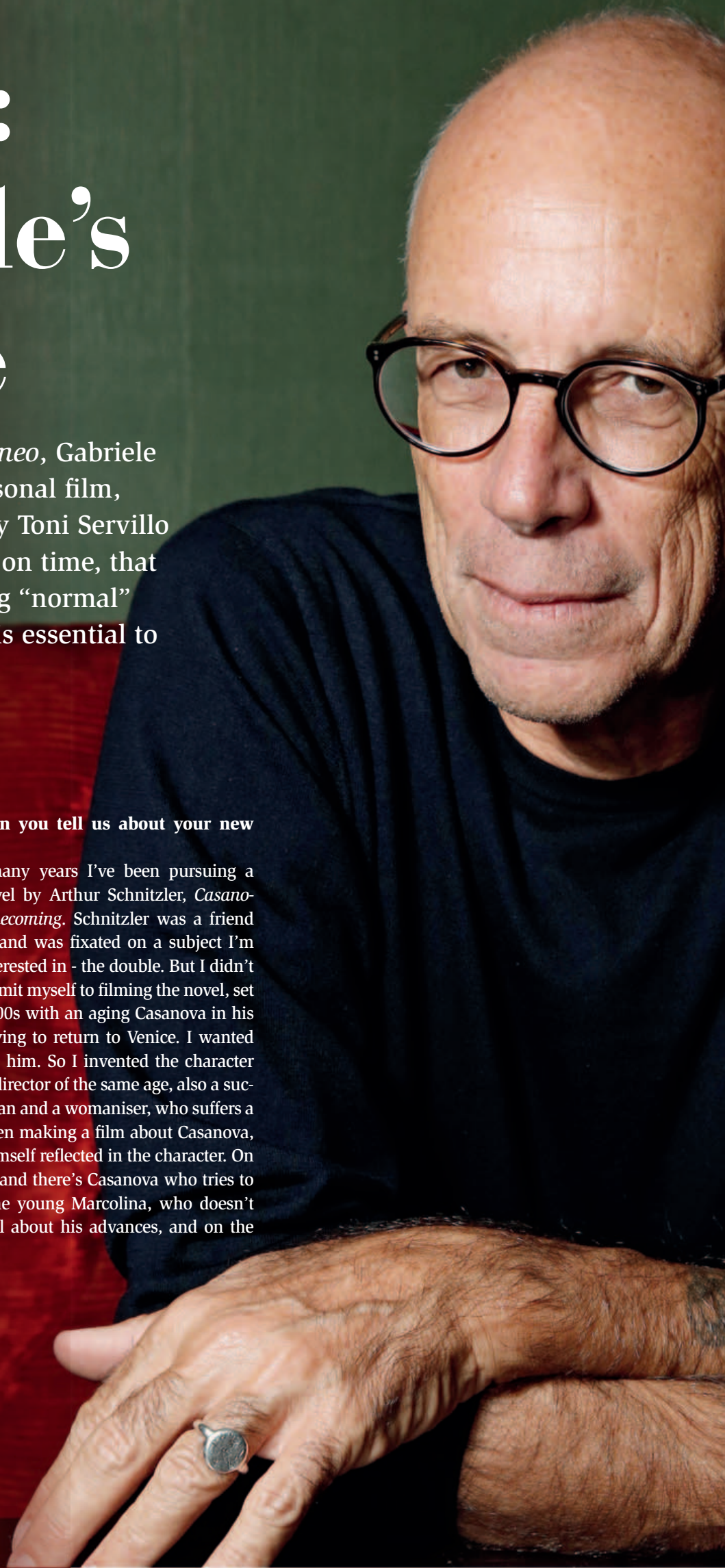
Oscar®-winner in 1992 for *Mediterraneo*, Gabriele Salvatores returns with his most personal film, *Casanova's Return*, with a cast led by Toni Servillo and Fabrizio Bentivoglio. He reflects on time, that given over to art and that spent doing “normal” everyday things, in the belief that it is essential to evoke reality without repeating it

by Ilaria Ravarino

An innovator, experimenter, moderniser. At the age of 72, Gabriele Salvatores still manages that “superpower” (his definition) earned in 1992 with the Oscar for *Mediterraneo* with great skill and care: the freedom to head in new directions, take risks, try things out. And so, having turned superhero archetypes on their heads in *Invisible Boy*, been the first in Italy to experiment with cross-mediality with video gaming (*Nirvana*), and having spotted the power of the series before anyone else (*Quo vadis, baby?*), now Salvatores returns to the cinema with an adaptation of a novel by Arthur Schnitzler, *Casanova's Homecoming*, the most personal of his films. It is an original reflection on the theme of the double – written together with Sara Mosetti and Umberto Contarello, who has written screenplays for Paolo Sorrentino – on the cusp between fiction and reality, different historical settings and an ‘epic’ use of black and white.

What can you tell us about your new film?

For many years I've been pursuing a short novel by Arthur Schnitzler, *Casanova's Homecoming*. Schnitzler was a friend of Freud and was fixated on a subject I'm really interested in - the double. But I didn't want to limit myself to filming the novel, set in the 1700s with an aging Casanova in his sixties trying to return to Venice. I wanted to double him. So I invented the character of a film director of the same age, also a successful man and a womaniser, who suffers a crisis when making a film about Casanova, seeing himself reflected in the character. On the one hand there's Casanova who tries to seduce the young Marcolina, who doesn't care at all about his advances, and on the





other there's the director who falls in love with a very down to earth country woman, who puts him in a spin. He cannot finish his work because he knows that when the film is over, he'll have to face real life. And, as Fellini used to say, reality is disappointing". 01 Distribution will release *Casanova's Return* in Italian cinemas on March 30. It is made by Indiana Production, with RAI Cinema, BA.BE. Productions and Edi, in collaboration with 3Marys Entertainment and in association with BPER under the terms of the tax credit, with the contribution of the Veneto Region and the Veneto Film Commission.

The film is opening the Bari Festival at the Petruzzelli Theatre. How important are festivals for a film's promotion and success?

Festivals are an important international audience and a platform to launch films. But

it is also worth saying that festival directors are like authors who propose programmes selected in line with their vision. I began in the theatre in the 1970s and Giorgio Strehler, who was my maestro, taught me the concept of the people's theatre: which is only one step ahead of its audience. The very definition of cinema means it is both artistic and for the people. It should be important for film festivals to reconcile these two souls.

Did the Oscar for *Mediterraneo* change the course of your career?

Of course. It was like the spider's bite for Spider-Man, who is bitten without wanting to know anything about superpowers. I was very lucky and I asked myself how I could use that luck. So, after four films about travelling and friendship, I tried to do something else. The problem is that an Oscar raises expectations, but you →

Lo spettacolo popolare del cinema

Oscar nel 1992 con *Mediterraneo*, Gabriele Salvatores firma il più personale dei suoi film, *Il ritorno di Casanova*, con un cast guidato da Toni Servillo e Fabrizio Bentivoglio. Riflette sul valore del tempo, quello dedicato all'arte e quello che spetta alla vita "normale", nella convinzione che sia essenziale evocare il reale senza ripeterlo

di Ilaria Ravarino

Innovatore, sperimentatore, contemporaneo. A 72 anni Gabriele Salvatores continua a maneggiare con perizia quel "superpotere" (la definizione è sua) guadagnato nel 1992 con l'Oscar a *Mediterraneo*: la libertà di cercare nuove strade, di mettersi in gioco, di provare. E così, dopo aver ribaltato gli archetipi dei supereroi con *Il ragazzo invisibile*, aver sperimentato per primo in Italia la crossmedialità videoludica (*Nirvana*), aver intuito in anticipo la potenza della serialità (*Quo vadis, baby?*), Salvatores torna al cinema con l'adattamento di un romanzo di Arthur Schnitzler, *Il ritorno di Casanova*, con cui firma il più personale dei suoi film.

Una riflessione originale sul tema del doppio - scritta insieme a Sara Mosesti e Umberto Contarello, già sceneggiatore per Paolo Sorrentino - a cavallo tra finzione e realtà, epoche storiche diverse e un uso "epico" del bianco e nero.

Cosa può dirci del suo prossimo film?

Faccio da tanti anni la corte a un romanzo breve di Arthur Schnitzler, *Il ritorno di Casanova*. Schnitzler era amico di Freud e fissato con un tema che mi affascina molto: il doppio. Non volevo però limitarmi a mettere in scena il romanzo, ambientato nel '700, con Casanova sessantenne che cerca di tornare a Venezia: volevo

Cover Story

stay the same, it's not as though it teaches you how to make better films. I tried out less common genres, various things, also to innovate, modernise. I wanted to help Italian cinema find other paths, apart from the neorealism and Italian-style comedies explored by its illustrious parents.

What storytelling ingredients and archetypes are needed to woo the Americans?

You just have to analyse the Italian films that have won [the Oscar] over

the years. They are all set in the past, in the south, in that Italy or with those Italians the Americans think they know or remember, those from the Second World War, or those of Berlusconi and the 'bunga bunga' parties, magnificently illustrated by Paolo Sorrentino. Americans are like that, a little over simplistic at times. My next project [Ed: *Napoli-New York*] could have many elements they like – the 1950s, the south, Naples and children – but combined in a pretty unusual way. →

«THE OSCAR RAISES EXPECTATIONS, BUT YOU STAY THE SAME, IT'S NOT AS THOUGH IT TEACHES YOU HOW TO MAKE BETTER FILMS»



Two images of the new Gabriele Salvatores' movie, *Casanova's Homecoming*, with the actors Toni Servillo e Fabrizio Bentivoglio

Due immagini del nuovo film di Gabriele Salvatores, *Il ritorno di Casanova*, con Toni Servillo e Fabrizio Bentivoglio



raddoppiarlo. E così mi sono inventato il personaggio di un regista della sua età, anche lui di successo e seduttore, che entra in crisi mentre gira un film su Casanova, rispecchiandosi in lui. Da una parte c'è Casanova che fa la corte alla giovane Marcolina, cui non frega nulla delle sue avance, dall'altra c'è il regista che si innamora di una contadina, molto pratica e con i piedi per terra, che lo manda in crisi. Non riesce più a finire il suo lavoro, perché sa che quando terminerà il film dovrà affrontare la vita vera. E la realtà, come diceva Fellini, è deludente. *Il ritorno di Casanova* uscirà nei cinema italiani il 30 marzo con 01 Distribution ed è stato realizzato da Indiana Production, con Rai Cinema, BA.BE. Productions ed Edi, in collaborazione con 3Marys Entertainment e in associazione con BPER ai sensi delle norme del tax credit, con il contributo della Regione Veneto e della Veneto Film Commission.

Il film aprirà il festival di Bari al Teatro Petruzzelli. Quanto contano i festival per la promozione e il successo di un film?

I festival sono un'importante platea internazionale e una piattaforma di lancio dei film. Ma c'è anche da dire che i direttori di festival sono come autori che propongono selezioni in linea con la loro visione. Sono nato con il teatro negli anni Settanta e Giorgio Strehler, che è stato il mio maestro, mi ha insegnato il concetto di teatro popolare: quello avanti solo un passo dal proprio pubblico. Il cinema, per sua definizione, è sia artistico che popolare. Sarebbe importante che i festival di cinema riuscissero a conciliare queste due anime.

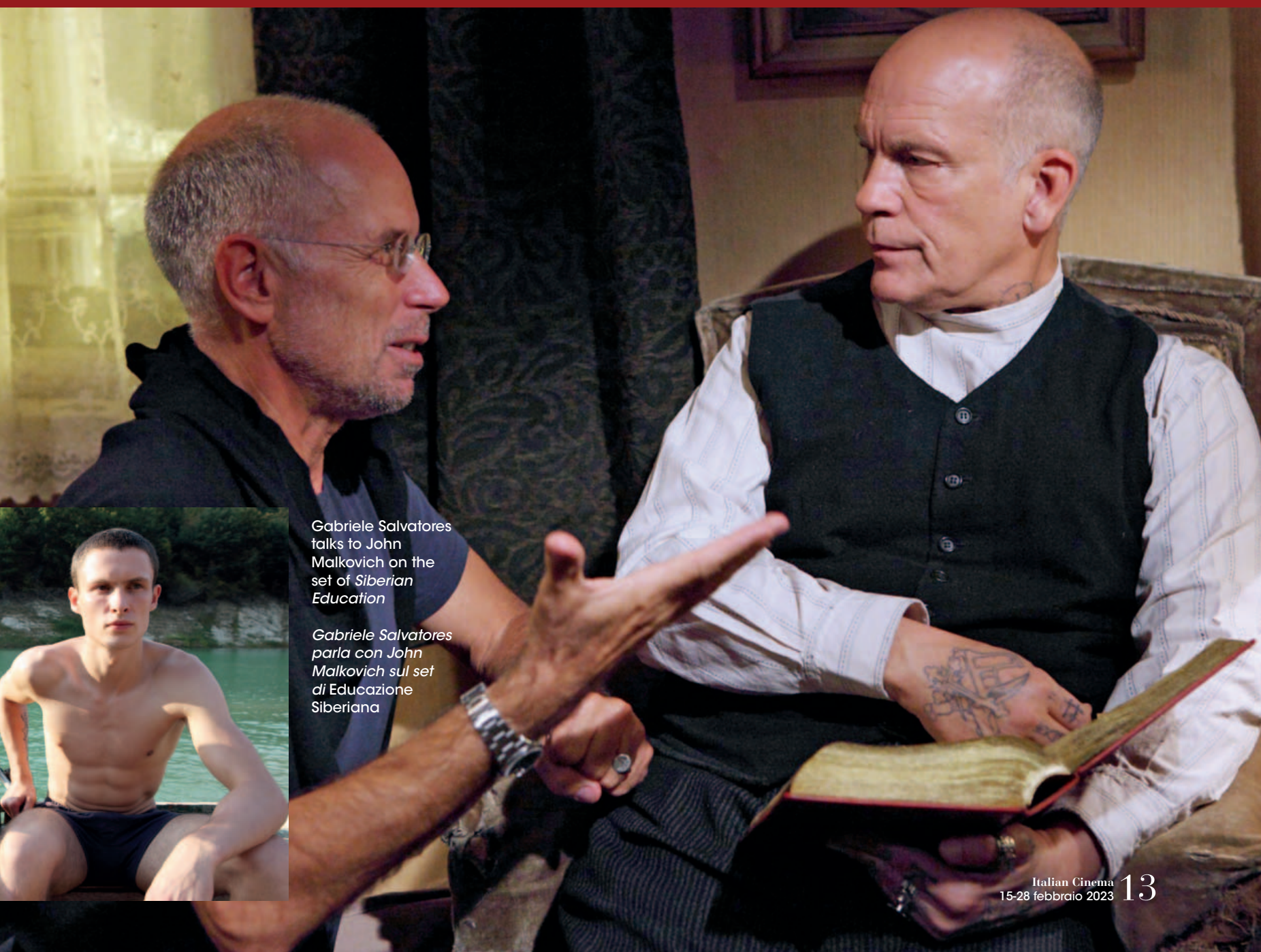
L'Oscar per *Mediterraneo* ha cambiato la traiettoria della sua carriera?

Certo. È stato come il morso del ragno per Spider-Man, che viene punto senza voler sapere nulla dei superpoteri. Ho avuto molta fortuna e mi sono chiesto

come impiegarla. E così, dopo quattro film sui viaggi e sull'amicizia, ho provato a fare altro. Il problema è che l'Oscar alza le aspettative, ma tu resti lo stesso: non è che ti insegni a fare il cinema meglio. Ho cercato generi meno frequentati, cose diverse, anche per innovare, svecchiare: volevo aiutare il cinema italiano a trovare altre strade, diverse da quelle percorse dai suoi genitori importanti, il neorealismo e la commedia all'italiana.

Quali sono gli ingredienti e gli archetipi narrativi necessari per conquistare il cuore degli americani?

Basta analizzare i film italiani che hanno vinto l'Oscar nel corso degli anni. Sono tutti ambientati nel passato, nel sud, in quell'Italia o con quegli italiani che gli americani pensano di conoscere o ricordarsi, quelli della seconda guerra mondiale, o quelli di Berlusconi e il "bunga bunga", raccontato in modo magistrale da



Gabriele Salvatores talks to John Malkovich on the set of *Siberian Education*

Gabriele Salvatores parla con John Malkovich sul set di *Educazione Siberiana*

How is the issue of inclusion – so essential for Americans – considered in the Italian film industry?

I think it is a subject that really strikes a chord and is ever present, especially among young directors. And that's good. The real challenge is to evoke the real without repeating it, without making a news broadcast. Diversity can be treated in many ways: for example almost all my films have had something to do with people who are losers, strange, alienated, to a greater or lesser extent. For example, the original title for *Mediterraneo* should have been *Leave Us Alone*: I am fascinated by people who lose.

Does our country do enough to promote Italian films abroad or could more be done?

Ennio Flaiano used to say that Italians prefer inaugurations to maintenance. And it's true, we don't know how to cultivate what we have. We need to be more systemic, and yet every director, producer or distributor fights their own battle. There is no common idea and strategy for promotion abroad and it's a shame, because when we do get noticed, people really like us. The responsibility partly lies with us and partly with those who should 'protect' and promote the product.

How can European cinema acquire Hollywood's narrative archetypes?

I tried to do it with *Invisible Boy*: I took a subject that could appeal to a wider audience and I told it through reality, the one certainly experienced by any teenager who has wanted to become invisible, or has felt so, at least once. I wanted to explore the sense of responsibility that comes with a superpower, not explosions or spaceships.

For *Siberian Education* you directed international actors such as John Malkovich and Peter Stormare: what impact did that have?

