

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

# BOXOFFICE

www.e-duesse.it

ANNO XXVII - N. 9 - 15-30 luglio 2023

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



## HUNGER GAMES

LA BALLATA  
DELL'USIGNOLO E DEL SERPENTE

DAL 22 NOVEMBRE  
#SOLOALCINEMA



NOTORIOUS

LIONSGATE

© 2023 Lions Gate Inc. All Rights Reserved.

WHY NOT PRODUCTIONS PRESENTA

MAÏWENN

JOHNNY DEPP



FESTIVAL DI CANNES  
FILM D'APERTURA  
SELEZIONE UFFICIALE 2023

JEANNE  
*du*  
BARRY  
LA FAVORITA DEL RE

UN FILM DI  
MAÏWENN

DAL 30 AGOSTO #SOLOALCINEMA

© 2023 MAÏWENN PRODUCTIONS



2cinéma

3cinéma

france-tv

FRANCE 2

globe

NETFLIX

CHANEL

ESIM.2

© 2023 WHY NOT PRODUCTIONS - FRANCE 2 CINÉMA - FRANCE 3 CINÉMA - LA PETITE RENÉE - POPULA PRODUCTIONS

CANAL+

Le Pacte

ARTE

igdl

centrosat

cpb

20th

ARTE

NOTORIOUS



IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

# BOXOFFICE

www.e-duedesse.it

ANNO XXVII - N. 9 - 15-30 luglio 2023



## ANALISI

Blockbuster, quali e quanti ne servono?

## SCENARI

Allarme ricambio generazionale

## RICERCHE

CinExpert, uno sguardo ai primi mesi del 2023

## INTERVISTE

Gianluca Curti e i 70 anni di Minerva

**Daniel Frigo**

# IL MOMENTO D'ORO DI DISNEY

UNA STAGIONE INCREDIBILE PER LA MAJOR GUIDATA DALL'AMMINISTRATORE DELEGATO CHE, NEL DELINEARE LE STRATEGIE DEL GRUPPO, VALORIZZA ANCHE IL GRANDE LAVORO DI SQUADRA E I TRAGUARDI RAGGIUNTI. SFORZI CHE HANNO PORTATO LA CASA DI TOPOLINO AD AGGIUDICARSI IL PRIMO POSTO TRA I DISTRIBUTORI ITALIANI, PER QUOTA DI MERCATO, NEL PRIMO SEMESTRE DELL'ANNO



# DISTRIBUTORI ALLINEATI

e giornate professionali di Riccione sono sempre un momento prezioso per tirare le somme, riflettere sul lavoro svolto nel semestre passato e pianificare le strategie future. Un barometro di umori, sensazioni, speranze e aspettative del mercato cinematografico, ma anche una lente di ingrandimento che consente di mettere a fuoco le sfide più complesse. Un contesto in cui si inserisce lo Speciale Distribuzione – in allegato a *Box Office* – che quest’anno, dopo molto tempo, vede quasi tutti i manager delle case di distribuzione allineati sulla maggior parte dei giudizi e delle previsioni sul panorama attuale. Alla luce dei risultati raggiunti in sala e del profilo spettatore delineato dalla ricerca CinExpert (vedi approfondimento a pag. 28) nei primi cinque mesi dell’anno, sembrano crescere le speranze dei distributori sulla possibilità di chiudere il 2023 con un incasso complessivo di circa 400 milioni di euro e una flessione del 30% sul triennio pre-pandemico 2017-2019, nella “certezza” di giungere a un pieno recupero entro fine 2024. Addirittura c’è

chi nutre la ferma speranza – ravvivata dalle ottime performance di certi film e dalle ricche line-up in arrivo – che si possa chiudere l’anno con un drop pari a -20%. Tutti concordano poi sulla difficoltà di dover far fronte a un pubblico più selettivo rispetto al passato, sulla necessità di distribuire film che meritino davvero il grande schermo, e sull’esigenza di accogliere lo spettatore in sale più confortevoli e all’avanguardia. Inoltre, i distributori indipendenti sottolineano il difficile momento per il cinema arthouse, che fatica a risalire la china in un mercato sostanzialmente polarizzato attorno alle grandi produzioni americane. Tanto che qualcuno invita il Ministero a riconoscere a questa categoria di distributori un sostegno concreto. Insomma, nonostante il fronte comune sono ancora molti i punti su cui lavorare, così come è ancora lunga la strada per ritrovare il giusto equilibrio e recuperare il pubblico più restio a tornare in sala. Ma combattere insieme non è come farlo da soli.

di Paolo Sinopoli



# Welcome To

LUGLIO - DIC

## Barbie



**REGIA:** Greta Gerwig  
**CAST:** Margot Robbie, Ryan Gosling, America Ferrera, Dua Lipa e Helen Mirren.

## Shark 2 - L'abisso



**REGIA:** Ben Wheatley  
**CAST:** Jason Statham

## Dune - Parte due



**REGIA:** Denis Villeneuve  
**CAST:** Timothée Chalamet, Zendaya, Rebecca Ferguson, Javier Bardem, Austin Butler, Florence Pugh.