I learnt that American actors consider their work as though it was the job of a bricklayer or a farmer. Before starting filming, one evening Malkovich said to the crew: "The first thing is to thank everyone for working here". They have a very strict trade union mentality: if you run over by five minutes you're done for.

However, you are working with people who don't see themselves as stars, but who work to serve the film from the screentest onwards. Malkovich shot a scene naked, while running a temperature of 38°C, in the freezing cold in a Turkish bath that was switched off: he said the fever would help him do what I had asked, in other words find 'old age' within himself, rather than resort to make up.

You were the first in Italy to explore cross-mediality with the videogame *Nirvana*, released together with the film. Are you interested in digital today?

At that time I was in love with the internet. I've always been a fan of science fiction and I'm curious about new technologies. But it was a different terrain back then, freer, a frontier explored by veritable digital cowboys. Now the internet has become a supermarket. It's not that I'm not interested in it anymore, but I'm attracted to other forms of cross-mediality.

You were one of the founders of the Colorado Film production company, now controlled by the Rainbow group. How has this influenced your artistic path?

The only real utopia I've created is the Elfo Puccini Theatre [Ed: In Milan]. At the time, it seemed impossible for young- →

Paolo Sorrentino. Gli americani sono così, a volte un po' sempliciotti. Il mio prossimo progetto potrebbe avere tanti elementi che piacciono a loro – gli anni Cinquanta, il sud, Napoli e i bambini – ma mescolati in modo piuttosto inconsueto.

Quanto è sentito nel cinema italiano il tema dell'inclusione, così fondante per gli Americani?

Credo che soprattutto tra i giovani registi sia un tema molto sentito e presente. Ed è un bene. La sfida vera sarebbe evocare il reale senza ripeterlo, senza fare il telegiornale. Il tema della diversità si può trattare in tanti modi: quasi tutti i miei film, per esempio, hanno a che fare con gente più o meno disgraziata, strana, alienata. Il primo titolo di *Mediterraneo*, per dire, doveva essere *Lasciateci perdere*: subisco il fascino delle persone che si perdono.

Il nostro Paese promuove adeguatamente il cinema italiano all'estero, o si potrebbe migliorare?

Ennio Flaiano diceva che gli italiani amano più le inaugurazioni che le manutenzioni. Ed è proprio così, non sappiamo coltivare quel che facciamo. Dovremmo fare più sistema, e invece ogni regista, produttore o distributore combatte la sua battaglia. Non c'è un pensiero e un ragionamento comune sulla promozione all'estero ed è un peccato, perché quando ci facciamo notare siamo molto apprezzati. La responsabilità è un po' nostra e un po' di



Jury members Gabriele Salvatores, Quentin Tarantino, Luca Guadagnino and Ingeborga Dapkunaite during the closing ceremony of the 67th Venice International Film Festival (2010)

I membri della giuria Gabriele Salvatores, Quentin Tarantino, Luca Guadagnino e Ingeborga Dapkunaite durante la cerimonia di chiusura della 67ª edizione del Festival di Venezia (2010)

chi dovrebbe "proteggere" e promuovere il prodotto.

In che modo il cinema europeo può appropriarsi degli archetipi narrativi di Hollywood?

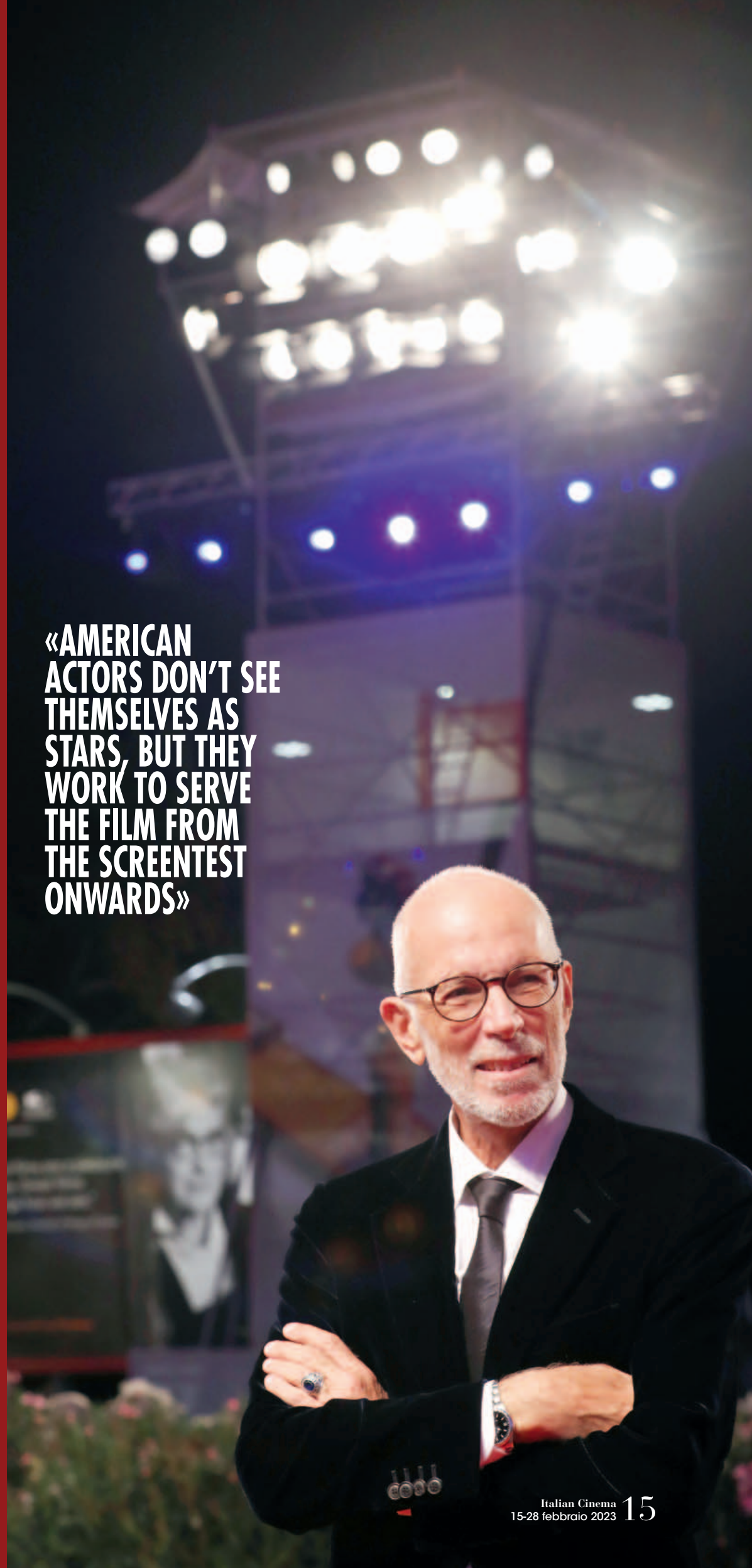
Ho cercato di farlo con *Il ragazzo invisibile*: ho preso un tema che poteva interessare un pubblico più ampio e l'ho mediato con la realtà, quella di qualsiasi adolescente che ha certamente desiderato essere, o si è sentito almeno una volta, invisibile. Volevo parlare del senso di responsabilità che ti dà il superpotere, non di esplosioni o astronavi.

In *Educazione siberiana* ha diretto attori internazionali come John Malkovich e Peter Stormare: cosa si porta dietro da quella esperienza?

Ho imparato che gli attori americani pensano al loro lavoro come se fosse quello di un muratore o un contadino. Prima di iniziare le riprese, Malkovich una sera a cena ha detto alla troupe: "Per prima cosa ringraziamo di essere tutti qui a lavorare". Hanno una mentalità rigidissima a livello sindacale: se sfori 5 minuti sei fregato. A tua disposizione, però, ti ritrovi persone che non si sentono star, ma si mettono al servizio del film sin dal provino. Malkovich ha girato una scena in un bagno turco spento, nudo e al freddo, con la febbre a 38: disse che la febbre lo avrebbe aiutato a fare quel che gli avevo chiesto, ovvero trovare "la vecchietta" dentro di sé, anziché ricorrere al trucco.



«AMERICAN ACTORS DON'T SEE THEMSELVES AS STARS, BUT THEY WORK TO SERVE THE FILM FROM THE SCREENTEST ONWARDS»



sters to set up a theatre in the 1970s. And yet we're still there, with no fewer than three stages. Colorado Film was created from an idea of mine, Maurizio Totti, Diego Abatantuono and Paolo Rossi. After the success of *Mediterraneo*, there was the idea to 'use me' as a frontman to help first time directors with fresh ideas make their debut.

Have you ever chosen projects on the basis of their box office potential?

Of course, I'm very interested in the box office. Actually people who say they don't give a hoot about the audience really irritate me. If I prepare a meal with love, care and effort, I want someone to come and eat it. Otherwise what do I do, eat on my own? For me, cinema is still a people's spectacle. Though I must stress, that doesn't mean populist or nation-


al-popular. But to be clear: I like packed out cinemas.

Has the pandemic changed the audience's tastes? How do you see the world of cinema in the coming years? Do you think it can live alongside the platforms?

I fear that everything has changed irreversibly, and yet I'm convinced the movie theatre will not die. It responds to a need that is too deep-rooted: to sit in the dark and let yourself go into a positive passivity, allowing you to enter the dreamworld of another person. An activity not aimed at arriving at a destination but experiencing the journey there. Cinema certainly has to live alongside the platforms. The balance was already precarious before, and the final blow came with the pandemic. We are getting used to

shutting ourselves up at home, staying in the comfort zone. So we must help the audience choose cinemas over sitting rooms, creating beautiful, comfortable and well-equipped movie theatres.

But would you make a TV series? Would you work for the platforms?

I have no problems about showing my films on a platform. It's more complicated for TV series. I like telling stories with a beginning, a middle and an end, whereas the very nature of the series means it never ends. Series are pure entertainment, films are something else. They force you to be concise and have a depth that series tend to dilute. Having said that, if I found the right idea, I'd do it: do you know what I'd like? A series on *Plainsong* by Kent Haruf, with a setting like Robert Altman's *Short Cuts*. 

Valeria Golino and Gabriele Salvatores walk the red carpet ahead of the *Tutto il mio folle amore* screening during the 76th Venice Film Festival (2019)

Valeria Golino e Gabriele Salvatores sul red carpet per la proiezione di *Tutto il mio folle amore* alla 76ª edizione del Festival di Venezia (2019)





The director with the young co-star of *Invisible Boy - Second Generation*

Il regista insieme alla giovane co-protagonista de Il ragazzo invisibile - Seconda generazione

«WE MUST HELP THE AUDIENCE CHOOSE CINEMAS OVER SITTING ROOMS, CREATING BEAUTIFUL, COMFORTABLE AND WELL-EQUIPPED MOVIE THEATRES»

Con il videogioco di Nirvana, uscito insieme al film, esplorò la crossmedialità cinema/ videogiochi per primo in Italia. Oggi il digitale la interessa?

A quei tempi ero innamorato della Rete. Sono sempre stato un fan della fantascienza e sono curioso delle nuove tecnologie. Ma allora era un territorio diverso, più libero, una frontiera esplorata da veri e propri cowboy digitali. Ora la Rete è diventata un supermercato. Non è che non mi interessi più, ma sono attratto da altre forme di crossmedialità.

Lei è stato tra i fondatori della casa di produzione Colorado Film, oggi controllata dal gruppo Rainbow. In che modo questa esperienza ha influito nel suo percorso artistico?

La mia unica, vera utopia realizzata è il Teatro dell'Elfo (a Milano, ndr). Sembrava impossibile, allora, che dei ragazzi negli anni '70 mettessero su un teatro. E invece siamo ancora lì, con

ben tre sale. Colorado Film era nata da un'idea mia, di Maurizio Totti, Diego Abatantuono e Paolo Rossi, con la speranza di "usarmi" - dopo il successo di *Mediterraneo* - come frontman per aiutare nel debutto registi esordienti con idee fresche.

Il box office di un film è mai stato un metro di misura nella scelta dei suoi progetti?

Certo, il box office mi interessa molto. Anzi, mi infastidisce chi dice che non gliene frega niente del pubblico. Se io preparo una cena con amore, attenzione e fatica, voglio che qualcuno venga a mangiarla. Altrimenti che faccio, ceno da solo? Per me il cinema rimane uno spettacolo popolare. Che non vuol dire populista o nazionalpopolare, ci tengo. Ma sia chiaro: a me piacciono le sale piene.

La pandemia ha cambiato i gusti del pubblico? Come immagina il mondo del cinema nei prossimi anni? Crede nella convivenza con le piattaforme?

Temo che sia cambiato tutto irreversibilmente, eppure sono convinto che il cinema in sala non morirà. Risponde a un'esigenza troppo profonda: quella di chiudersi al buio e lasciarsi andare a una passività positiva, che ti permette di entrare nel sogno di un'altra persona. Un'attività il cui scopo non è l'arrivo, ma il viaggio. Certamente il cinema dovrà convivere con le piattaforme. L'equilibrio era già precario prima, con la pandemia è arrivato il colpo di grazia. Ci stanno abituando a chiuderci in casa, a restare nella comfort zone. E allora dobbiamo aiutare il pubblico a preferire le sale al salotto, creando strutture belle, comode e attrezzate.

Ma una serie Tv la farebbe? Lavorerebbe per le piattaforme?

Non ho problemi a mostrare i miei film su piattaforma. Per le serie Tv il discorso è più complesso. A me piace raccontare una storia che abbia un inizio, uno svolgimento e una fine, mentre la serie tende per sua natura a non chiudere mai. La serie è puro intrattenimento, il cinema è un'altra cosa. Ti costringe alla sintesi e a una profondità che la serie tende a diluire. Detto ciò, se trovassi l'idea giusta lo farei: sa cosa mi piacerebbe? Una serie sulla *Trilogia della pianura* di Kent Haruf, con un'ambientazione alla *America oggi* di Altman.

FULVIO E FEDERICA LUCISANO E RAI CINEMA PRESENTANO

**ALESSANDRO
SIANI**



Photo: [unreadable] - Foto di RICCARDO GIULIANI

MIC
T

**MAX
TORTORA**

**MATILDE
GIOLI**

**MARIA
DI BIASE**



UN FILM DI
**ALESSANDRO
SIANI**

TRAMITE AMICIZIA

E CON
YARI GUGLIUCCI CECILIA DAZZI GERMANO LANZONI

SOGGETTO E SCENEGGIATURA DI ALESSANDRO SIANI e GIANLUCA ANSANELLI con la collaborazione di FABRIZIO TESTINI FOTOGRAFIA TANI CAMEVARI MONTAGGIO VALENTINA MARIANI MUSICHE ORIGINALI UMBERTO SCIPIONE SCENOGRAFIA CRISTINA BARTOLETTI COSTUMI ELEONORA RELLA (a.s.s.)
SUONO DI PRESA DIRETTA ROBERTO SESTITO CASTING MARITA D'ELIA (s.l.c.s.) ORGANIZZATORE GENERALE FRANCESCO MORBILI PRODUTTORE DELEGATO INF GIULIO STEVE PRODUTTORI ESECUTIVI MASSIMO DI ROCCO LUIGI NAPOLEONE PRODUZIONE ESECUTIVA BARTLEBYFILM PRODOTTO DA FULVIO e FEDERICA LUCISANO
UNA PRODUZIONE ITALIAN INTERNATIONAL FILM con RAI CINEMA REGIA DI ALESSANDRO SIANI

DAL 14 FEBBRAIO AL CINEMA

LUCISANO::f

Rai Cinema

BARTLEBY
FILM

TELECOM
ITALIA

REGIONE
LAZIO

REGIONE
LAZIO

segui sui social

01



The DRIVING FORCE of bilateral co-development funds

An overview of all the agreements in place between Italy and France, Portugal, Tunisia and the Baltic States for the development of international co-productions, together with the importance of transnational funds, like those issued through Ibermedia

by Maria Giuseppina Troccoli

The internationalisation of the cinema and audiovisual industry is one of Italy's main objectives in the film sector. To this end, the legislation sets out a series of actions to encourage international cooperation, stimulate the circulation of Italian works abroad, generate higher visibility for more Italian productions on foreign markets, attract global operators to come to film in Italy, and to support international co-productions.

This is why programmes encouraging the development and making of co-productions have been created in recent ye-

ars, at both European and national level. So, European co-producers can now count on various kinds of grants and incentives nationally and internationally for multi-lateral projects. In fact, a film made in a co-production certainly has an added value compared to a purely national film: it can reach larger audiences and more markets than national productions; it can benefit from greater resources; it can tap into creative and financial collaborations; it can exploit the opportunity to pool skills; and it can create connections between professionals from different geographic regions and cultural backgrounds.

EVEN BEFORE LEGISLATION

As far as Italy is concerned, one of the main objectives of the audiovisual and cinema law n.220/2016 is to increase international co-productions. Article 3 provides for the state to “*promote international co-productions and the circulation and distribution of Italian and European film and audiovisual productions, in Italy and abroad*”. A number of measures have been activated to meet this aim, not only on a national but also a regional level, with considerable assistance foreseen specifically for co-productions.



Supporting a co-production during the development phase means helping the inception of a project conceived with an international scope in mind, right from the very start, as well as aiding its creative, economic and financial planning. As a result, the Directorate General of Cinema and Audiovisual (DGCA) at the Ministry of Culture (MIC) had actually started to pursue this objective even before the current legislation was published, through the flexible instrument of bilateral co-development funds. These were set up with counterparts in a selection of countries to fund the development of projects destined to become co-productions, supporting the collaboration between Italian and foreign professionals as early on as the writing and pre-production phases.