## The Nun II



**REGIA:** Michael Chaves  
**CAST:** Taissa Farmiga, Storm Reid.

## Challengers



**REGIA:** Luca Guadagnino  
**CAST:** Zendaya, Mike Faist, Josh O'Connor.

# Warner Land

EMBRE 2023

## Blue Beetle



**REGIA:** Angel Manuel Soto  
**CAST:** Xolo Maridueña,  
Susan Sarandon.

## Me Contro Te - Il Film Vacanze in Transilvania



**REGIA:** Gianluca Leuzzi  
**CAST:** Lui e Sofi (Me Contro Te)

## Home Education



**REGIA:** Andrea Niada  
**CAST:** Julia Ormond, Lydia Page  
e Rocco Fasano.

## Wonka



**REGIA:** Paul King  
**CAST:** Timothée Chalamet

## Aquaman e il Regno Perduto



**REGIA:** James Wan  
**CAST:** Jason Momoa, Amber Heard,  
Nicole Kidman.



**UN MONDO DI SOGNI ANIMATI 2023**

PONYO SULLA SCOGLIERA - KIKI CONSEGNE A DOMICILIO - IL CASTELLO NEL CIELO - IL MIO VICINO TOTORO - SI ALZA IL VENTO



**IL PIÙ BEL SECOLO DELLA MIA VITA**

UN FILM DI ALESSANDRO BARDANI  
CAST SERGIO CASTELLITTO VALERIO LUNDINI



**MAY DECEMBER**

UN FILM DI TODD HAYNES  
CAST NATALIE PORTMAN JULIANNE MOORE



**DOGGY STYLE**



UN FILM DI JOSH GREENBAUM



**PASSAGES**



UN FILM DI IRA SACHS  
CAST FRANZ ROGOWSKI BEN WHISHAW ADELE EXARCHOPOULOS



**THE OLD OAK**



UN FILM DI KEN LOACH  
CAST TREVOR FOX DEBBIE HONEYWOOD DAVE TURNER



**PERFECT DAYS**



UN FILM DI WIM WENDERS  
CAST YUMI ASO TOKIO EMOTO SAYURI ISHIKAWA



**LA PASSIONE DI DODIN BOUFFANT**



UN FILM DI ANH HUNG TRAN  
CAST JULIETTE BINOCHE PIERRE GAGNAIRE BENOÎT MAGIMEL



**FALLEN LEAVES**



UN FILM DI AKI KAURISMÄKI  
CAST ALMA PÖYSTI JUSSI VATANEN



**MANODOPERA**

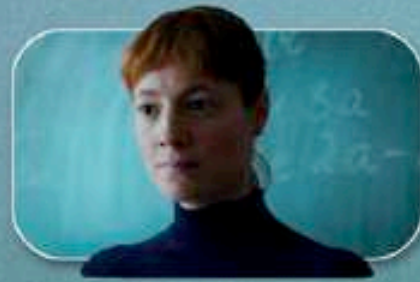


UN FILM DI ALAIN UGHETTO



**THE GREAT ESCAPER**

UN FILM DI OLIVER PARKER  
CAST MICHAEL CAINE GLENDA JACKSON JOHN STANDING DANIELLE VITALIS



**THE TEACHER'S LOUNGE**



UN FILM DI ILKER CATAK  
CAST LEONIE BENESCH MICHAEL KLAMMER





**PAST LIVES**

(spettacolo)

UN FILM DI CELINE SONG  
CAST GRETA LEE TEO YOO JOHN MAGARO



**DOGMAN**

UN FILM DI LUC BESSON  
CAST CALEB LANDRY JONES MARISA BERENSON CHRISTOPHER DENHAM



**COUP DE CHANCE**

UN FILM DI WOODY ALLEN  
CAST LOU DE LAAGE VALÉRIE LEMERCIER MELVIL POUPAUD NIELS SCHNEIDER



**YOUTH (SPRING)**

(spettacolo)

UN DOCUMENTARIO DI WANG BING



**RETRIBUTION**

UN FILM DI NIMRÖD ANTAL  
CAST LIAM NEESON JACK CHAMPION EMBETH DAVIDTZ



**BETTER MAN**

UN FILM DI MICHAEL GRACEY  
CAST ROBBIE WILLIAMS JONNO DAVIES STEVE PEMBERTON



**DALL'ALTO DI UNA FREDDA TORRE**

UN FILM DI FRANCESCO FRANGIPANE  
CAST EDOARDO PESCE VANESSA SCALERA ANNA BONAIUTO GIORGIO COLANGELI ELENA RADONICICH MASSIMILIANO BENVENUTO



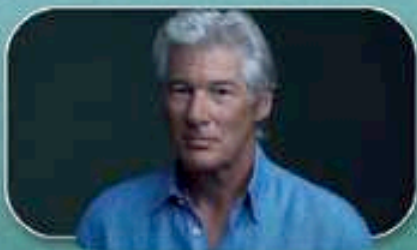
**DEEP SEA**

UN FILM DI TIAN XIAO PENG



**LA BELLA ESTATE**

UN FILM DI LAURA LUCHETTI  
CAST YILE VIANELLO DEVA CASSEL NICOLAS MAUPAS ALESSANDRO PIAVANI



**LONGING**

UN FILM DI SAVI GABIZON  
CAST RICHARD GERE DIANE KRUGER MARNIE MCPHAIL



**ANSELM**

UN DOCUMENTARIO DI WIM WENDERS



# LEONE

## FILM GROUP

### IL NOSTRO LISTINO

ROBERT DE NIRO  
LEONARDO DICAPRIO  
BRENDAN FRASER  
LILY GLADSTONE  
JESSE PLEMONS



MARTIN SCORSESE

**KILLERS OF THE  
FLOWER MOON**



HELEN MIRREN  
CAMILLE COTTIN  
LIV SCHREIBER



GUY NATTIV

**GOLDA**



ADAM DRIVER  
PENÉLOPE CRUZ  
SHAILENE WOODLEY



MICHAEL MANN

**FERRARI**



PAUL DANO  
SHAILENE WOODLEY  
SETH ROGEN  
VINCENT D'ONOFRIO  
SEBASTIAN STAN



CRAIG GILLESPIE

**DUMB MONEY**



ANA DE ARMAS  
KEANU REEVES  
LANCE REDDICK  
IAN MCSHANE  
ANJELICA HUSTON



LEN WISEMAN

**BALLERINA**



leonefilmgroup.com

JASON STATHAM  
JEREMY IRONS  
JOSH HUTCHERSON

  
DAVID AYER

**THE BEEKEEPER**



SIDNEY SWEENEY  
SIMONA TABASCO  
ALVARO MORTE  
BENEDETTA PORCAROLI

  
MICHAEL MOHAN

**IMMACULATE**



ANTHONY RAMOS  
NAOMI SCOTT

  
JOSH GORDON

**DISTANT**



DAL REGISTA DI  
*MIA E IL LEONE BIANCO*  
*E IL LUPO E IL LEONE*

  
GILLES DE MAISTRE

**AUTUMN  
AND THE BLACK  
JAGUAR**



# LOTUS

P R O D U C T I O N

A L E O N E F I L M G R O U P C O M P A N Y

MAX TORTORA  
ANNA GALIENA  
MATTEO OLIVETTI  
MICAELA RAMAZZOTTI  
SERGIO RUBINI

  
MICAELA RAMAZZOTTI

**FELICITÀ**



SILVIO ORLANDO, SABRINA FERILLI,  
CHRISTIAN DE SICA, LAURA MORANTE,  
ANDREA CARPENZANO,  
VINICIO MARCHIONI,  
ANNA FERRAIOLI RAVEL

  
PAOLO VIRZÌ

**UN ALTRO  
FERRAGOSTO**



IL NUOVO FILM DI  
**PAOLO GENOVESE**



ELENA KAMPOURIS  
SAUL NANNI  
LORENZO RICHELMI  
ENRICO INSERRA  
FRANCESCO GARILLI

  
GABRIELE MUCCINO

**HERE NOW**





## 16 COVER STORY IL MOMENTO D'ORO DI DISNEY

Una stagione incredibile per la major guidata dall'AD Daniel Frigo che, nel delineare le strategie del gruppo, valorizza il grande lavoro di squadra e i traguardi raggiunti

**11**  
NEWS

**28**  
RICERCHE

### CINEXPERT, IL BAROMETRO DEL PUBBLICO ITALIANO

Un identikit dettagliato degli spettatori cinematografici da gennaio ad aprile 2023 grazie ai dati dell'analisi promossa da Cinetel

**44**  
INTERVISTE

### MINERVA PICTURES, 70 ANNI DI CINEMA INDIPENDENTE

L'AD Gianluca Curti racconta i traguardi raggiunti e quelli futuri di Minerva Pictures, società attiva nel mercato audiovisivo dal 1953 e diventata solido punto di riferimento in qualità di produttore, distributore ed editore multimediale

**50**  
ANALISI

### BLOCKBUSTER: QUALI E QUANTI NE SERVONO?

Qual è il numero minimo di grandi film hollywoodiani per sostenere il settore theatrical? E, soprattutto, di che genere di produzioni hanno più bisogno le nostre sale? Uno sguardo agli incassi di questa tipologia di titoli negli ultimi 10 anni

**60**

SCENARI

### ALLARME RICAMBIO GENERAZIONALE

Da Tom Cruise a Dwayne Johnson, gli attori che tengono a galla Hollywood hanno tutti dai 50 anni in su. Lontano dai franchise manca uno star system giovane che sia davvero una garanzia di continuità al botteghino

**66**

ESERCIZIO

### STIMOLIAMO GLI INVESTIMENTI IN SALA

Alessandro Maggioni, neo presidente della Federazione Concessionarie Pubblicità - Associnema, presenta gli obiettivi del suo mandato puntando in primis su un confronto aperto con gli esercenti

**68**

FOCUS

### UN'ITALIA POCO ANIMATA

La nostra produzione di lungometraggi per il cinema è tra le più basse in Europa. Eppure i talenti non mancano. Perché? Qualcosa sta cambiando? Risponde la presidente di Cartoon Italia, Anne-Sophie Vanhollenbeke