The assigned grants are selective and non-repayable. Projects are evaluated by a Committee comprising representatives of administrations in the respective countries involved. Italy currently offers development funds for joint projects with France (for both cinema and audiovisual and also aimed at production), Portugal, Tunisia and the Baltic States. →

Il motore dei fondi bilaterali di co-sviluppo

Una panoramica di tutti gli accordi in essere tra Italia e Paesi esteri quali Francia, Portogallo, Tunisia e Stati Baltici per il sostegno allo sviluppo di coproduzioni internazionali. Ma anche l'importanza dei fondi sovranazionali attraverso Ibermedia

di Maria Giuseppina Troccoli

L'internazionalizzazione del settore cinematografico ed audiovisivo è tra i principali obiettivi perseguiti dall'Italia in campo cinematografico, e a tal fine la normativa prevede una serie di azioni volte a favorire la cooperazione internazionale, la circolazione delle opere all'estero ed una loro maggiore presenza sui mercati esteri, l'attrazione in Italia di operatori stranieri, nonché il sostegno alle coproduzioni internazionali. Per questo negli ultimi anni sono stati creati, sia a livello europeo che nazionale, programmi di sostegno per lo sviluppo e realizzazione di coproduzioni, e i produttori europei possono contare su varie tipologie di sovvenzioni e incentivi sia a livello nazionale che sovranazionale per progetti multilaterali. Un film prodotto in regime di coproduzione ha, infatti, certamente un valore aggiunto rispetto ad un film interamente nazionale: può raggiungere audience e mercati più allargati rispetto alle produzioni nazionali, può beneficiare di maggiori risorse, può avvalersi di collaborazioni creative e finanziarie, può sfruttare la condivisione di competenze, può creare collegamenti tra professionisti di aree geografiche e culturali diverse tra di loro.

ANCOR PRIMA DI UNA LEGGE

Per quanto riguarda l'Italia, la legge sul cinema e l'audiovisivo n.220/2016 ha posto l'incremento delle coproduzioni internazionali tra i suoi principali obiettivi. L'articolo 3 prevede: lo

Stato "promuove le coproduzioni internazionali e la circolazione e la distribuzione della produzione cinematografica e audiovisiva, italiana ed europea, in Italia e all'estero". In attuazione di questo principio sono state messe in atto una serie di misure, non solo a livello nazionale, ma anche regionale, e creati una serie di sostegni finalizzati in modo specifico alle coproduzioni.

Sostenere una coproduzione in fase di sviluppo significa sostenere la nascita e le attività di progettazione creativa, economica e finanziaria di un'opera ideata e concepita fin dall'inizio con un respiro internazionale, e a tal fine la DGCA (Direzione generale cinema e audiovisivo del MIC) ha iniziato a perseguire tale obiettivo ancor prima della pubblicazione dell'attuale legge, attraverso gli agili strumenti dei fondi bilaterali di co-sviluppo, istituiti con enti omologhi di alcuni Paesi, e finalizzati allo sviluppo di progetti destinati a diventare coproduzioni, per sostenere la collaborazione, già in fase di scrittura e di pre-produzione, tra operatori italiani e stranieri.

I contributi assegnati sono selettivi e a fondo perduto. I progetti vengono esaminati da commissioni formate da rappresentanti nominati dalle amministrazioni dei rispettivi Paesi; sono attualmente attivi i fondi di sviluppo con Francia (destinato sia al cinema che all'audiovisivo, finalizzato anche alla produzione), Portogallo, Tunisia, Paesi Baltici.



THE ITALY-FRANCE DEVELOPMENT AND CO-PRODUCTION FUND

The very first of these bilateral funds was created in 2013 on the initiative of the DGCA in Italy and its French counterpart, the National Centre for Cinema and the Moving Image (CNC), to support the development of French-Italian films for theatrical release. It was substituted in 2019 by *“The bilateral fund for the co-development and co-production of French-Italian films and audiovisual series”*. Since France has always been Italy’s main co-production partner, this fund does not focus on increasing the number of co-productions, but rather looks to encourage the artistic and creative collaboration between the two countries on these works, given that previously cooperation was often limited to the financial side alone. The support is for development and co-production projects for films as well as projects for developing audiovisual series between Italy and France.

A combined pot worth one million euros is available, with the CNC and the DGCA putting in equal shares. There are two calls for applications every year, with 500 thousand euros available for each call, divided as follows:

- development and pre-production of feature length films for the cinema, and audiovisual series: 150,000 euros;
- production of films for the cinema: 350,000 euros.

The DGCA’s contribution is for projects with a majority Italian share, apart from exceptions outlined in the call, to be awarded to Italian cinema and audiovisual companies (also in partnership) that have entered into an international co-production with at least one French production company. The same terms apply for the funds the CNC allocates to French operators.

Films must be co-produced either following the terms set out in the film agreement between Italy and France from 6 November 2000, or those falling under the European Convention on Cinematographic Co-production. Moreover, the share of French and Italian co-producers cannot be less than 20% or more than 80% for films, whereas for projects developing audiovisual series, the shares are no less than 30% and not exceeding 80%.

Applications for contributions are evaluated by the Committee on the basis of criteria related to the artistic quality of the project, its relevance for film and audiovisual industry relations between the two countries, its potential for circulation and exploitation internationally, as well as the coherence between the costs and the artistic, technical, production and financial components. The annual calls are published on the DGCA and CNC websites along with the list of funded projects.

FONDO DI SVILUPPO E DI COPRODUZIONE ITALIA-FRANCIA

Il primo di questi fondi è stato creato nel 2013 per volontà della DGCA e del CNC, per il sostegno allo sviluppo di opere cinematografiche franco-italiane, sostituito nel 2019 dal *“Fondo bilaterale di co-sviluppo e di co-produzione per le opere cinematografiche e di serie audiovisive franco-italiane”*. La finalità di questo fondo non è quella di incrementare il numero di coproduzioni tra i due Paesi, in quanto da sempre la Francia rappresenta per l’Italia il principale partner, ma piuttosto quella di incentivare le coproduzioni artistiche perché molte di esse sono spesso solo finanziarie. Il sostegno è destinato a progetti di sviluppo e di coproduzione di opere cinematografiche, nonché progetti di sviluppo di serie audiovisive tra l’Italia e la Francia.

Il fondo, di un milione di euro, è diviso equamente tra CNC e DGCA. Sono previste due call annuali e pertanto per ciascuna sessione le risorse disponibili sono pari a 500mila euro, così ripartite:

- sviluppo e pre-produzione di opere cinematografiche di lungometraggio e di serie audiovisive: 150.000 euro;
- produzione di opere cinematografiche: 350.000 euro.

Il contributo della DGCA è destinato a progetti maggioritari italiani, tranne eccezioni indicate nel bando, da assegnare ad imprese cinematografiche e audiovisive italiane, anche in forma associata, nell’ambito di un rapporto di coproduzione internazionale con almeno una società di produzione francese. Altrettanto è previsto per i fondi assegnati dal CNC a società di produzione francesi.

Le opere cinematografiche devono essere coprodotte o ai sensi dell’accordo cinematografico tra Italia e Francia del 6 novembre 2000, o ai sensi della Convenzione europea sulle coproduzioni cinematografiche. Inoltre, sia la quota dei coproduttori francesi che di quelli italiani non può essere inferiore al 20% e superiore al 80% per le opere cinematografiche, e non inferiore al 30% e superiore al 70% per i progetti di sviluppo di serie audiovisive.

Le richieste di contributo sono valutate dalla Commissione sulla base di criteri che tengono conto della qualità artistica del progetto, della sua rilevanza per le relazioni cinematografiche e audiovisive tra i due Paesi, del potenziale di diffusione e fruizione a livello internazionale, nonché della coerenza tra costo e componenti artistiche, tecniche, produttive e finanziarie. Sui siti della DGCA e del CNC sono pubblicati i bandi annuali e gli elenchi dei progetti finanziati.



ITALY-TUNISIA CO-DEVELOPMENT FUND

Drawn up between Italy's Directorate General of Cinema and Audiovisual at the culture ministry and Tunisia's Centre National du Cinéma et de l'image (CNCI), the "Convention on the bilateral fund to assist cinematographic works in Italian-Tunisian co-productions", led to a fund being set up in 2018 to support the development of co-productions falling under the terms of the Italo-Tunisian agreement of 29 October 1988. It is open to projects for developing fiction feature films, documentaries and animations, with theatrical as the priority distribution outlet.

This fund amounts to 280,000 euros a year, of which 180,000 euros are supplied by the DGCA, and the rest (equating to 300,000 Tunisian Dinars) provided by the CNCI. There is only one call a year. Beneficiaries can be exclusively Italian or Tunisian producers, and the co-production shares vary between a minimum of 20% and a maximum of 80%. Here again, grants are selective and applications are considered by an Italo-Tunisian committee. The maximum contribution is 30,000 euros.

Details about the annual calls and lists of funded projects are published on the DGCA and CNCI websites. →

FONDO DI COSVILUPPO ITALIA-TUNISIA

Con la "Convenzione relativa al fondo bilaterale di aiuto allo sviluppo di opere cinematografiche in coproduzione italo-tunisina", stipulata tra la Direzione Generale Cinema del MIC e il Centre National du Cinéma et de l'image (CNCI), è stato istituito nel 2018 un fondo di sostegno per lo sviluppo di coproduzioni realizzate ai sensi dell'accordo italo-tunisino del 29 ottobre 1988. Sono ammissibili progetti di sviluppo sia di lungometraggi di fiction che di documentari, nonché di film in animazione, con prioritario sfruttamento *theatrical*.

La dotazione annuale del Fondo è di 280.000 euro, dei quali 180.000 a carico DGCA, e la restante parte (equivalente a 300.000 dinari tunisini) a carico del CNCI. È prevista una sola call annuale. I beneficiari possono essere esclusivamente produttori italiani o tunisini, e le percentuali di coproduzioni possono variare da un minimo del 20% ad un massimo dell'80%. Anche in questo caso i contributi sono selettivi e vengono valutati da una commissione italo-tunisina. Il contributo massimo previsto è di 30.000 euro.

Sui siti della DGCA e del CNCI sono pubblicati i bandi annuali e gli elenchi dei progetti finanziati.





FONDO DI COSVILUPPO ITALIA-PORTOGALLO

Anche sulla spinta dell'ingresso italiano in Ibermedia, nel 2017 è stata stipulata una convenzione relativa al "Fondo di sostegno allo sviluppo di coproduzioni di opere cinematografiche tra la Direzione Generale Cinema del Ministero dei Beni, delle Attività Culturali e del Turismo, e l'Instituto do cinema e do audiovisual (ICA)" portoghese, con l'intento di sostenere progetti in co-sviluppo di opere di lungometraggi, destinate ad uno sfruttamento *theatrical*, tra produttori italiani e portoghesi. È prevista una dotazione annuale del Fondo variabile tra un minimo di 60.000 euro e un massimo di 100.000 euro, suddivisi tra DGCA e ICA in egual misura. Anche in questo caso si tratta di contributi selettivi, destinati a produttori italiani e portoghesi. I contributi possono variare da un minimo di 10.000 euro ad un massimo di 25.000 euro per i progetti di finzione e documentaristici, e di 35.000 euro per i progetti di animazione.

ITALY-PORTUGAL CO-DEVELOPMENT FUND

In 2017, also thanks to the impetus created when Italy joined Ibermedia, the two countries drew up a convention relating to "A fund to assist the development of co-productions of cinematographic works between the Directorate General for Cinema at the Ministry of Culture, and the Instituto do cinema e do audiovisual (ICA)" in Portugal. The aim was to support Italian and Portuguese producers working on the co-development of feature film projects destined for a theatrical release.

The amount of the annual fund varies between a minimum of 60,000 euros and a maximum of 100,000 euros, allocated with an equal split between the DGCA and ICA. Once again, these are selective contributions for Italian and Portuguese producers. Grants span from a minimum of 10,000 euros up to a ceiling of 25,000,00 for fiction and documentary works, and 35,000,00 for animations.



ITALY-BALTIC STATES CO-DEVELOPMENT FUND

It was created in 2018 when Italy's DGCA, the Estonian Film Institute, the National Film Centre of Latvia and the Lithuanian Film Centre agreed on a Convention. The fund awards grants to support the co-development of feature film projects of any genre, in a co-production between Italian producers and their counterparts from one of the three Baltic States.

The fund comprises 30,000 euros, of which 15,000 euros from Italy and 15,000 supplied by Estonia, Latvia and Lithuania (5,000 euros each).

Grants are assigned to feature film projects destined for theatrical release. As for all the other funds, these are selective contributions. In this case, the maximum contribution cannot exceed 15,000 euros. →

FONDO DI COSVILUPPO ITALIA-STATI BALTICI

Istituito nel 2018 con la stipula della Convenzione tra la DGCA, l'Estonian Film Institute (Estonia), il National Film Centre of Latvia (Lettonia) e il Lithuanian Film Centre (Lituania), il fondo prevede l'assegnazione di un premio con l'intento di sostenere il co-sviluppo di progetti di lungometraggio di qualsiasi genere, in coproduzione tra produttori italiani e produttori di uno dei tre Stati Baltici.

La dotazione annuale del Fondo è di 30.000 euro, dei quali 15.000 a carico dell'Italia e 15.000 a carico di Estonia, Lettonia e Lituania (5.000 ciascuno).


Il contributo è assegnato a progetti di sviluppo di opere di lungometraggio destinate alle sale cinematografiche. Come per gli altri fondi, si tratta di contributi selettivi. In questo caso il contributo massimo non può essere superiore a 15.000 euro.



TRANSNATIONAL FUNDS: IBERMEDIA

In addition to these bilateral funds, Italian companies can also take advantage of resources guaranteed within a series of international funds to support co-productions. Along with the European initiatives (Eurimages and MEDIA), there is also Ibermedia, a programme Italy joined in 2017. Ibermedia supports the development and production of films and documentaries co-produced between any of the independent producers from the initiative's member countries in Latin America (Argentina, Bolivia, Brazil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Mexico, Nicaragua, Panama, Paraguay, Peru, Portugal, Porto Rico, Dominican Republic, Uruguay and Venezuela) and in Spain, Portugal and Italy.

Films made with Ibermedia contributions are often snapped up by the most prestigious international festivals and many have been nominated for the Oscars® in the Best Foreign Language Film category. Italy participates in the fund with an annual contribution of 600,000 dollars. Additionally, Ibermedia not only supports the production but also the development of feature films and TV series, as well as training. It represents an excellent opportunity for Italian producers to make films and audiovisual projects destined for the international market, especially the vast Ibero-American panorama.

The annual call and results are published on Ibermedia's website. 



FONDI SOVRANAZIONALI: IBERMEDIA

Oltre ai fondi bilaterali, le imprese italiane possono beneficiare anche degli aiuti garantiti da una serie di fondi internazionali destinati al sostegno delle coproduzioni: non solo gli europei Eurimages e Media, ma anche Ibermedia, programma al quale l'Italia aderisce dal 2017. Ibermedia sostiene lo sviluppo e la produzione di film e documentari realizzati in coproduzione tra tutti i produttori cinematografici indipendenti dei Paesi membri dell'America Latina (Argentina, Bolivia, Brasile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Cile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Messico, Nicaragua, Panama, Paraguay, Perù, Portogallo, Porto Rico, Repubblica Dominicana, Uruguay e Venezuela), nonché della Spagna, del Portogallo e dell'Italia.

I film realizzati con il contributo di Ibermedia sono stati spesso selezionati dai più prestigiosi Festival Internazionali del Cinema e molti di loro sono stati nominati agli Oscar nella categoria Miglior film in lingua straniera. L'Italia partecipa al fondo con contributo annuo di 600.000 dollari. Ibermedia sostiene non solo progetti di produzione, ma anche di sviluppo di lungometraggi e di serie televisive, oltre che di formazione. Per i produttori italiani rappresenta un'ottima possibilità di realizzazione di film e progetti audiovisivi destinati al mercato internazionale, in particolare a quello vastissimo iberoamericano.

Il bando, annuale, e i risultati sono pubblicati sul sito di Ibermedia.

© iStock (6)



Italian Film Commissions

Apulia Film Commission

Emilia-Romagna Film Commission

Film Commission d'Abruzzo

Film Commission Regione Campania

Film Commission Torino Piemonte

Film Commission Vallée d'Aoste

Fondazione Calabria Film Commission

Fondazione Sardegna Film Commission

Friuli Venezia Giulia Film Commission

Genova Liguria Film Commission

IDM Film Commission Südtirol

Lombardia Film Commission

Lucana Film Commission

Marche Film Commission

Roma Lazio Film Commission

Sicilia Film Commission

Toscana Film Commission

Trentino Film Commission

Umbria Film Commission

Veneto Film Commission

Cappuccino *with the Italians*

18th February - 10.00/11.30 am

ITALIAN PAVILION | EFM EUROPEAN FILM MARKET

Italian Film Commissions networking event with producers,
funds and representatives of



BASQUE.
AUDIOVISUAL.