**28**

# BOXOFFICE

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

Anno XXVII N. 9  
15-30 luglio 2023

**Direttore responsabile**

Vito Sinopoli

**Responsabile di redazione** Paolo Sinopoli

**Redazione** Valentina Tortaschi

**Hanno collaborato:** Marco Cacioppo, Monica Ciceri, Elisa Grandi, Davide Novelli

**Impaginazione e fotolito** Emmegi Group Milano

**Responsabile coordinamento grafico** Alda Pedrazzini

**Coordinamento tecnico** Paola Lorusso

plorusso@e-duesse.it

**Traffico** Elisabetta Pifferi

elisabetta.pifferi@e-duesse.it

Pubblicazione mensile 12 numeri all'anno  
- Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale -  
D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n°46) art. 1, comma 1,  
DCB Milano Reg. Trib. Milano n. 238 del 7/5/94 -  
Iscrizione Registro Nazionale della Stampa  
n. 9380 del 11/4/2001 - ROC n. 6794

**Stampa** Galli Thierry Stampa srl Milano  
Prezzo di una copia 1,55 euro (prezzo fiscale)  
Arretrati 7,55 euro + spese postali  
**Abbonamento** 25 euro via ordinaria

Informativa resa ai sensi degli articoli 13 - 14  
Regolamento UE 2016 / 679 GDPR  
(General Data Protection Regulation)  
Duesse Communication Srl, Titolare del trattamento  
dei dati personali, liberamente conferiti per fornire i servizi indicati.  
Per i diritti cui agli articoli 13 - 14 Regolamento UE 2016 / 679  
e per l'elenco di tutti gli addebiati al trattamento, rivolgersi  
al Responsabile del trattamento che è il Titolare di Duesse  
Communication Srl - Via Goito, 11 - 20121 Milano.  
I dati potranno essere trattati da addebiati incaricati preposti  
agli abbonamenti, al marketing, all'amministrazione  
e potranno essere comunicati a società esterne,  
per le spedizioni della rivista e per l'invio di materiale promozionale.

**Copyright** Tutti i diritti sono riservati.

Nessuna parte della rivista può essere riprodotta  
in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi  
elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione  
scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati,  
non vengono restituiti. La redazione si è curata di ottenere  
il copyright delle immagini pubblicate, nel caso in cui ciò  
non sia stato possibile, l'editore è a disposizione  
degli aventi diritto per regolare eventuali spettanze.

**DUESSE COMMUNICATION S.r.l.**

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

Questo numero di *Box Office*  
è stato chiuso in redazione il 13 giugno 2023

**ANES** ASSOCIAZIONE NAZIONALE  
EDITORIA DI SETTORE

SCOPRI COME ABBONARSI A BOX OFFICE



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



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

**BOX  
OFFICE  
ITALIA**

**BOX OFFICE  
SI PUÒ SFOGLIARE  
SU SMARTPHONE  
E TABLET  
IOS E ANDROID**

ANDATE NEGLI STORE DEI VOSTRI DEVICE  
E SCARICATE L'APP GRATUITA:  
SARETE, COSÌ, SEMPRE PUNTUALMENTE  
INFORMATI, DOVE E QUANDO VORRETE.  
CI SONO DIVERSI MODI DI LEGGERE BOX OFFICE.  
SCEGLIETE IL VOSTRO



Scarica su  
**App Store**

Scarica su  
**Google Play**



## RAI CINEMA, RICONFERMATI DEL BROCCO E CLAUDIO

Importanti notizie per i vertici di Rai Cinema. A fine maggio il Consiglio di Amministrazione della Rai, riunitosi a Roma sotto la presidenza di Marinella Soldi, ha deliberato l'aggiornamento dell'assetto organizzativo aziendale e il rinnovo dei CdA delle società controllate i cui organi sociali erano in scadenza: per Rai Cinema, Paolo Del Brocco è stato confermato nel ruolo di Amministratore Delegato e Nicola Claudio in quello di Presidente. Entrato in Rai nel 1991, Del Brocco era stato nominato Direttore Generale di Rai Cinema nel 2007 e, dal 2010, ne è Amministratore Delegato. Claudio, invece, è Presidente di Rai Cinema dall'aprile 2013.

## BREVISSIME

- Anica, nasce Italian Post-Production Partners
- Al via le riprese di *Napoli - New York*, nuovo film di Salvatores con Favino
- Pio e Amedeo sul set per girare *Come può uno scoglio*
- MoviePass: è tornato l'abbonamento "illimitato" per i cinema americani, ma con tariffe più care
- Pirateria: smantellata la principale rete olandese
- *Super Mario Bros. - Il Film*: incassi stratosferici in Giappone con oltre 71 milioni di dollari
- Ott: secondo Omdia, in Italia 21 milioni di abbonati

## THE SPACE CINEMA: APRE LIVORNO, CHIUDE L'ODEON

Riapre, completamente rinnovato, il The Space Cinema di Livorno. La struttura, chiusa a ottobre 2022 per permettere il restyling, ha riaperto le luci domenica 11 giugno in concomitanza con il primo giorno di 'Cinema in Festa'. Il multiplex è stato oggetto di un importante rinnovamento con un design rivoluzionato che rappresenta la volontà, da parte del circuito, "di ripensare l'esperienza cinematografica e dar vita a una nuova idea di sala, intesa come il luogo per eccellenza in cui poter viaggiare con la fantasia ed immergersi nelle storie sul grande schermo". A inizio giugno, invece, The Space ha annunciato il

"rilascio degli spazi" con 18 mesi di anticipo rispetto alla scadenza del contratto, del cinema Odeon di Milano. Terminata dunque, almeno per il momento, la programmazione dell'elegante multisala del centro storico del capoluogo lombardo, ma The Space non "esclude di tornare a gestire un cinema nella stessa location anche se con una conformazione diversa". Dunque, rimane viva l'ipotesi - emersa a novembre 2021 - che la multisala possa riaprire anche se con dimensioni molto ridotte, in seguito a un restyling che dovrebbe far spazio a un centro commerciale di 5.000 metri quadri.



## BERLINALE, L'ITALIA SARÀ "COUNTRY IN FOCUS 2024" ALL'EFM



Dopo i numeri da record della precedente edizione, che ha registrato oltre 11.500 visitatori professionali, più di 600 espositori e oltre 1.500 proiezioni di mercato, la nuova edizione dell'EFM- European Film Market del 74° Festival Internazionale del Cinema di Berlino si terrà dal 15 al 21 febbraio 2024 e vedrà finalmente protagonista l'Italia, dopo i rinvii causati dalla pandemia, in qualità di Paese protagonista, "Country In Focus" per il 2024. L'accordo è stato firmato a fine maggio nell'ambito del Cannes Film Festival da Mariette Rissenbeek (Direttore Generale della Berlinale) e da Roberto Stabile (Responsabile dei Progetti Speciali della DGCA del MiC presso Cinecittà), alla presenza del Direttore dell'European Film Market Dennis Ruh e di Nicola Borrelli, Direttore Generale della DGCA del MiC.



ARCHIMEDE e RAI CINEMA  
PRESENTANO

DAL REGISTA DI  
GOMORRA DOGMAN E PINOCCHIO

UN FILM DI MATTEO GARRONE

# IO CAPITANO

ARCHIMEDE e RAI CINEMA presentano "IO CAPITANO" di MATTEO GARRONE con SEYDOU SARR MOUSTAPHA FALL. UNA COPRODUZIONE ITALIA-BELGIO. PRODOTTO DA ARCHIMEDE con RAI CINEMA e TARANTULA con PATHÉ e LOGICAL CONTENT VENTURES  
CON IL SUPPORTO DEL MINISTERO DELLA CULTURA CON LA PARTECIPAZIONE DI CANAL+ CINÉ+ IN COPRODUZIONE CON RTBF (TELEVISIONE BELGA) VOO-BE TV e PROXIMUS CON IL SUPPORTO DI FILM AND AUDIOVISUAL CENTER OF THE WALLONIA-BRUSSELS FEDERATION  
IN COPRODUZIONE CON SHELTER PROD CON IL SUPPORTO DI TAXSHELTER.BE e ING e TAX SHELTER DEL GOVERNO FEDERALE DEL BELGIO CON LA PARTECIPAZIONE DI WALLIMAGE (WALLONIA)  
AIUTO REGIA ANDREA TAGLIAFERRI BENEDETTA BARROERO CASTING FRANCESCO VEDOVATI IMAN DJIONNE CONSTANCE DEMONTY AMINE LOUADNI EFFETTI VISIVI MPC VFX SUPERVISOR LAURENT CREUSEOT SOUND DESIGN MIRKO PERRI  
MONTAGGIO DEL SUONO DANIELA BASSANI FONICO MARICETTA LOMBARDO MAKE-UP DESIGNER DALIA COLLI MUSICHE DI ANDREA FARRI EDIZIONI MUSICALI SONY MUSIC PUBLISHING (ITALY) SRL COSTUMI STEFANO CIAMMITTI  
MONTAGGIO MARCO SPOLETINI ORGANIZZATORE GIAN LUCA CHIARETTI PRODUTTORE ESECUTIVO ALESSIO LAZZARESCI SCENEGGIATURA MATTEO GARRONE MASSIMO GAUDIOSO MASSIMO CECCHERINI ANDREA TAGLIAFERRI SCENOGRAFIA DIMITRI CAPUANI  
FOTOGRAFIA PAOLO CARNERA COPRODUTTORI ARDAVAN SAFAEE JOSEPH ROUSCHOP PRODUTTORI MATTEO GARRONE PAOLO DEL BROCCO PER RAI CINEMA REGIA MATTEO GARRONE

DAL 7 SETTEMBRE AL CINEMA



# CINEMA REVOLUTION 2023

Fulvio e Federica Lucisano presentano



FULVIO | FEDERICA LUCISANO PRESENTANO

TAORMINA FILM FEST

FRANCESCO SCIANNA | FILIPPO SCICCHITANO

## cattiva coscienza

MATILDE GIOLI | BEATRICE GRANNÒ | GIOVANNI ESPOSITO | CATERINA GUZZANTI  
GIANFRANCO GALLO | ALESSANDRO BENVENUTI | FRANCESCO MOTTA | DRUSILLA FOER

DIRETTO DA DAVIDE MINNELLA

DAL 19 LUGLIO  
AL CINEMA

GIORDANA MARI E TERESA GELLI

LUCISANO .:F prime video sky VISION

[cinemarevolution.it](http://cinemarevolution.it)