73rd Internationale
Filmfestspiele
Berlin 16.-26.02.23

ITALIAN FILMS on the rise abroad

According to recent research by ANICA, from 2017 to 2021 the foreign distribution of made in Italy productions grew by more than 120%. By now, one Italian film out of two goes beyond national borders to be shown abroad in movie theatres, on television and VOD platforms. Here are all the figures and analysis of the state of Italian film exports

by Valentina Torlaschi

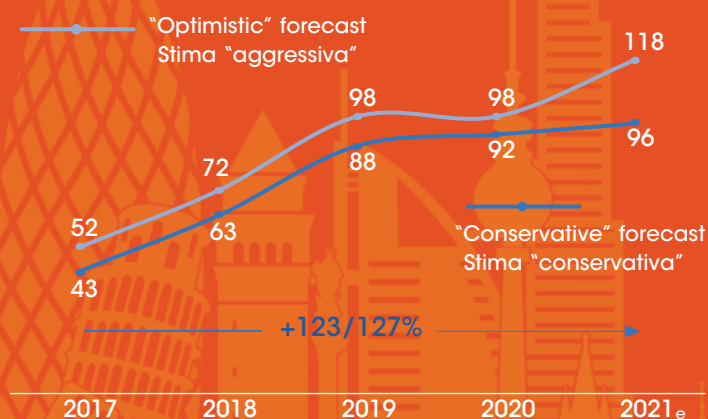


Exports of Italian films are in clear expansion: from 2017 to 2021 the foreign distribution of made in Italy productions has doubled, and by now, one Italian film out of two goes beyond national borders to be shown abroad in movie theatres, on television and VOD platforms. This is the picture that emerges in an eMedia survey entitled “Italian films abroad”, commissioned by industry association ANICA. This research is very important because, besides the specific data, the report fills a major information gap. In fact, Italy does not have a body such as Unifrance, which provides annual figures and analysis on the export of French productions. Information on the circulation of Italian films abroad has always been a kind of black hole, with only scarce, fragmented data available. Now, finally we have facts, figures and analysis. Above all, ANICA plans to update this research constantly so that it becomes an authoritative, fixed reference point in the systematic study of this sphere.

But let's go back to the data and give a more detailed analysis of the dynamics involved in exporting Italian films abroad, also because, leaving aside the aforementioned positive trend seen in recent years, there are still various weak points. →

N. 1

ESTIMATED NUMBER OF FILMS CIRCULATING ABROAD / STIMA NUMERO DI FILM CON CIRCOLAZIONE ESTERA (2017-2021)

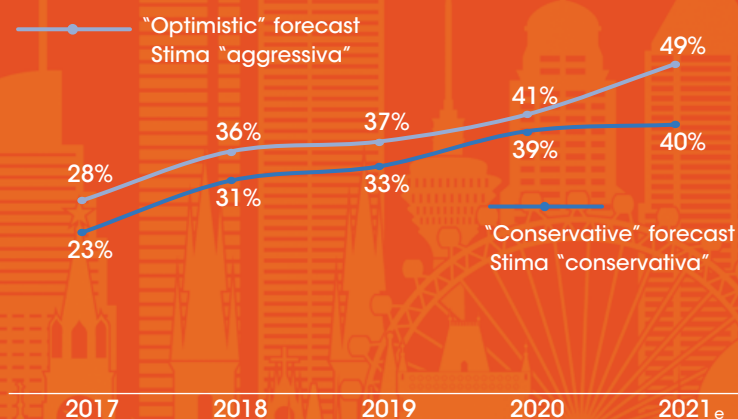


Source: eMedia elaboration of data for co-productions 2017-2020 from the Directorate General of Cinema and Audiovisual (DGCA) and the Ministry of Culture (MIC) and eMedia estimates on PRCA data and statements from industry professionals

Note: Circulation abroad is defined as the distribution in a movie theatre and/or on television and/or on local or global VOD platforms. All figures are estimates and provisional (especially figures for 2021, but also others) while waiting for definitive figures on the titles produced and the international co-productions, and also definitive data on distribution agreements.

N. 2

FILMS CIRCULATING ABROAD: PERCENTAGE OF THE TOTAL FILMS PRODUCED / FILM CON CIRCOLAZIONE ESTERA: PERCENTUALE SUL TOTALE DEI FILM PRODOTTI (2017-2021)



Fonte: elaborazioni eMedia su dati DGCA-MIC per le coproduzioni 2017-2020 e stime eMedia su dati PRCA e dichiarazioni degli operatori del settore

Nota: Per circolazione estera si intende la distribuzione in sala cinematografica e/o in Tv e/o su piattaforme VOD locali o globali. Tutti i valori sono stimati e provvisori (soprattutto ma non solo quelli riferiti al 2021) in attesa di dati definitivi sui titoli prodotti e sulle coproduzioni internazionali e in attesa di dati definitivi sugli accordi di distribuzione.

Crescono i film italiani all'estero

Secondo una recente ricerca di Anica, dal 2017 al 2021 la distribuzione delle produzioni made in Italy nei Paesi stranieri è cresciuta di oltre il 120%. Ormai, un film italiano su due varca i confini nazionali per approdare nelle sale cinematografiche, televisioni e piattaforme VOD straniere. Ecco tutti i numeri e le analisi dell'export cinematografico italiano

di Valentina Torlaschi

L'export dei film italiani è in chiara espansione: dal 2017 al 2021 la distribuzione delle produzioni made in Italy nei mercati stranieri è raddoppiata e ormai un film italiano su due varca i confini nazionali per approdare nelle sale cinematografiche, televisioni e piattaforme VOD straniere. A dirlo è la ricerca commissionata da Anica a eMedia "I film italiani all'estero". Una ricerca fondamentale perché, al di là dei dati specifici, il report in questione ha il pregio di andare a colmare un vuoto di informazioni importante: in Italia, infatti, non esiste un organo come Unifrance che ogni anno fornisce numeri e analisi sull'export delle produzioni nazionali. La rivelazione della circolazione dei film italiani all'estero è sempre stata una sorta di buco nero, con pochi e frammentati dati disponibili; finalmente, ora vengono

forniti dei numeri e delle analisi. Ma soprattutto, Anica ha in programma di aggiornare costantemente questa ricerca e di farla diventare un riferimento fisso e autorevole nello studio sistemico di tale ambito.

Ma torniamo ai dati e andiamo ad analizzare nel dettaglio le dinamiche dell'esportazione dei film italiani, anche perché, al di là del trend positivo degli ultimi anni a cui si è accennato sopra, rimangono ancora diverse criticità.

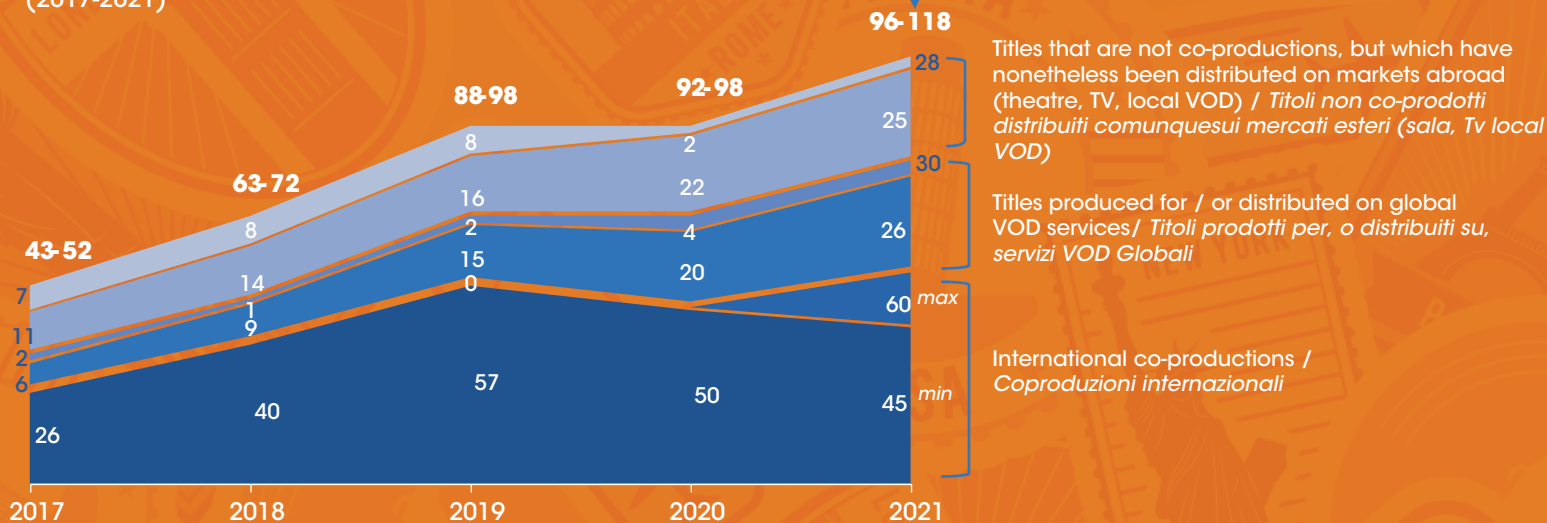
LA METÀ DEI FILM ITALIANI CIRCOLA ALL'ESTERO

Come si diceva, fra il 2017 e il 2021 sono raddoppiati i titoli che hanno avuto circolazione estera in sale cinematografiche e/o in Tv e/o su piattaforme VOD locali o globali: nel dettaglio, se nel 2017 si contavano fra

i 43 e i 52 titoli, nel 2021 sono diventati fra i 96 e i 118. Secondo la stima più "aggressiva" della ricerca, il 49% dei titoli prodotti in Italia hanno ottenuto una qualche circolazione nei mercati stranieri; di fatto, quasi un film italiano su due è arrivato oltre confine. Un dato significativo. E significativo è il fatto che la metà dei film esportati – tra i 45 e 60 film sul totale di 96-118 – è frutto di accordi di co-produzioni internazionali (minoritarie, paritarie o maggioritarie); gli altri 26 o 30 titoli sono film prodotti per (o distribuiti su) servizi VOD globali (es: Netflix, Disney+, Amazon Prime Video...); i rimanenti 25 o 28 sono film che non nascono come co-produzioni, non sono stati prodotti da piattaforme streaming globali, ma che sono comunque riusciti ad avere una distribuzione oltre confine.

N. 3

EVOLUTION OF DISTRIBUTION CHANNELS / EVOLUZIONE DEI CANALI DISTRIBUTIVI (2017-2021)



Source: eMedia elaboration of DGCA-MIC data for co-productions 2017-2020 and eMedia estimates on PRCA data and statements from industry professionals

Note: These estimates were elaborated starting from data published, available and supplied by professionals who were sent a dedicated questionnaire. Moreover, only figures for a certain number of titles (a significant but not representative sample) were supplied. So the final result is the result of this sample and other publicly available data.

Fonte: elaborazioni eMedia su dati DGCA-MIC per le coproduzioni 2017-2020 e stime eMedia su dati PRCA e dichiarazioni degli operatori del settore

Nota: Queste stime sono state elaborate a partire dei dati pubblicati, reperiti e resi disponibili da parte degli operatori a cui è stato somministrato un questionario dedicato. Tuttavia i dati sono stati resi disponibili solo per un certo numero di titoli (un campione significativo ma non rappresentativo). Il risultato finale è dunque frutto di questo campione e di altri dati pubblici.

HALF OF ITALIAN FILMS CIRCULATE ABROAD

As said, between 2017 and 2021 the number of titles circulating in foreign movie theatres and/or on television and/or on local or global VOD platforms has doubled. While this involved between 43 and 52 titles in 2017, by 2021 the figures had grown to between 96-118.

According to the most “optimistic” assessment in the research, 49% of titles produced in Italy have had some kind of circulation in foreign markets, in other words virtually one-out-of-two Italian films goes global. That’s an important fact. What is also significant is that half of the films exported – between 45 and 60 titles out of a total of 96-118 – are the result of an international co-production (minority, parity or majority).

Another 26-30 titles are films produced for (or distributed by) global VOD services (e.g. Netflix, Disney +, Amazon Prime Video...).

The remaining 25-28 films are neither co-productions nor have they been produced by the global streaming platforms, but nonetheless they have had an international distribution.





I MOTORI DELLA CIRCOLAZIONE

Ma da cosa è favorita l'esportazione dei film italiani? I fattori sono molteplici: dalla qualità artistico-espressiva, al production value dell'opera, al richiamo internazionale dei talent. Ma, come già evidenziato sopra, tra i "motori della circolazione" individuati da Anica che determinano «in via primaria» la distribuzione internazionale, il più potente è quello delle co-produzioni che nel 2021 ha "spinto" il 49% delle esportazioni. Da notare però che, in 5 anni, è nettamente aumentato il peso delle piattaforme globali, passato dal 15% del 2017 al 26% nel 2021.

LE COPRODUZIONI

Come già evidenziato, le coproduzioni con operatori esteri sono il principale veicolo di circolazione transfrontaliera dei film nazionali. La ragione è ovvia in quanto tali accordi implicano, a monte

della realizzazione, la certezza di una distribuzione oltre confine. Ma non solo, perché come evidenziato dallo studio, "le potenzialità di circolazione estera determinate dalle coproduzioni internazionali non riguardano solo il mercato-territorio del coproduttore ma si estendono a uno svariato numero di altri Paesi. Inoltre, le coproduzioni creano importanti condizioni di interscambio internazionale a tutti i livelli della filiera creativa, tecnica, produttiva e distributiva". Dal 2017 al 2021 sono state avviate in totale 218/233 coproduzioni (minoritarie, paritarie e maggioritarie), con una media annua di 44 o 47 accordi. Netta la crescita sul quadriennio precedente (2012-2016), quando la media era pari a 30 coproduzioni. E se ci si sofferma al solo 2021, qui i valori - ancora frutto di stime provvisorie - segnano un totale di ben 45/60 coproduzioni.

A livello di partner, gli accordi di coproduzione siglati fra il 2017 e il 2021 sono fortemente concentrati su cinque Paesi: Francia, Germania, Svizzera, Spagna e Belgio (in totale il 70% degli accordi europei). La sola Francia totalizza ben 54 accordi di coproduzione, seguita dalla Germania con 25.

Il valore economico complessivo generato dalle collaborazioni internazionali sul quadriennio 2017-2020 è stato stimato in circa 92 milioni di euro: ossia più del doppio del capitale attratto nei quattro anni precedenti (2013-2016), pari a circa 41 milioni di euro. L'incremento è dunque un netto +124%.

TENDENZE DEL MERCATO E CONTESTO STRATEGICO

La ricerca ha infine stilato un quadro prospettico sui punti di forza e debolezza dei film italiani in chiave



THE DRIVERS FOR CIRCULATION

What stimulates the export of Italian films? There are many factors, from artistic-expressive quality to the work's production values and the international pulling power of the talent. But, as illustrated above, among the "drivers for circulation" identified by ANICA as having a "primary role" in international distribution, the most powerful is that of co-productions, which "drove" 49% of exports in 2021. However, it is also worth noting that the weight of the global platforms has grown considerably over the period under examination, from 15% in 2017 to 26% in 2021.

CO-PRODUCTIONS

As highlighted, co-productions with foreign companies are the main vehicle for transnational circulation of Italy's films. The reason is obvious because these agreements offer a guaranteed distribution beyond national borders right from the very start. But there's more, because, as the study shows, "the potential for foreign circulation determined by international co-productions is not only connected to the co-producers' market-territories but also extends to a number of other different countries. Moreover, co-productions create important conditions for international exchanges among all the creative, techni-

cal, production and distribution sectors".

Between 2017 and 2021 a total of 218/233 co-productions were set up (minority, parity and majority), with an average of 44-47 agreements every year. The growth compared to the previous 4-year period (2012-2016) is striking, when the average stood at 30 co-productions. And if we consider the provisional estimates for 2021 alone, the figures stand at between 45/60 co-productions. On the partnership front, co-production deals signed between 2017 and 2021 were highly concentrated on five countries: France, Germany, Switzerland, Spain and Belgium (totalling 70% of European deals). France alone was involved in 54 co-production agreements, followed by Germany with 25.

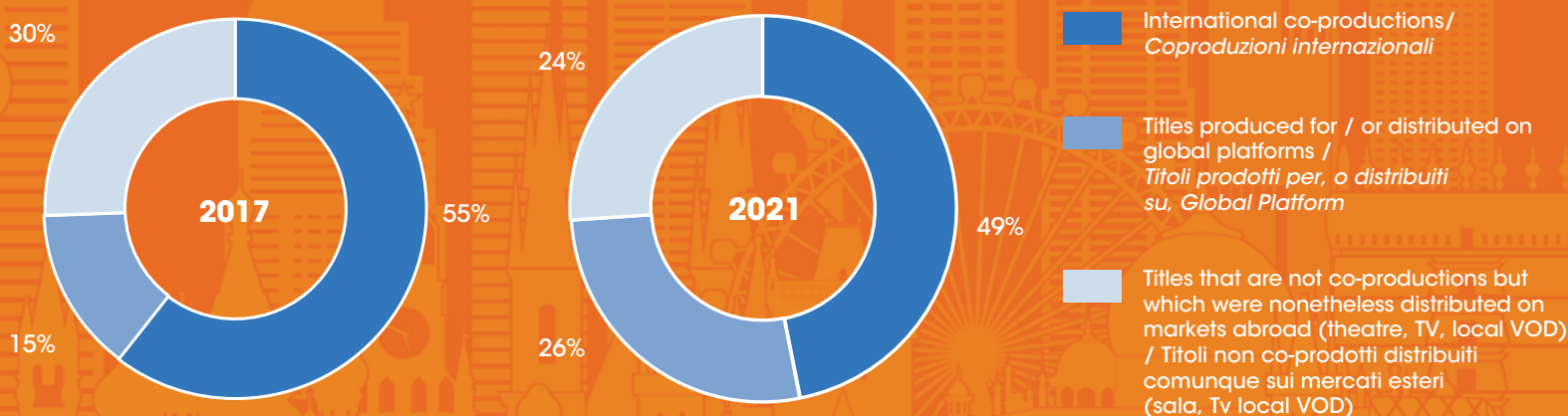
The overall economic value of international collaborations in the 2017-2020 period is estimated to be around 92 million euros: this is double the capital attracted in the previous timeframe (2013-2016), which was roughly 41 million euros. So, an increase of 124%.