# CHE SPETTACOLO L'ESTATE!



FULVIO E FEDERICA LUCISANO E VISION DISTRIBUTION PRESENTANO

EDOARDO LEO MASSIMILIANO BRUNO ANNA FOGLIETTA RENATO CARPENTIERI FABRIZIO BENTIVOGLIO GIUSEPPE BATTISTON  
CLAUDIA PANDOLFI ANNA FERZETTI NERI MARCORÈ RICKY MEMPHIS ROCCO PAPALEO GIOVANNI STORTI



UN FILM DI  
EDOARDO LEO E MASSIMILIANO BRUNO

# I PEGGIORI GIORNI

I WIEGJOBI GIOVNI

E CON  
SARA BACCARINI MARCO BONINI LILIANA FIORELLI MASSIMO WERTMÜLLER

IN COLLABORAZIONE CON: MASSIMILIANO BRUNO E EDOARDO LEO. SCENEGGIATO E DIRETTO DA EDOARDO LEO. MASSIMILIANO BRUNO. ANTONIO BASSI. MARCO BONINI. BEATRICE CAMPAGNA. GIANNI CORRI. SALVATORE FAZZO. HERBERT SIMONE PARADIANI. FOTOGRAFIA MARCO BASSANO. COSTUME LUCIANA PANDOLFI. MUSICA CARLO MARZUZZO. MONTAGGIO FILIPPO GIARELLA. EDITORIALE SONIA PENO. GUSTAVO ALBERTO MORETTI. ELONA HANESIO. ALFONSO DI NOLA. SILENTE. ANTONIO GIORGIO SABA. MARIO E POMPEO IAGUONE. CASTING FLAVIA POERIO. EFFETTI SPECIALE DREAMWORKS. GORETTA LUCIANO LUCCHI. PRODOTTORE EDOARDO LEO. PRODOTTORE DA FULVIO E FEDERICA LUCISANO. UNA PRODUZIONE ITALIAN INTERNATIONAL FILM E VISION DISTRIBUTION. IN COLLABORAZIONE CON NETFLIX. REGIA DI EDOARDO LEO E MASSIMILIANO BRUNO.

LUCISANO.iif **DAL 14 AGOSTO AL CINEMA** NETFLIX sky



CREDITI NON CONTRATTURALI

LUCISANO.iif



Direzione Generale  
CINEMA e  
AUDIOVISIVO

# IL MOMENTO D'ORO DI DISNEY



Il team di The Walt Disney Company Italia:  
da sinistra Giulio Carcano (Director, Theatrical  
Distribution, Sales), Simone Raineri (Director PR &  
Communication Corporate, Studios, Disney+, CSR  
& Internal comms), Daniel Frigo (amministratore  
delegato) e Davide Romani (Director, Head of  
Marketing Studios & Integrated Marketing)

UNA STAGIONE INCREDIBILE PER LA MAJOR GUIDATA DALL'AMMINISTRATORE DELEGATO DANIEL FRIGO, CHE, NEL DELINEARE LE STRATEGIE DEL GRUPPO, VALORIZZA ANCHE IL GRANDE LAVORO DI SQUADRA E I TRAGUARDI RAGGIUNTI. SFORZI CHE HANNO PORTATO LA CASA DI TOPOLINO AD AGGIUDICARSI IL PRIMO POSTO TRA I DISTRIBUTORI ITALIANI PER QUOTA DI MERCATO

di Paolo Sinopoli – foto di Virginia Bettoja



**N**

on ci sono dubbi per Daniel Frigo, amministratore delegato di The Walt Disney Company Italia: gli ambiziosi risultati della major sono frutto dello sforzo congiunto e sinergico di un team di prim'ordine. Una strategia collaudata che ha portato il gruppo a vivere un momento d'oro grazie

a una serie di successi inanellati – a partire dall'esplosivo incasso di *Avatar 2* – che si sono rivelati essenziali per il mercato, specialmente in un momento di ripresa così delicato. E interrogato sulla responsabilità di essere il primo distributore italiano con 43,6 milioni di euro incassati nei primi cinque mesi dell'anno e con una quota di mercato del 22,6%, Daniel Frigo non nasconde la sua soddisfazione: «Essere leader di mercato è, chiaramente, un motivo di grande orgoglio che premia il grande lavoro dei team theatrical e di tutta la company. Stimola a fare ancora di più perché, come dico sempre, nel business cinematografico “you are as good as your last movie” e con ciascun film si riparte ogni volta da zero. Fondamentale per il raggiungimento di questi traguardi è la collabora-

zione con gli esercenti che noi consideriamo dei veri e preziosi partner. Quindi se da un lato avvertiamo questa responsabilità, dall'altro siamo consapevoli del fatto che questi risultati sono conseguibili solo con un grande lavoro di squadra».