MARKET TRENDS AND STRATEGIC CONTEXT

Finally, the research assessed the strengths and weaknesses of Italian films in the sphere of internationalisation, as well as the opportunities and threats →

N. 4


THE "DRIVERS" FOR THE INTERNATIONAL CIRCULATION OF FILMS / I "MOTORI" DELLA CIRCOLAZIONE INTERNAZIONALE DEI FILM (2017 vs. 2021)



Source: eMedia elaboration of DGCA-MIC data for co-productions 2017-2020 and eMedia estimates on PRCA data and statements from industry professionals

Fonte: elaborazioni eMedia su dati DGCA-MIC per le coproduzioni 2017-2020 e stime eMedia su dati PRCA e dichiarazioni degli operatori del settore

in the market of reference. Strengths include an increased internationalisation of the Italian industry and national market, with greater capacity to develop products best suited to foreign circulation, also thanks to the quality of our auteur-led cinema and its presence at international festivals. The emergence of new distribution companies with multinational catalogues is another positive factor, and above all, there are the specific support tools made available by the Ministry of Culture. In this area, the Film Distribution Fund for non-national distributors of Italian works, and the Fund for Minority Co-Productions are crucial, added to which are the tax breaks and automatic contributions already set out in the Franceschini law.

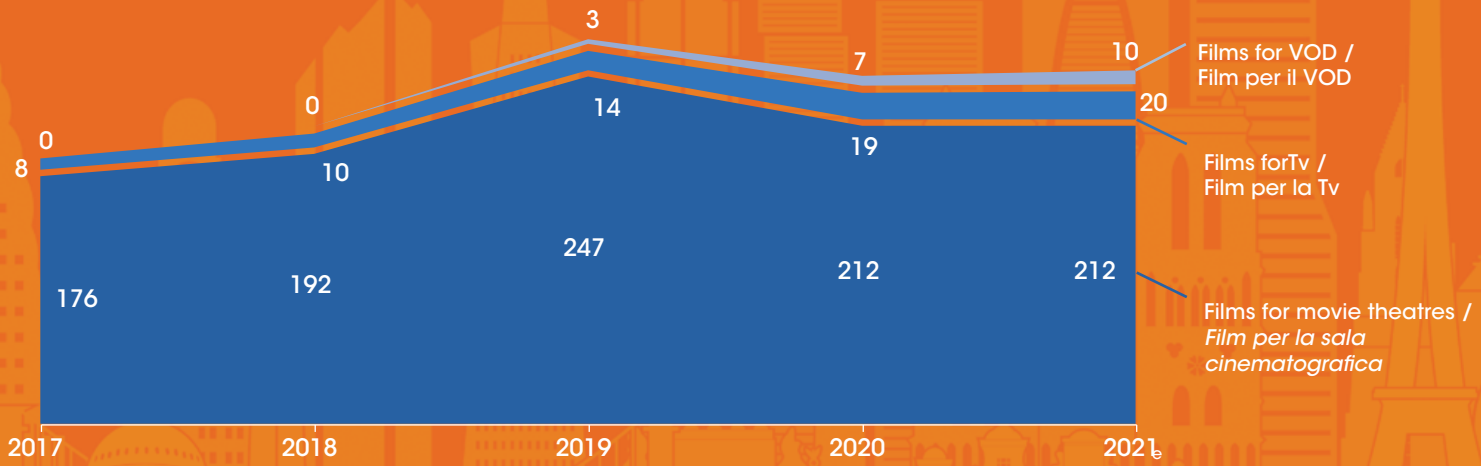
In spite of the rise in co-productions, weaknesses include a reduced availability of risk capital, especially in animation. This research has supplied many indications, though on the other hand, it would be good to have more specific information about the performance of individual films in the future, with case histories on the biggest hits, box office ratings for Italian films in foreign markets and other sales data to help quantify the economic value of the various exports. 



di internazionalizzazione, nonché sulle opportunità e sulle minacce relative al mercato di riferimento. Fra i punti di forza c'è una maggiore internazionalizzazione dell'industria italiana e del mercato nazionale, con una crescente capacità nello sviluppare prodotti più adatti alla circolazione estera anche grazie alla qualità del nostro cinema d'autore e alla sua presenza nei festival internazionali. Un altro fattore positivo è stata la nascita di nuove società di distribuzione con cataloghi multinazionali e soprattutto gli specifici strumenti di sostegno del Ministero della Cultura. Fondamentali, in questo senso, il Film Distribution Fund per i distributori non nazionali di opere italiane e il Fondo per le coproduzioni minoritarie, che si aggiungono agli incentivi fiscali e ai contributi automatici già fissati nella Legge Franceschini. Fra le debolezze, malgrado la crescita delle coproduzioni, si rileva una ridotta disponibilità di capitali di rischio, in particolare nell'animazione. Tante, in conclusione, le coordinate fornite da questa ricerca alla quale d'altro canto si chiede, per il futuro, di addentrarsi più nello specifico delle performance dei singoli film, con case history dei maggiori successi, gli andamenti al box office dei titoli italiani nei mercati stranieri e altri dati di vendita utili per quantificare il valore economico delle varie esportazioni.

N. 5

THE PRIMARY DESTINATION FOR ITALIAN PRODUCTIONS / LA DESTINAZIONE PRIMARIA DELLE PRODUZIONI ITALIANE (2017-2021)



Source: eMedia elaboration of DGCA-MiC data for co-productions 2017-2020 and eMedia estimates on PRCA data and statements from industry professionals

Note: For research purposes, only Italian feature films for theatrical release given "clearance for screening in public" from the DGCA - MiC in the course of the calendar year were taken into consideration. The volume of film productions for cinemas would actually be much larger. In addition, note that the 2021 figures are provisional.

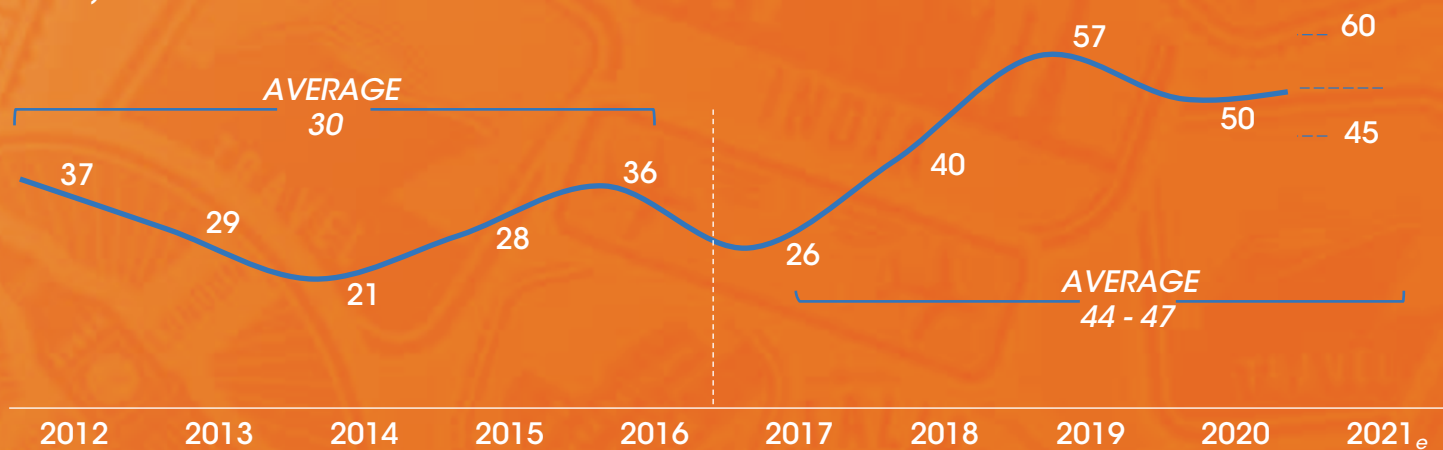
Fonte: elaborazioni eMedia su dati DGCA-MiC per le coproduzioni 2017-2020 e stime eMedia su dati PRCA e dichiarazioni degli operatori del settore

N.B. Ai fini della ricerca sono stati considerati solo i lungometraggi italiani per la Sala che hanno ottenuto il «nulla osta» per la proiezione in pubblico» dalla DGCA - MiC nel corso dell'anno solare. I volumi di produzione di film per la Sala sarebbero in realtà ben più vasti. Inoltre si ricorda che i dati 2021 sono provvisori.



N. 6

INTERNATIONAL CO-PRODUCTIONS OF FILMS FOR THEATRES / LE COPRODUZIONI INTERNAZIONALI DI FILM PER LA SALA (2012-2021)



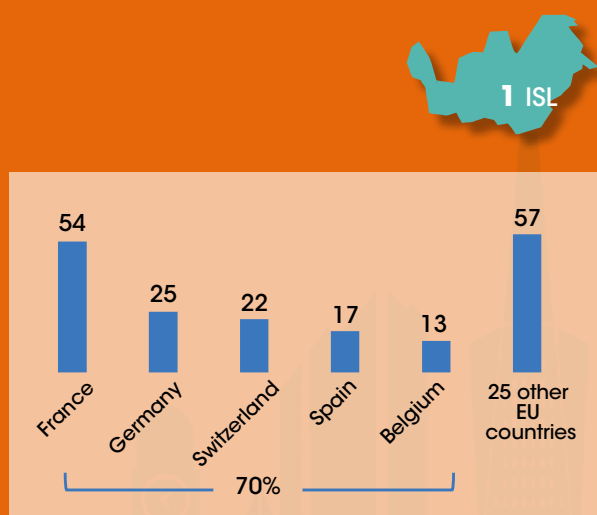
Source: eMedia elaboration of DGCA-MiC data for co-productions 2017-2020 and eMedia estimates on PRCA data and statements from industry professionals

Fonte: elaborazioni eMedia su dati DGCA-MiC per le coproduzioni 2017-2020 e stime eMedia su dati PRCA e dichiarazioni degli operatori del settore

Exports

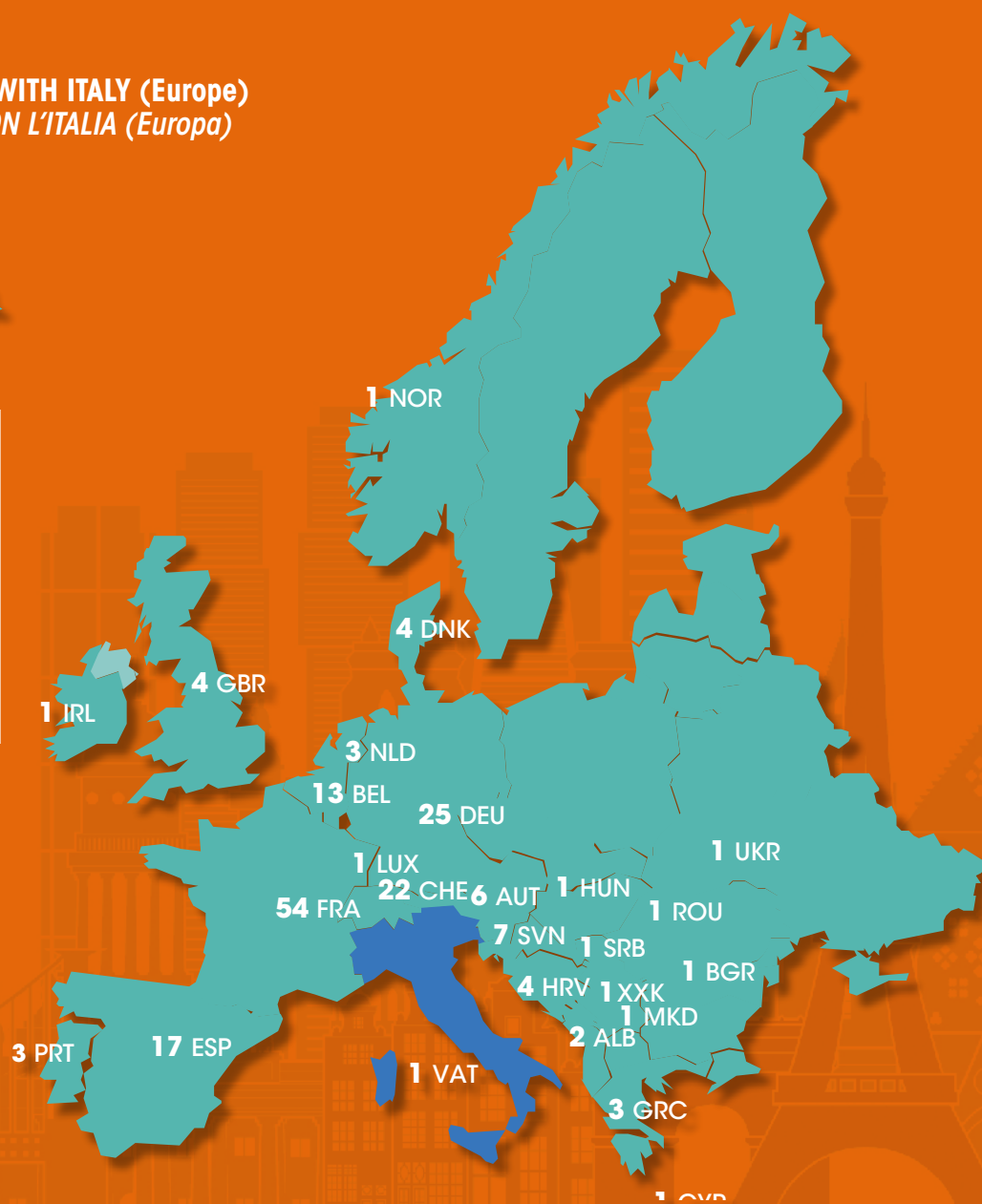
N. 7

NUMBER OF CO-PRODUCTION AGREEMENTS WITH ITALY (Europe)
I NUMERO DI ACCORDI DI COPRODUZIONE CON L'ITALIA (Europa)
 (2017-2021)



Source: eMedia elaboration of DGCA-MIC data for co-productions 2017-2020 and eMedia estimates on PRCA data and statements from industry professionals

Fonte: elaborazioni eMedia su dati DGCA-MIC per le coproduzioni 2017-2020 e stime eMedia su dati PRCA e dichiarazioni degli operatori del settore



THE RESEARCH

The 'Italian Films Abroad' report is a study by eMedia into the international circulation of Italian films produced for cinemas, linear TV and VOD platforms, commissioned by the National Association of Cinema, Audiovisual and Digital Industries (ANICA). Research was conducted from March to September 2022, examining all national productions made between 2017-2021, to get a picture of the market and provide the first data on the number of films exported beyond Italy's borders and the financial revenue generated by this activity. In parallel, research was also carried out into the foreign circulation of catalogues of Italian films (1930-2016) distributed by national operators (which we do not cover in this article), the first time this area has been explored, though still in experimental form.

The study involved the direct contribution of industry professionals. Indeed a total of 76 questionnaires were sent out to audiovisual production and distribution companies with the help of ANICA, in addition to various interviews conducted with representatives from these companies and other managers of businesses directly involved in international production and distribution. Thanks to collaboration between ANICA and the Association of Audiovisual Producers (APA), which has engaged eMedia to conduct research using a similar approach, this new report was drawn up also consulting material from previous surveys and field research originally conducted for APA.



CO-PRODUCTION AGREEMENTS WITH NON-EUROPEAN PLAYERS / GLI ACCORDI DI COPRODUZIONE CON OPERATORI EXTRA EUROPEI



Source: eMedia elaboration of DGCA-MIC data for co-productions 2017-2020 and eMedia estimates on PRCA data and statements from industry professionals

Fonte: elaborazioni eMedia su dati DGCA-MIC per le coproduzioni 2017-2020 e stime eMedia su dati PRCA e dichiarazioni degli operatori del settore

LA RICERCA

I film italiani sui mercati esteri è uno studio sulla circolazione internazionale dei film italiani prodotti per la sala cinematografica, la televisione lineare e il Vod redatto da eMedia su incarico di Anica - Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive Digitali. Lo studio è stato realizzato fra marzo e settembre del 2022 e ha preso in esame l'intera produzione nazionale di titoli per gli anni 2017-2021 con l'obiettivo di condurre una ricognizione del mercato e fornire prime stime sul numero di film che hanno ottenuto distribuzione oltre frontiera e sui valori economici generati da tale attività di export. Parallelamente è stata condotta la prima ricerca in assoluto, sperimentale, sulla circolazione all'estero dei cataloghi di film italiani (1930-2016) distribuiti da operatori nazionali (di cui non parliamo in queste pagine). Lo studio ha visto la consultazione diretta di operatori del settore. Con il supporto diretto di Anica sono stati distribuiti complessivamente 76 questionari a società di produzione e distribuzione audiovisiva e sono state svolte numerose interviste a rappresentanti delle stesse società e ad alti dirigenti di imprese direttamente coinvolti in attività di produzione e distribuzione internazionale. Grazie alla collaborazione fra Anica ed Apa (Associazione Produttori Audiovisivi) per la quale eMedia conduce uno studio dall'approccio simile, sono stati consultati materiali derivanti da rilevazioni precedenti e da indagini sul campo condotte per conto della stessa Apa.

© iStock (5)



Italian Screens' international IMPETUS

The itinerant initiative to promote Italian films abroad and publicise Italy's tax incentives for distribution and co-productions continues its travels, with a programme able to really boost the sale of Italian productions worldwide

by Roberto Stabile

In addition to his work as curator of Italian Screens, Roberto Stabile is Head of International Relations at film industry association ANICA, Coordinator of the audiovisual desk at the trade body ICE, and Head of Special Projects and Advisor on Internationalisation at the Directorate General for Cinema and Audiovisual (DGCA) within the Ministry of Culture at Cinecittà

Oltre a essere curatore degli Italian Screens, Roberto Stabile è responsabile delle relazioni internazionali Anica; coordinatore desk audiovisivi di Ice; responsabile progetti speciali e advisor per l'internazionalizzazione della Dgca del Mic presso Cinecittà





The screening of *Ennio* by Giuseppe Tornatore in Bangkok

La proiezione di *Ennio* di Giuseppe Tornatore a Bangkok



La spinta internazionale di Italian Screens

How to promote Italy's films abroad and inform international players about all the incentives to facilitate co-productions and the circulation of Italian titles globally? One sure way is Italian Screens, a series of events created precisely to present the best of Italian cinema abroad and give visibility to its protagonists, an initiative organised by Cinecittà on behalf of the Directorate General for Cinema and Audiovisual (DGCA) within the Ministry of Culture, together with the Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation (MAECI), in collaboration with the Italian Film Academy David di Donatello Awards.

Italian Screens offers an important occasion to build audiences' appreciation of Italy's latest productions and to show local professionals the Italian audiovisual system's incentives encouraging the international distribution of our films and stimulating co-productions. Collaboration with Embassies and Institutes of Culture provides the chance to screen new Italian →

Prosegue il percorso di questa iniziativa itinerante volta a promuovere il cinema italiano all'estero e a rendere noti gli incentivi fiscali a favore della distribuzione in sala e delle coproduzioni. Uno strumento in grado di dare grande impulso alle vendite dei film tricolori nel mondo

di Roberto Stabile

Come promuovere il cinema italiano all'estero e far conoscere agli operatori internazionali tutti gli incentivi per agevolare la coproduzione e la circuitazione in sala dei film tricolori nel mondo? Viene in aiuto Italian Screens, una manifestazione organizzata da Cinecittà per la DGCA del Mic e il Maeci (Ministero Affari Esteri e cooperazione internazionale) in collaborazione con la Accademia del Cinema Italiano Premi David di Donatello, nata con lo scopo di presentare all'estero il meglio del Cinema italiano e farne conoscere i suoi protagonisti. Un'occasione fondamentale per creare un pubblico

in grado di apprezzare le grandi produzioni del momento, ma anche per illustrare agli operatori locali gli strumenti che il sistema audiovisivo italiano offre al fine di incentivare sia la distribuzione dei nostri film all'estero, che le coproduzioni. La collaborazione con le Ambasciate e gli istituti di Cultura permette di proiettare le più recenti produzioni italiane nelle sale commerciali insieme al grande pubblico e ai distributori locali, in un contesto dal profilo istituzionale di alto livello. In tal modo i distributori possono testare l'impatto delle opere sui loro spettatori, e partecipare a momenti di incontro con gli addetti ai lavori



films in commercial cinemas to large audiences of filmgoers together with local distributors, in a very high profile institutional context. This way, distributors can test the titles' impact on their audiences right there and then, while also attending meetings with other professionals to hear about all the measures the Italian government has foreseen to assist the circulation of Italy's movies in foreign theatres: first and foremost the Film Distribution Fund, which has given considerable impetus to the foreign sales of our films in recent years.

A NEVER-ENDING JOURNEY

So which international destinations are coming up? Well Italian Screens was launched in India in October 2022, supported by a major communication campaign, where it ran simultaneously in Delhi, Mumbai, Bangalore and Calcutta. It then went on to enjoy great success in Miami, Atlanta and Los Angeles too, before travelling to San Paolo, Berlin and Bangkok. After a pause for the end of year holiday season, the initiative hits the road again in 2023, with stops including Madrid, Tirana, Beijing and all the major Chinese cities, Bogotà, Buenos Aires and many more locations.

Italian Screens is the concrete embodiment of "Integrated Promotion" and "Cultural Diplomacy", approaches that are often discussed but seldom applied in practice. This project creates systemic collaboration

On the left, Robert Stabile with the Bollywood star Jacqueline Fernandez, who has over 64 million followers on Instagram

A sinistra, Roberto Stabile insieme alla star di Bollywood Jacqueline Fernandez, che ha oltre 64 milioni di follower su Instagram

between the diplomatic and consular network, the prestigious Italian Film Academy David di Donatello Awards, and the excellence of Italy's audiovisual industry, organising ad hoc galas in some of the world's most important and iconic cities.

Furthermore, it represents the first experience of streamlining the global marketing of our industry and is a good example of collaboration between various institutions to internationalise the sector and promote its product. This cooperation means we can reach the different territories in a more structured way, harnessing the support and synergies offered by our diplomatic representations, presenting a fresh, first-class product (the selected films are nominees for that year's David di Donatello awards, Italy's equivalent of the Oscars®) and involving local professionals thanks to Cinecittà's networks. As such, foreign professionals will see Italy presented with a unified logo and a clear, easily identifiable single point of contact. Thus, Italian Screens signals the start of a rationalisation and reorganisation of a complex marketing panorama. This is in the context of a country – namely Italy – that was actually the first to create a powerful film promotion agency (Unitalia Film), many years ago and long before anyone else, just as Italy was home to the first film festival (Venice) and the first film market (MIFED), which then “inspired” other countries to follow suit. 

© courtesy of Italian Screens (7)

per venire a conoscenza di tutti gli strumenti posti in essere dal Governo italiano per supportare la circolazione dei nostri prodotti filmici nelle sale estere, primo fra tutti il Film Distribution Fund che, negli ultimi anni, ha dato un grande impulso alle vendite dei nostri film all'estero.

UN VIAGGIO SENZA LIMITI

Ma qual è il percorso internazionale di questa iniziativa? Italian Screens è stata lanciata a ottobre 2022 in India, supportata da una massiccia campagna di comunicazione, dove si è svolta in contemporanea a Delhi, Mumbai, Bangalore e Calcutta. Ha proseguito con grande successo anche a Miami, Atlanta e Los Angeles, per arrivare poi a San Paolo, Berlino e Bangkok. E, dopo uno stop per le festività di fine anno, ha ripreso il suo viaggio a gennaio per poi continuare per tutto il 2023 tra Madrid, Tirana, Pechino e tutte le principali città cinesi, Bogotà, Buenos Aires e molte altre mete.

Italian Screens concretizza i concetti di “Promozione Integrata” e “Diplomazia Culturale”, tanto spesso citati ma non sempre messi in atto. Questo progetto vede a regime la collaborazione tra la capillare rete diplomatica e consolare, il prestigio dell'Accademia del Cinema Italiano - Premio David di Donatello e le eccellenze dell'industria

audiovisiva nazionale, in occasioni di gala create ad hoc in alcune delle più importanti ed iconiche città del mondo. Inoltre, costituisce una prima esperienza di razionalizzazione della promozione del nostro settore all'estero ed è un esempio virtuoso di collaborazione tra diverse istituzioni al fine di internazionalizzare il comparto e promuovere il prodotto. Questa collaborazione permette di raggiungere i vari territori in maniera più strutturata, avvalendosi del supporto e sinergia delle nostre rappresentanze diplomatiche, contando su un prodotto fresco e di prim'ordine (i film selezionati secondo i candidati dell'anno al Premio David di Donatello), e coinvolgendo i professionisti locali grazie alla rete di Cinecittà. In questo modo, agli occhi degli operatori stranieri l'Italia appare con un solo logo e come interlocutore unico, chiaro e facilmente individuabile. Italian Screens si erge così come il segnale di inizio di un'operazione di razionalizzazione e riordino di una materia complessa, nell'alveo di un Paese, quello italiano, che molti lustri addietro e prima di chiunque altro aveva costituito una potente agenzia di promozione del cinema denominata Unitalia Film che, come nel caso del primo festival (Venezia) e del primo mercato (Mifed), ha “ispirato” altre cinematografie.



From the left, Vincenzo De Luca (Ambassador of Italy to India), Roberto Stabile, Alessandro De Masi (Consul General of Italy in Mumbai) and the Indian actor Kabir Bedi

Da sinistra, Vincenzo De Luca (ambasciatore d'Italia in India), Roberto Stabile, Alessandro De Masi (console generale d'Italia a Mumbai) e l'attore indiano Kabir Bedi



FELLINI's controversial legacy

On the 30th anniversary of the director's death, the President and Artistic Director of the Italian Film Academy David di Donatello Awards, Piera Detassis, reflects on one of Italian cinema's greatest filmmakers. Fellini is more modern today than he was in the past, apocalyptic and never truly integrated, but still outstanding for his kaleidoscopic contradictions as a man and for his lucid, outlandish insights as an artist

by Piera Detassis

In 2020, Federico Fellini would have turned 100 on January 20: the world was preparing to celebrate his unique and unrepeatable genius with a series of events, with Rimini announcing the opening of the Fellini Museum located across three different sites. Then the pandemic brought the planet to a halt, a blanket of social distancing and silence muffled the flow of adoring celebrations we had imagined would be choreographed to the music of Nino Rota.

A cruel twist of fate for one of the greatest auteurs in cinema history. Now, Federico returns to our thoughts for a sadder, but certainly symbolic occasion, given the rapid changes underway in the film industry: on October 31, 2023, it will be 30 years since his death in Rome, the city he helped turn into an universal icon of beauty and monstrosities. In his career he was awarded five Oscars®: in 1957 for *La strada*, in 1958 for *The Nights of Cabiria*, in 1964 for *8 ½*, in 1976 for *Amarcord*, and an Honorary Oscar on March 25, 1993, a few months before he died. Fellini is the only director to have generated a universal adjective: *Felliniesque* or →



Piera Detassis, President & Artistic Director of Accademia del Cinema Italiano - Premi David di Donatello

La controversa eredità di Fellini

La presidente e direttrice artistica dell'Accademia del Cinema Italiano - Premi David di Donatello, Piera Detassis, racconta uno dei più grandi registi del cinema italiano a 30 anni dalla sua scomparsa. Moderno oggi più di ieri, apocalittico e mai davvero integrato, Fellini spicca ancora per le sue caleidoscopiche contraddizioni d'uomo e per la lucida e folle preveggenza d'artista

di Piera Detassis

Federico Fellini avrebbe compiuto cent'anni il 20 gennaio del 2020: il mondo intero si preparava a festeggiare con una costellazione di eventi il suo genio unico e irripetibile, Rimini annunciava l'inaugurazione del Museo diffuso (tre location diverse) a lui dedicato. Poi la pandemia ha fermato il pianeta, una coltre di distanziamento e silenzio ha smorzato il flusso di celebrazioni amorose che avevamo immaginato tutte coreografate sulle musiche di Nino Rota.

Destino beffardo per uno dei massimi autori della storia del cinema: ritorniamo a Federico, a distanza ravvicinata, per un anniversario più malinconico, ma certo simbolico visti i cambiamenti rapidi in corso nell'universo cinema, il trentennale della sua scomparsa avvenuta il 31 ottobre 1993 a Roma, la città che ha contribuito a rendere icona universale di bellezza e di spaventi. Fellini - cinque premi Oscar, nel 1957 per *La strada*, nel 1958 per *Le notti di Cabiria*, nel 1964 per *8 ½*, nel 1976 per *Amarcord*, e nel 1993, il 25 marzo, pochi mesi prima di morire, quello alla carriera - è il solo ad aver generato un aggettivo universale: *felliniesque* e *fellinesque*, dipende dagli



Marcello Mastroianni in *8½*

Fellinesque, depending on usage. He is also one of the very few to have seen the titles of his films enter into common usage and customs, referred to in Italian, *La dolce vita*, *I vitelloni* and of course *Amarcord*, a catchword for every kind of melancholy, every nostalgia, for every mist veiling the vast plain of memories: “*Amarcord*, in Romagna dialect, ‘mi ricordo’, I remember it well”.

No one personified the Italian erotic dream of the provinces as he did, with the ocean liner Rex looming over the seafront, bumping into the exaggerated, buxom forms of well-built ladies: the tobacconist, the prostitute Saraghina and the many characters played by Sandra Milo (for Fellini, “Sandrocchia”). What other director could have proliferated the overcrowded harems in Marcello Mastroianni’s fantasies in *8½*, pretending to be amused with that sweet little voice of his? Or make us re-live the lewd jeers of curtain raiser performers, circus sketches, rough-and-ready working-class buffoonery that turned into fairy tales of rags and stardust in his hands.

Moreover, the rising philosophy of the “Society of the Spectacle” could already be seen in the appearance of Alberto Sordi, a photo-novel star with a turban and scimitar on the swing in *The White Sheik* and (neo) realism started to turn more oneiric. While even earlier, in *The Lights of Variety*, directed with Alberto Lattuada, Federico weaved his camera through the legs of the line dancers with cynical elegance in a merciless glimpse behind the scenes of

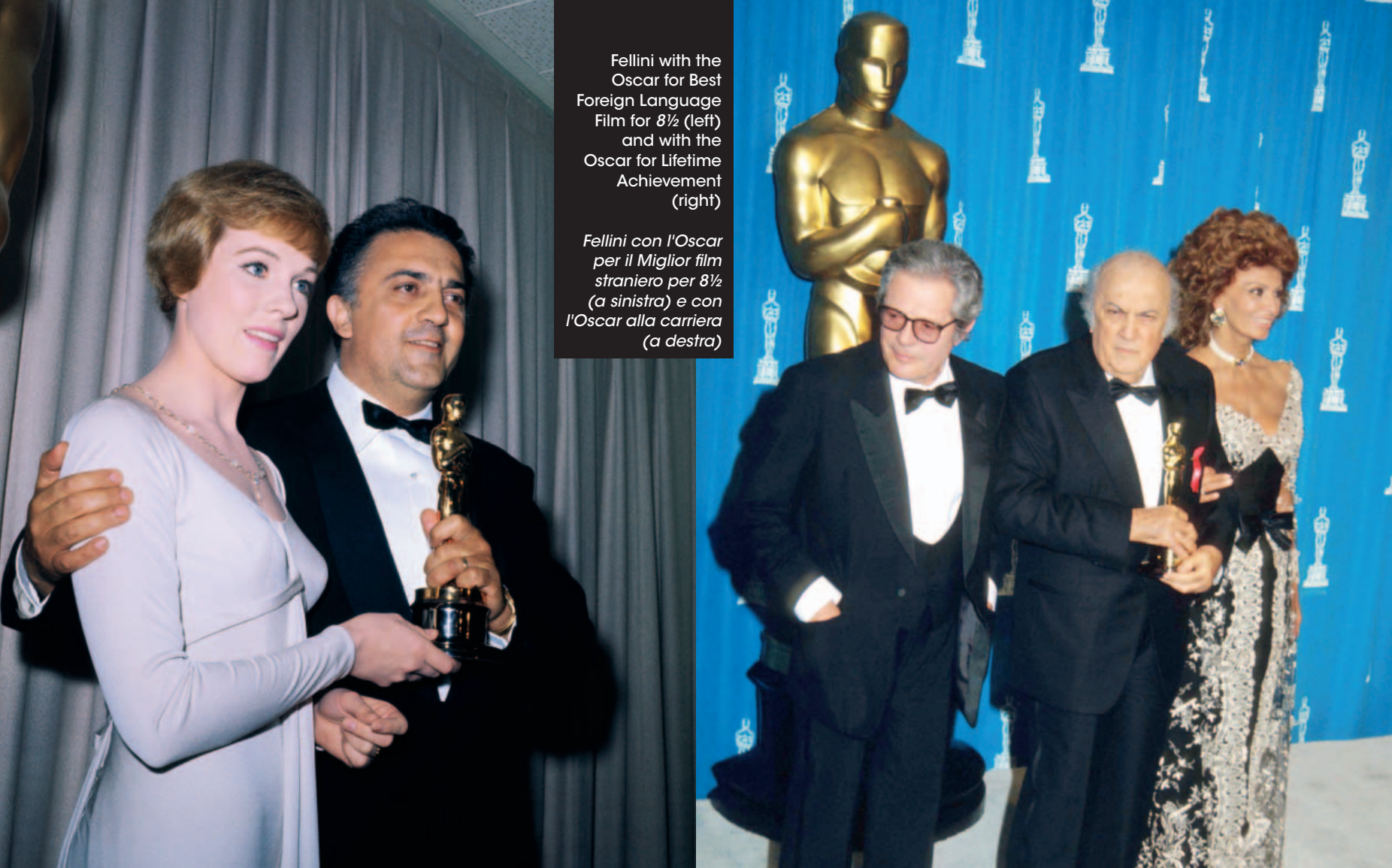
showbiz. And in spite of it all, the undisciplined, scandalous, bizarre Fellini is in the pantheon of greats for having made Pope Francis’ favourite film, the one he’s watched and praised the most, *La strada*. The director who loved counterpointing sumptuous ecclesiastical cassocks on the catwalk with Trimalchios from Ancient Rome would have been enthusiastic.

Cartoonist, illustrator, caricaturist and then screenwriter for Roberto Rossellini, Pietro Germi and Mario Monicelli before becoming Fellini ‘in his own right’, today he is remembered for that last piece of tender advice, given so publicly from the stage of the Oscars when receiving his honorary statuette, urging his lifelong wife Giulietta Masina: “*And... Giulietta, please stop crying*”. So, we tend to forget how provocation and scandal were faithful companions throughout his career, especially when Rome became the natural set for every extravagance, the Trevi Fountain violated by the statuesque beauty of Anita Ekberg in an evening dress, bare legged with a cat on her head, watched by a complicit and dissolute Marcello Mastroianni. The director gave rise to the myths of Via Veneto and the Paparazzi, not a trifling matter in Italy’s history, and when *La dolce vita* was released in 1960 it was subject to such violent attacks from conservatives and Catholics that we risked never having another film by Fellini.

We can say everything about Fellini, and it has all already been said, but perhaps there has not been suffi- →

usi. È anche fra i pochissimi ad aver visto i titoli dei suoi film entrare nell’uso comune e nel costume, pronunciati in italiano, *La dolce vita*, *I vitelloni* e naturalmente *Amarcord* che vale per ogni malinconia, per ogni nostalgia, per ogni nebbia sulla pianura vasta dei ricordi: “*Amarcord*, in dialetto romagnolo, “mi ricordo”, I remember it well”.