**Assodato che le grandi produzioni americane vanno a gonfie vele, ritiene manchi qualcosa in termini di prodotto per coprire tutti i segmenti di pubblico e ritrovare un equilibrio a tutto tondo?**

Il mercato sta dando costanti segnali di ripresa, molto incoraggianti, e svariati blockbuster hanno realizzato incassi comparabili a quelli che si vedevano prima della pandemia. Inoltre, da ottobre in avanti abbiamo visto anche migliorare sensibilmente il box office del prodotto locale, mi vengono in mente film come *La stranezza*, *Il grande giorno*, per arrivare all'ultimo film di Moretti, passando, tra gli altri, per il riuscito tentativo di “affrontare” un genere come il noir con *L'ultima notte di Amore*. Sono molto fiducioso per il futuro, perché il successo di ogni film crea un volano positivo che si riflette sui film successivi, ricreando, pian piano, nel pubblico l'abitudine di andare al cinema, più che a vedere uno specifico film.

**Due Feste del Cinema, una campagna di comunicazione da 20 milioni di euro e ingresso in sala per film italiani ed europei a 3,5 euro. È la direzione giusta per rilanciare la stagione estiva?**

Cinema in Festa è una modalità >




che può certamente essere utile per avvicinare o riavvicinare il pubblico più restio alle sale, e anche nelle edizioni passate si è distinta con risultati confortanti. Sarà interessante osservare l'impatto della promozione sui film italiani ed europei, in essere dal 16 giugno al 16 settembre. L'impegno e il sostegno del Governo sono assai rilevanti, spero che diano davvero quell'ultima spinta per far tornare il prodotto locale ai livelli pre-pandemia.

**Come giudica l'offerta complessiva di quest'estate per il grande schermo? È soddisfatto o ci sono ancora importanti passi da fare?**

L'offerta di quest'estate è sicuramente sostanziosa, con film, sulla carta, di grande richiamo. Disney ha sempre sostenuto il cinema d'estate e anche quest'anno non è mancato il nostro impegno. Dopo *La Sirenetta*, infatti, abbiamo portato sul grande schermo il lungometraggio d'animazione Pixar *Elemental* e il quinto film della saga con Harrison Ford, *Indiana Jones e il quadrante del destino*. A livello generale, nell'offerta cinematografica estiva rientrano film appartenenti a franchise di grande successo e non solo, come *Fast X*, *Spider-Man: Across the Spider-Verse*, il nuovo capitolo di *Transformers*, *Mission: Impossible - Dead Reckoning Parte Uno*, *Barbie*, per arrivare all'ultimo film di Christopher Nolan *Oppenheimer*. Mi sembra sia stato messo insieme un calendario ad alto potenziale, anche se ci sarebbe bisogno di un film italiano davvero forte. A mio avviso, quest'ultimo è il passo che ancora manca se si vuole davvero provare a far sì che l'estate in Italia possa avviarsi a funzionare come in altri Paesi europei.

**Nonostante sia molto dispendioso, Disney continua a realizzare film basati su celebri brand, direttamente per la sua piattaforma Disney+. Qual è la ratio dietro questo modello di business?**

Il mercato è in continua evoluzione e le strategie devono essere in grado di adattarsi ai cambiamenti. Se durante la pandemia l'obiettivo era quello di permettere a un numero sempre maggiore di persone di poter fruire dei nostri contenuti, oggi la strategia è focalizzata a dare maggior risalto all'esclusività e alla magia dell'esperienza cinematografica: il cinema è nel nostro dna e la centralità >



A Natale (più precisamente il 21 dicembre), dal team di *Frozen*, arriva il lungometraggio animato *Wish*

## GIULIO CARCANO

### «USCIAMO DAI BINARI COLLAUDATI DEL PRE-PANDEMIA»

TRE DOMANDE AL DIRECTOR, THEATRICAL DISTRIBUTION, SALES DI DISNEY

**Ci racconti quali logiche commerciali metterete in atto per gestire un listino così variegato, che spazia dai grandi blockbuster ai titoli di grande qualità?**

La strategia deve essere il più possibile mirata per ogni film: ovviamente non si possono trattare film come *Ant-Man* e *Gli spiriti dell'isola* allo stesso modo. Determinante è l'analisi preventiva delle dinamiche di titoli della stessa tipologia, valutando fattori che vanno dalla concorrenza, al potenziale passaparola, al periodo di uscita. Dopo la pandemia c'è stato anche spazio per qualche "azzardo": ad esempio, per alcuni film abbiamo provato la programmazione in sale che precedentemente si sarebbero considerate poco compatibili e, in qualche caso, abbiamo anche riscontrato risultati sorprendenti. Soprattutto quando capita di avere film a distanza molto ravvicinata, è fondamentale evitare la cannibalizzazione tra gli stessi.

**Come superare quelle che ritiene essere oggi le criticità a livello distributivo?**

Da ottobre in avanti stiamo osservando segnali incoraggianti, con alcuni film che hanno generato incassi teoricamente in linea con quelli che avremmo visto nel mercato pre-febbraio 2020. Per restare in ambito Disney, ad esempio, gli ultimi tre film Marvel Studios, da *Black Panther 2* a *Guardiani della Galassia 3*, hanno tutti performato sensibilmente al di sopra dei capitoli precedenti, tra il +18% e il +50% circa. Segnali equivalenti si possono vedere nell'andamento di film di altre distribuzioni, anche se, nell'ambito di questi risultati, non tutte le sale sono andate alla stessa velocità. In linea generale i problemi sono sempre gli stessi, dall'eccessiva concentrazione di film in certi periodi dell'anno, alla stagionalità. La speranza è che, quest'anno, il lavoro fatto con il grande supporto e investimento del Governo riesca ad arrecare beneficio al mercato nel periodo estivo e a riportare l'interesse nei film italiani ai livelli pre-covid. Come detto altre volte, l'unico modo per uscire da questa situazione è che i vari soggetti cooperino con un obiettivo comune.