Nessuno come lui ha incarnato il sogno erotico italiano, quello della provincia che vede profilarsi il Rex sul lungomare e s’incaglia nelle forme prosperose, esagerate delle signore sempre generose, la tabaccaia, la Saraghina, le multiple Sandra Milo-Sandrocchia. Quale altro autore, fingendosi svagato con quella sua vocina soave, avrebbe potuto far proliferare gli harem sovraffollati delle fantasie di Marcello Mastroianni in *8½* e farci rivivere lo sberleffo salace dell’avanspettacolo e del Circo, buffonerie popolari e grezze diventate in mano sua fiabe di stracci e polvere di stelle. Di più, la nascente filosofia della “società dello spettacolo” era già tutta nell’apparizione di Alberto Sordi star del fotoromanzo con turbante e scimitarra sull’altalena de *Lo sceicco bianco* e il (neo) realismo comincia a fondersi nell’onirico, mentre ancora prima, in *Luci del varietà* diretto con Lattuada, Federico s’infilava con garbo cinico tra le gambe delle ballerine



Fellini with the Oscar for Best Foreign Language Film for *8½* (left) and with the Oscar for Lifetime Achievement (right)

Fellini con l'Oscar per il Miglior film straniero per *8½* (a sinistra) e con l'Oscar alla carriera (a destra)

di fila, nel dietro le quinte impietoso dello showbiz. E nonostante tutto, l'indisciplinato, scandaloso, bizzarro Fellini è nel pantheon del sacro per aver firmato il film del cuore di Papa Francesco, quello più visto e lodato dal pontefice, *La strada*. Il regista che amava mescolare sontuose vesti talari in passerella con trimalcioni dell'antica Roma, ne sarebbe stato entusiasta. Fumettista, illustratore, caricaturista e poi sceneggiatore per Rossellini, Germi e Monicelli prima di diventare Fellini in proprio, oggi lo si ricorda per quell'ultima raccomandazione, teneramente pubblica, rivolta a Masina, partner di sempre: «E... *Giulietta, please don't cry*», pronunciata dal palco dell'Oscar alla carriera. E si tende così a dimenticare quanto la provocazione, lo scandalo siano stati compagni fedeli del suo lavoro, specialmente quando in *La dolce vita* Roma diventa il set naturale di ogni stravaganza, la Fontana di Trevi è violata dalla bellezza statuaria di Anita Ekberg in abito da sera, gambe nube e gattino in testa sotto lo sguardo complice e dissipato di Marcello Mastroianni. Con lui nascono il mito di Via Veneto e quello dei Papparazzi, non è cosa da poco nella Storia d'Italia, e il film all'uscita nel 1960 fu oggetto di tali violenti attacchi conservatori e cattolici che abbiamo corso il rischio di non avere più un

solo film di Fellini. Dunque possiamo dire tutto di Fellini, e tutto è già stato detto, ma forse non si è abbastanza sottolineato quanto l'autore mansueto e sognante all'apparenza, fosse totalmente immerso nella realtà, fino a soffrirne. E questo nonostante abbia coltivato tenacemente l'idea di un cinema assoluto che non aveva l'ambizione dell'impegno, bensì quella della voluttà onirica e visionaria. A far chiarezza è stato Ettore Scola, uno dei pilastri della commedia italiana, uomo di impegno e di sinistra, affermando a sorpresa che Fellini era «il regista più politico fra tutti noi». La conferma arriva nel 1979, quando Federico, nel vivo degli anni di piombo italiani, un anno dopo il sequestro e l'uccisione di Aldo Moro da parte delle Brigate Rosse, gira *Prova d'orchestra*, uno dei film che, scansato persino l'alibi della grande metafora, ha maggiormente disturbato e scorticato potere e opposizioni, a destra e a sinistra, facendo arrabbiare insieme Pietro Ingrao, responsabile dell'allora Partito Comunista, e il presidente della onnipotente Rai, che interpretarono l'opera come un invito all'autoritarismo e all'ordine. La verità è che l'ormai incurabile pessimismo di Fellini in quel film interpreta con sguardo d'artista le fragilità e le contraddizioni degli inquieti

anni Settanta. È un tempo difficile in cui, con l'età e le difficoltà produttive che avanzano, qualcosa comincia a scricchiolare nel sognante Federico; con *Prova d'orchestra* la sua accorta navigazione s'avvicina all'iceberg, suona l'allarme, affiorano in superficie rivolte e rabbia personali, narrate sempre in contropiede. A dire il vero, ci aveva già pensato il femminismo a trascinarlo nel dibattito politico da lui sempre schivato con astuzia e questo grazie al mensile *Effe*, rivista del primo movimento delle donne e all'insidiosa rubrica "Un antifemminista al mese" firmata da Adele Cambria a lui dedicata nel numero di dicembre 1973. Motivo dello scontro, *Amarcord* e *8½*: «melanconici stereotipi felliniani della madre, della moglie, della fidanzata e della puttana, un segno di arretratezza culturale». Fellini reagì a modo suo, beffardo, invitando Cambria a scrivere «cinque paginette di elogio della vagina» per il suo nuovo film *La città delle donne*, dove l'harem è un animato convegno femminista. Dispettoso, faceto, insaziabile di provocazioni erotiche anche nella vita, tra fedeltà e trasgressioni tutte ancorate nella cultura cattolica e raccolte nel cruciale *Libro dei sogni*, imponente testimonianza della complessa elaborazione onirica del maschio italiano,

cient emphasis on how, despite the docile appearance of a dreamer, he was totally immersed in reality, to the point of suffering for it. And this was even though he had stubbornly cultivated the idea of an absolute cinema, with no ambition for social commitment but rather for purely oneiric and visionary pleasure. One of the founders of Italian-style comedy, Ettore Scola, a socialist and a committed man, clarified matters when he made the surprise claim that Fellini was “the most political director of all of us”.

This was confirmed in 1979, in the midst of Italy’s terrorism ‘years of lead’ and a year after Aldo Moro was kidnapped and murdered by the Red Brigades, when Federico shot *Orchestra Rehearsal*. It even forwent the alibi of a great metaphor and was one of his films to cause most upset and anger among those in power and the opposition alike, right and left, generating the ire of both the then-head of the Communist Party, Pietro Ingrao, and the President of the all-powerful broadcaster RAI, who interpreted the work as an invitation to authoritarianism and order. The truth is, in that film Fellini’s incurable pessimism uses an artist’s perspective to interpret the fragilities and contradictions of the troubling 1970s. It is a difficult time, what with his age and production problems, and the dreamer Federico starts to show signs of strain. *Orchestra Rehearsal* led his cautious navigation close to the iceberg, the alarm sounds, mutinies and personal angers bob to the surface, always narrated on the backfoot.

To be honest, feminism had already dragged him into the political debate he had hitherto always cleverly avoided. This was thanks to the first women’s movement monthly magazine *Effe*, and its insidious column *An anti-feminist a month*, written by Adele Cambria, which dedicated its December 1973 issue to the director. Why? *Amarcord* and *8 ½*: “Melancholic Felliniesque stereotypes of the mother, the girlfriend and the whore, a sign of cultural backwardness”. Fellini reacted in his own sardonic way, inviting Cambria to write “five pages with an eulogy to the vagina” for his new film *City of Women*, where the harem took the form of a vivacious feminist conference. Spiteful, facetious, in-



Amarcord

satiable for erotic provocations even in life, between loyalty and transgression all anchored in the Catholic culture and collected in the crucial *Book of Dreams*, an imposing testimony to the complex oneiric elaboration of the Italian male, in a precarious balance between two identities. A vital text for exploring the deep roots of our patriarchal society through the *Felliniesque* imagination. The final Fellini is the most melancholic and much angrier towards a society that is distant and seems to be rejecting him. But this was also when he made *Orchestra Rehearsal* and *Ginger and Fred*, giving cinema history two pivotal, long undervalued works. The public revolt, the act of rebellion set within the artform and its rights, exploded with an

article published in the *Europeo* on December 7, 1985. It was a few days before the release of *Ginger and Fred* and in the *Prima Pagina* column, the director railed against commercial TV stations (Ed: owned by Silvio Berlusconi), guilty of interrupting films with adverts. A few weeks later, on January 10, 1986, the Italians could see *Ginger and Fred* in cinemas, with its opening shot of Termini station teaming with passengers, dominated by an enormous, suspended pig’s trotter branded Cavalier Lambertoni (in the screenplay it was Lambrusconi, a blatant reference to Berlusconi, avoided at the last minute).

And this was the breaking point, the explosion of disquiet that turned his slogan “You don’t interrupt an emo-



Federico Fellini and Giulietta Masina during the filming of *Ginger and Fred*

Federico Fellini e Giulietta Masina sul set di *Ginger e Fred*




La strada

tion” into a political and referendum campaign against TV ads, with Fininvest and the stars of commercial television stations lined up against him. All characters Fellini amasses in the apocalyptic TV transmission of *Ginger and Fred*, without pulling any punches: artists, transsexuals and clapped out dancers start the media massacre within an infinite tracking shot of stinking, smoking bags of rubbish piled up in the streets, overlooked by the unheeded call for a “clean Rome” in a funeral procession of vulgar, tacky advertising hoardings, cooking shows, quizzes, impersonators, the usual suspects who were the precursors of the reality format.

Another dream world, but this time without the touch of nostalgia and so the nightmare reigns, a no-holds-barred vision of the future. It was already la-

in precario equilibrio fra due identità. Un testo fondamentale per indagare attraverso l’immaginario *fellinesque* le radici fonde della nostra cultura patriarcale.

L’ultimo Fellini è il più malinconico e più rabbioso verso una società che si allontana e sembra respingerlo, ma è anche l’autore che con *Prova d’Orchestra* e *Ginger e Fred* regala alla storia del cinema due opere capitali a lungo sottovalutate. La rivolta pubblica, l’atto di ribellione tutto interno all’arte e ai suoi diritti, arriva deflagrante con un articolo pubblicato sull’*Europeo* il 7 dicembre 1985. Mancano pochi giorni all’uscita di *Ginger e Fred* e nella rubrica *Prima Pagina* il regista spara duro contro le tv commerciali (di Berlusconi, ndr) colpevoli di interrompere i film con gli spot pubblicitari. Poche

tent in the slovenly, working-class culture in the sewers of *Satyricon*, and in the infernal traffic among the corrupted digs and archaeological discoveries of *Roma*, a masterpiece from 1972 that is current history even before prophecy. More modern today than he was in the past, apocalyptic and never truly integrated, Fellini should be celebrated in these times for his kaleidoscopic contradictions as a man and for his lucid, outlandish insights as an artist. 

settimane dopo, il 10 gennaio 1986, gli italiani scoprono in sala *Ginger e Fred*, che si apre con l’inquadratura della stazione Termini brulicante di passeggeri e dominata dallo zampone gigante del Cavalier Lambertoni (in sceneggiatura era Lambrusconi, riferimento lampante a Berlusconi evitato all’ultimo minuto) e fu il punto di rottura, l’esplosione di un disagio che trasformò il suo slogan «Non si interrompe un’emozione» in campagna politica e referendaria contro gli spot pubblicitari, con la Fininvest e le star delle tv commerciali in prima fila dalla parte della difesa. Tutti protagonisti che, senza soave cortesia, Fellini ammassa nell’apocalittica trasmissione Tv di *Ginger e Fred*: artisti, trans e ballerine in disarmo si avviano al massacro mediatico tra un carosello infinito di sacchi della monnezza maleodoranti e fumiganti, strade ingombre dove campeggia il monito inascoltato “Roma pulita” in un funebre susseguirsi di cartelloni pubblicitari scosciati e volgari, programmi di cuochi, quiz, sosia, soliti ignoti antesignani dei reality. Un sogno, ancora una volta, ma stavolta manca la carezza della nostalgia, impera l’incubo, una visione del futuro che non lascia scampo. E che già covava nel caos negletto, popolare, delle cloache di *Satyricon* e nel traffico infernale, tra gli scavi infetti e le scoperte archeologiche di *Roma*, capolavoro del 1972 che è storia attuale prima ancora che profezia. Moderno oggi più di ieri, apocalittico e mai davvero integrato, Fellini va celebrato in questi tempi difficili per le sue caleidoscopiche contraddizioni d’uomo e per la lucida e folle preveggenza d’artista.

CINECITTÀ, heading for a sell-out 2023

Technological innovation, a net zero emission target, a rebranding and new communication campaign: 2022 saw Cinecittà cranking up a gear. The sound stages on Rome's Via Tuscolana are back to full occupation and are already sold out for the entire first half of 2023, hosting some of the most important national and international productions being made, from works by Angelina Jolie to Nanni Moretti, Charlize Theron to Pierfrancesco Favino

by Ilaria Ravarino


The T18 Virtual Production Stage is home to Europe's largest LED wall

Il T18 Virtual Productions Stage è la sede del più grande schermo ledwall d'Europa

International films, Italian productions, TV series. The studios at Cinecittà ended 2022 a full capacity, after year hosting productions such as *Without Blood* by Angelina Jolie starring Salma Hayek and Demián Bichir, *Book Club 2* by Bill Holderman with Diane Keaton, Jane Fonda and Giancarlo Giannini, *Conclave* by Edward Berger with Ralph Fiennes and Stanley Tucci and *The Old Guard 2* by Victoria Mahoney starring Uma Thurman and Charlize Theron. Italian productions included *Il sol dell'avvenire* by Nanni Moretti with Mathieu Amalric and Margherita Buy, *Finalmente l'alba* by Saverio Costanzo starring Lily James and Willem Dafoe, *The Commander* by Edoardo De Angelis with Pierfrancesco Favino, the directorial debut of Paola Cortellesi, the new film by Pietro Castellitto and the series *M*, *Domina 2* and *The Bad Guy*.

And the sell-out trend of 2022 continues into the first half of 2023, with the 19 sound stages fully occupied and an average of 2,500 people entering Cinecittà every day. Last year's revitalisation also included the company's rebranding, with a 'rejuvenated' logo, a new colour palette →





Cinecittà, verso il 2023 nel segno della piena occupazione

Innovazione tecnologica, obiettivo zero emissioni, rebranding, nuova campagna di comunicazione: il 2022 è stato l'anno della ripartenza per Cinecittà, che ha visto avvicinarsi negli studi di via Tuscolana, tornati a piena occupazione e sold out per tutto il primo semestre 2023, alcune tra le più importanti produzioni nazionali e internazionali, da Angelina Jolie a Nanni Moretti, da Charlize Theron a Pierfrancesco Favino

di Ilaria Ravarino

Film internazionali, pellicole italiane, serie Tv. Si è chiuso un 2022 da tutto esaurito per gli studi di Cinecittà, dove nel corso dell'anno si sono avvicinate produzioni come *Without Blood* di Angelina Jolie con Salma Hayek e Demián Bichir, *Book Club 2* di Bill Holderman con Diane Keaton, Jane Fonda e Giancarlo Giannini, *Il conclave* di Edward Berger con Ralph Fiennes e Stanley Tucci, *The Old Guard 2* di Victoria Mahoney con Uma Thurman e Charlize Theron, e ancora *Il sol dell'avvenire* di Nanni Moretti con Mathieu Amalric e Margherita Buy, *Finalmente l'alba* di Saverio Costanzo con Lily James e

Willem Dafoe, *Comandante* di Edoardo De Angelis con Pierfrancesco Favino, l'opera prima di Paola Cortellesi, il nuovo film di Pietro Castellitto e le serie *M*, *Domina 2* e *The Bad Guy*. E il sold out del 2022 è confermato anche per il primo semestre del 2023, con i 19 teatri di posa a piena occupazione e una media di ingresso a Cinecittà di circa 2.500 persone: un risascimento celebrato, durante l'anno appena trascorso, anche dal "rebranding" dell'azienda, con il logo "ringiovanito", un colore e un font nuovo e una campagna di comunicazione che punta a trasmettere l'immagine di una Cinecittà

che mira con decisione al futuro senza rinnegare la gloriosa e iconica tradizione di casa del cinema italiano. Notevoli i passi in avanti compiuti nel campo della sostenibilità, con l'obiettivo delle zero emissioni prima del 2050: nel 2022 si è concluso il calcolo delle emissioni degli studi di via Tuscolana, propedeutico per l'implementazione di un piano di decarbonizzazione che prevede una prima fase "green", con il passaggio alla fornitura di energia 100% rinnovabile, il bando della plastica, la redazione di standard ecologici per le produzioni e l'organizzazione di eventi a ridotto impatto e carbon neutral; una seconda



and font, and a communication campaign transmitting the image of a Cinecittà firmly focused on the future, without forsaking its glorious and iconic tradition as the home of Italian cinema.

Much progress has been made in the sphere of sustainability, with the aim of reaching net zero emissions by 2050. Indeed, the calculation of the emissions of the studios on Via Tuscolana was completed in 2022 to prepare for the implementation

of a three-phase decarbonisation plan. The first “green” step is to move to the supply of energy from 100% renewable sources, abolishing plastic, drafting sustainability guidelines for productions and organising low emission/carbon neutral events. The second “transition and circularity” phase

comprises digital transformation, the recycling and reuse of sets, self-generation of electricity and sustainable mobility. While the third and final step involves a veritable “regeneration”, with a system of synergetic vegetable plots, re-generative architecture and projects of environmental regeneration.

What’s more, in 2023 Cinecittà will join the Science Based Target Initiative, a project promoted by the UN Global Compact (UNGC), the World Resources Institute (WRI), the Carbon Disclosure Project (CDP) and the World Wildlife Fund (WWF), where industries propose targets defined on the basis of both science and their sector experiences, which are then ratified by the scientific community and used as benchmarks to guide the decarbonisation process, as set out in the Paris Agreement on climate.

Equally important is the technological upgrade underway, including the creation of the new T18 smart stage, one of the biggest in Europe, with a giant LED wall able to recreate any kind of digital location in extremely high definition, used for the first time last year on Angelina Jolie’s film *Without Blood*. It is a huge, semi-circular structure: 25 metres wide, 52m long, 8m high and 18m deep, for a total screen area of 412m² and a resolution of 18K. It took



around two months to install and above it is an entirely mechanised LED ceiling of 417m² to control the lighting and reflections. The whole thing 'rests' on a 25m revolving platform, allowing sets to be repositioned quickly.

As set out in the 2023 industrial plan,

getting Cinecittà's accounts back into the black is a concrete aim, and one that can benefit from the company's renewed relationship with the big audiovisual players. An example is the strategic contract with Fremantle in place from 2022 involving the continual rental of six sound stages at

Cinecittà for five years, to make films and TV series. And there are also the new deals with Lumina Studios to provide another four stages in North Rome to use while additional studios are being built. In fact, in 2023, five new sound stages will be created within the existing footprint of Cinecittà, as part of the objectives set within Italy's National Plan for Recovery and Resilience (NRRP), which will be allocating 260 million euros of investment by 2026. The first sound stage planned will cover 3,500m² and together, these five studios will almost double the site's production capacity, from 18,000 m² to 30,000 m².

In addition to the current site covering around 40 hectares, there will also be a new space of 31 hectares, purchased thanks to a pre-agreement with Cassa depositi e prestiti. This land will be used to locate eight new sound stages over 15 hectares, while the remaining 16 will be used as backlots for open air sets. The contracts will be awarded by tender process by June 2023 and, as the CEO of Cinecittà Nicola Maccanico, says, "Having a larger Cinecittà will enable us to work on even bigger films and establish other framework contracts".

IC



fase di "transizione e circolarità", attraverso trasformazione digitale, recupero e riuso delle scenografie, autoproduzione di energia e mobilità sostenibile, per approdare infine alla "rigenerazione" vera e propria, con un sistema di orti sinergici, architettura rigenerativa e progetti di rigenerazione ambientale. Nel corso del 2023, inoltre, Cinecittà aderirà alla "Science Based Target Initiative", un partenariato promosso dallo UN Global compact (UNGC), dal World Resources Institute (WRI), dal Carbon Disclosure Project (CDP) e dal World Wildlife Fund (WWF), che rappresenta lo standard Internazionale di riferimento per guidare la decarbonizzazione in linea con la scienza e con l'Accordo di Parigi. Importante anche la spinta al rinnovamento tecnologico, con la costruzione del T18, uno smart stage tra i più grandi d'Europa, con ledwall per ricreare ogni tipo di ambiente digitale ad altissima definizione - inaugurato proprio l'anno scorso da *Without Blood* di Angelina Jolie. La

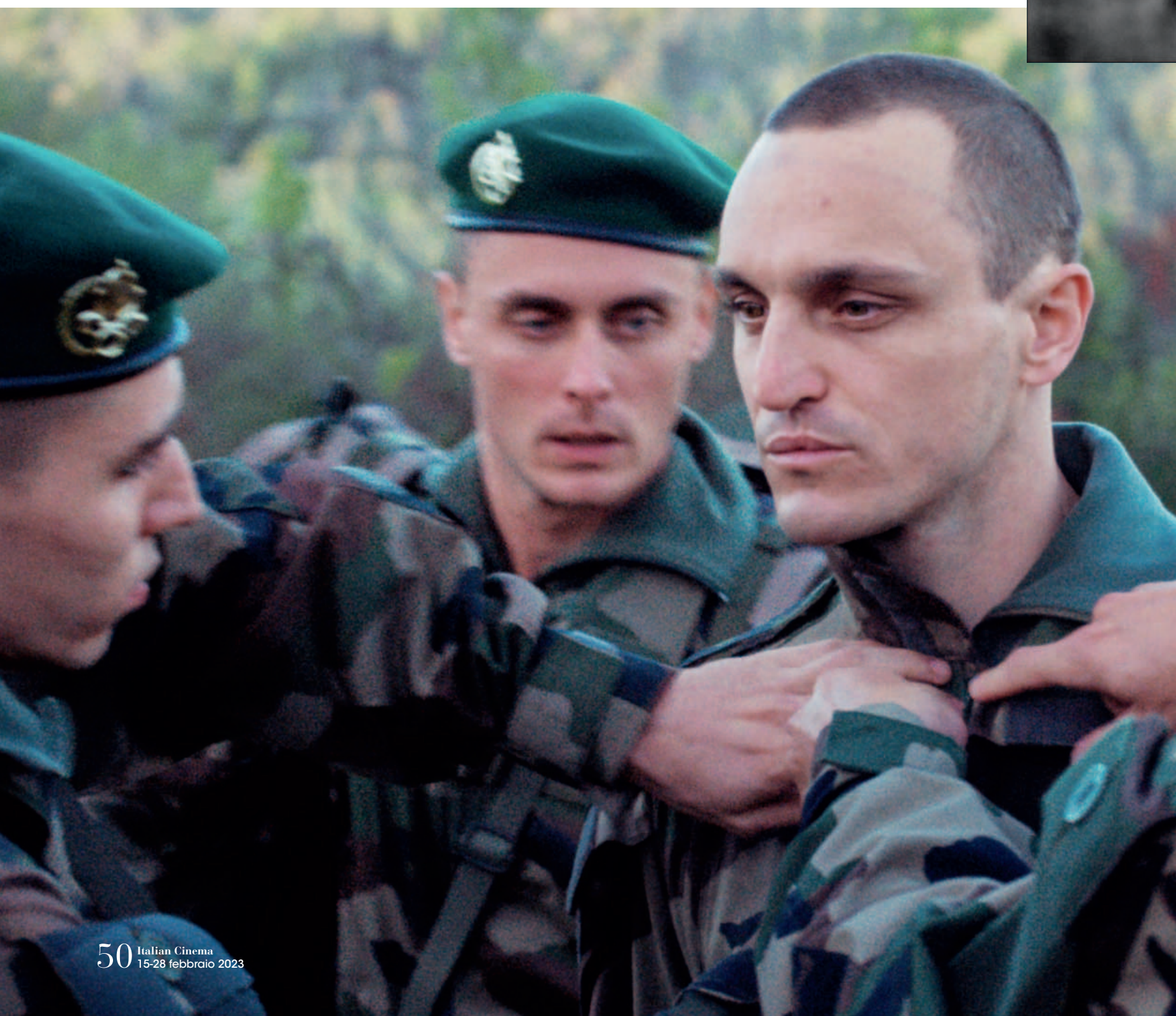
sua forma è quella di un semicerchio, le dimensioni imponenti: 25 metri di larghezza, 52 di lunghezza, 8 di altezza e 18 di profondità, per un'area dello schermo di 412 metri quadrati e una risoluzione di 18K. Assemblato in circa due mesi, il suo schermo è sormontato da un soffitto a led di 417 metri quadrati - interamente motorizzato, per il controllo dell'illuminazione e dei riflessi - e si "appoggia" su una piattaforma girevole da 25 metri, che consente il rapido riposizionamento dei set. Concreto, alla luce delle profonde innovazioni messe in atto, l'obiettivo di un ritorno all'utile per i bilanci di Cinecittà, traguardo fissato dal piano industriale per il 2023 e favorito anche dal rinnovato rapporto dell'azienda con i grandi player dell'audiovisivo. Del 2022 è il contratto strategico con Fremantle, che prevede l'affitto continuativo di 6 teatri di posa di Cinecittà per cinque anni, per film e serie Tv, e i nuovi accordi con i Lumina Studios per quattro teatri a Roma Nord, per il periodo che servirà

alla realizzazione dei nuovi teatri di posa. Legato al raggiungimento degli obiettivi del PNRR, che prevede investimenti per 260 milioni di euro entro il 2026, il futuro di Cinecittà scommetterà nel 2023 anche sull'ampliamento degli studi stessi, con cinque nuovi teatri di posa (il primo in programma sarà da 3.500 mq, il più grande di Cinecittà) da costruire nell'area esistente - che passerebbe così da 18mila a 30mila metri quadrati di capacità produttiva. All'area attuale di circa 40 ettari si aggiungerà inoltre un nuovo spazio, un terreno di 31 ettari acquisito grazie a un pre-accordo con Cassa depositi e prestiti: qui verranno costruiti 8 nuovi teatri di posa su 15 ettari, mentre i restanti 16 saranno destinati alle scenografie all'aperto, il cosiddetto backlot. Entro giugno 2023 saranno assegnate le gare e, come dichiarato dall'amministratore delegato di Cinecittà, Nicola Maccanico, «avere una Cinecittà più grande consentirà di lavorare su film ancora più grandi e ricercare ulteriori accordi quadro».

Berlinale

All the italians at the FESTIVAL

A film in competition (the first feature by Giacomo Abbruzzese, *Disco Boy*), then Mario Martone with a documentary about Massimo Troisi, and Pierfrancesco Favino in the thriller *The Last Night of Amore*. And more besides. Here are all the Italian productions being presented at the Berlin Film Festival





The director Giacomo Abbruzzese

The director and photographer in his forties from Taranto, Giacomo Abbruzzese, previously nominated for the César awards in 2022 for the short film *America*, takes Italy into the main competition at the 73rd Berlinale, running from February 16 - 26 in Berlin. *Disco Boy* marks Abbruzzese's feature film debut and is co-produced by the Italian company Dugong Films (which has been behind all his works for 10 years). The story is about a young man (played by German actor Franz Rogowski) who decides to join the French Foreign Legion. The film is Italy's only title in the official competition. Whereas

there are two Italian works in the Berlinale Special section: the first is a documentary about Massimo Troisi, *Laggiù qualcuno mi ama*, by Mario Martone, a journey in the actor and director's world of film, through interviews with friends, colleagues and critics. The second is *The Last Night of Amore*, a crime thriller directed by actor and director Andrea Di Stefano (his third film behind the camera, after *Escobar* and *The Informer*), starring Pierfrancesco Favino.

Meanwhile, the Encounters programme sees RAI Cinema presenting *The Walls of Bergamo*, a documentary about the pandemic in Lombardy by Sicilian director Stefano Savona (a multi-award winner for the documentary *Samouni Road*), while Berlin's Generation Kplus section features RAI Cinema again with the fairy tale *The Properties of Metals* marking Antonio Bigini's directorial debut. And Italy will be present in the newly created Berlinale Series sidebar with *The Good Mothers*, a story of the 'Ndrangheta criminal organisation told entirely from the perspective of women who dared challenge it, starring Micaela Ramazzotti and co-directed by 42-year-old director from Rome, Elisa Amoruso. After its Berlin screening, the series will be available on Disney+. (ir)



Two images of *Disco Boy*
Due immagini di *Disco Boy*





Pierfrancesco Favino in *The Last Night of Amore* (*L'ultima notte di Amore*)

Tutti gli italiani al FESTIVAL

Un film in Concorso (ossia l'opera prima di Giacomo Abbruzzese *Disco Boy*), poi Mario Martone con un documentario su Massimo Troisi, e ancora Pierfrancesco Favino nel thriller *L'ultima notte di Amore*. Ma non solo. Ecco tutte le produzioni italiane che saranno presentate al Festival di Berlino

Regista e fotografo tarantino, già candidato nel 2022 ai premi César con il cortometraggio *America*, il 40enne Giacomo Abbruzzese porta l'Italia in Concorso alla 73ª edizione della Berlinale, in programma dal 16 al 26 febbraio a Berlino. Coprodotto dall'italiana Dugong Films (da dieci anni dietro tutti i suoi lavori), *Disco Boy* è l'esordio nel lungometraggio di Abbruzzese. Al centro, la storia di un giovane (interpretato dall'attore tedesco Franz Rogowski) che decide di arruolarsi nella legione straniera francese. È l'unico titolo italiano nella competizione ufficiale. Due, invece, gli

italiani nella sezione Berlinale Special: il primo è il documentario su Massimo Troisi *Laggiù qualcuno mi ama* di Mario Martone, viaggio nell'universo cinematografico dell'attore e regista campano realizzato attraverso le interviste ad amici, colleghi e critici; il secondo è il thriller poliziesco *L'ultima notte di Amore*, diretto dall'attore e regista Andrea Di Stefano (al suo terzo film dietro la macchina da presa dopo *Escobar* e *The Informer*), con Pierfrancesco Favino. Nella sezione Encounters, Rai Cinema porta il documentario sulla pandemia in Lombardia *Le mura di Bergamo* del

palermitano Stefano Savona, documentarista pluripremiato con *La strada dei Samouni*, mentre in Generation Kplus è sempre Rai Cinema a presentare la fiaba e opera prima *Le proprietà dei metalli*, di Antonio Bigini. Allargandosi infine alla neonata Berlinale Series, sezione dedicata alla serialità, dall'Italia arriva *The Good Mothers*, racconto dell'Ndrangheta interamente dal punto di vista delle donne che hanno osato sfidarla, con Micaela Ramazzotti, co-diretta dalla 42enne romana Elisa Amoroso che, dopo il passaggio a Berlino, sarà rilasciata su Disney+. **(ir)**



Mario Martone, director of the documentary *Laggiù qualcuno mi ama*

Mario Martone, regista del documentario *Laggiù qualcuno mi ama*

Italian Cinema

the best of the audiovisual industry
Italian just a click away,
in distribution in the main ones
International Markets



Download on **iOS** and **Android** stores
from all over the world the digital edition
of the magazine



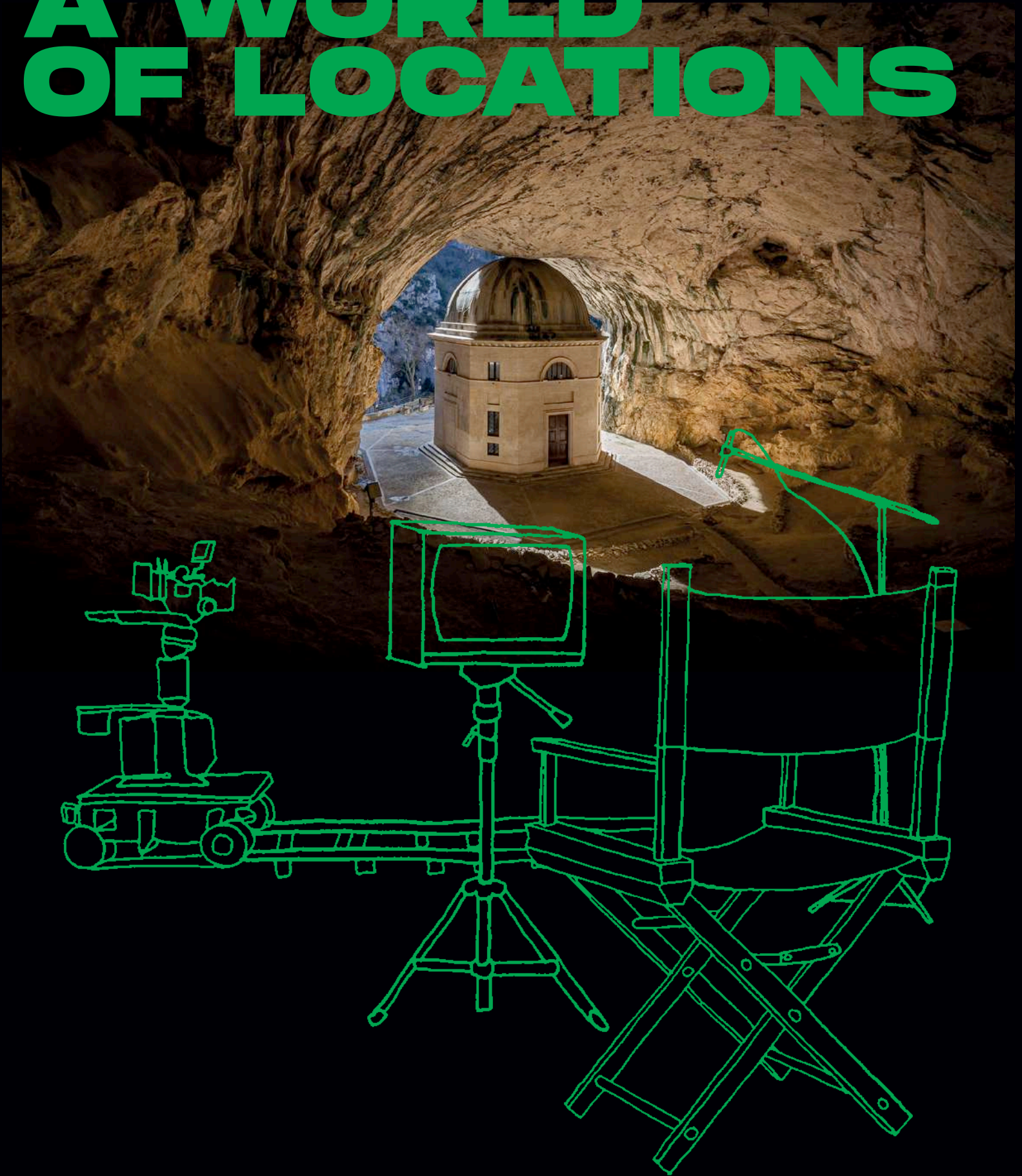
The Italian actress Gina Lollobrigida and the American actor Rock Hudson in Santa Margherita Ligure, Italy (1960), for the shooting of *Come Settembre*

L'attrice italiana Gina Lollobrigida e l'attore americano Rock Hudson a Santa Margherita Ligure in Italia (1960) per le riprese di Torna a Settembre



© Gettyimages

MARCHE A WORLD OF LOCATIONS





CINECITTÀ

CINECITTÀ

STAGE YOUR CHALLENGE

cinecitta.com