**Cosa potrebbe fare di più l'esercizio per contribuire in maniera determinante al ritorno di tutte le tipologie di pubblico in sala?**

Nessuno come l'esercente è in grado di comprendere il proprio bacino di pubblico e, conseguentemente, individuare chi si è disaffezionato così da poterlo ingaggiare nuovamente. Considerati i cambiamenti degli ultimi anni e la loro rapidità, credo sia fondamentale essere aperti anche a uscire dagli schemi e dai binari collaudati del pre-pandemia.



## COVER STORY

della sala per noi è sempre stata e rimane una priorità, ma questo non esclude che i contenuti possano vivere sia al cinema, che in streaming. Con tutti i nostri studios, infatti, continuiamo a lavorare per creare contenuti diversificati sia per le sale cinematografiche, sia per la nostra piattaforma Disney+.

### Quali sono i film Disney in uscita in sala su cui puntate nel secondo semestre?

Diversi film interessanti caratterizzeranno il nostro secondo semestre di quest'anno. Il 23 agosto uscirà *La casa dei fantasmi*, ispirato a una delle più classiche attrazioni dei parchi Disney,



L'8 novembre arriverà al cinema *The Marvels*, dove Brie Larson tornerà a indossare il costume di Captain Marvel



“Haunted Mansion”. È una commedia soprannaturale, divertente, piena di effetti speciali, per tutta la famiglia, con un cast molto ricco in cui spiccano la recente vincitrice del premio Oscar Jamie Lee Curtis, Danny De Vito, Owen Wilson, Rosario Dawson e Jared Leto.

Il 14 settembre arriverà nelle sale *Assassino a Venezia*: le misteriose atmosfere della splendida città lagunare faranno da sfondo a un nuovo caso per l'Hercule Poirot interpretato da Kenneth Branagh, ancora una volta anche alla regia. Nel cast un'altra freschissima vincitrice del premio Oscar, Michelle Yeoh. Dal regista di *Rogue One*, Gareth Edwards, dal 28 settembre vedremo lo spettacolare *The*

*Creator*, film con tematiche molto attuali, incentrato sul futuro scontro tra la razza umana e le forze di una intelligenza artificiale.

Un regista che non ha bisogno di molte presentazioni, Yorgos Lanthimos, dopo il successo de *La favorita*, dirige un grande cast composto da Emma Stone, Mark Ruffalo e Willem Dafoe, in *Povere creature!*, un titolo di grande impatto visivo e intrigante, nello stile inconfondibile di questo autore, nelle sale italiane dal 12 ottobre.

A seguire, l'8 novembre tornerà Marvel Studios con *The Marvels* (il capitolo precedente aveva incassato 10,2 milioni di euro), dove ritroveremo Brie Lar- ➤



## DAVIDE ROMANI

### «INNOVAZIONE E CREATIVITÀ GUIDANO LE NOSTRE ATTIVITÀ»

TRE DOMANDE AL DIRECTOR, HEAD OF MARKETING STUDIOS & INTEGRATED MARKETING DI DISNEY

#### **Qual è la sfida più grande nel localizzare materiali promozionali provenienti dall'America?**

Penso che le sfide più grandi siano due. Una di carattere più pratico e immediato che riguarda la scelta dei materiali e degli asset che ci vengono proposti dai nostri studios e che pensiamo possano funzionare meglio nel nostro mercato e per il nostro pubblico. In questo caso ci facciamo guidare sia dall'esperienza, sia dalle ricerche e analisi che continuamente svolgiamo online e sui social e che ci offrono un riscontro immediato su ogni iniziativa. La seconda sfida è, invece, di carattere più strategico ed emotivo e riguarda il modo in cui lanciamo i nostri film. Nelle attività di marketing, infatti, cerchiamo sempre di sposare i temi del film con qualcosa di tipicamente italiano e quindi più coinvolgente per il nostro pubblico. Un esempio recente è il più grande show di videomapping mai realizzato in Italia, realizzato in Sardegna per lanciare *La sirenetta* e rendere omaggio alle location italiane che hanno ospitato le riprese del film, ma anche lo special stunt con cui abbiamo illuminato di blu alcuni canali di Venezia a formare la A simbolo di *Avatar*: *La via dell'acqua*.

#### **E avviene mai il processo opposto, ovvero materiali local che diventano global?**

Certo, può accadere che qualche materiale sviluppato dai Paesi diventi poi sia un asset global, sia un asset internazionale che altri territori possono adottare. Può anche succedere, con nostra grande soddisfazione, che alcune attività realizzate dai Paesi, come quelle sopra citate o come lo show di droni al Colosseo organizzato con il cast di *Eternals* durante il tour nella città eterna, vengano poi utilizzate dai nostri account global.

#### **Innovazione e creatività nel marketing non sono mai scontati. Qual è il suo approccio per sorprendere in campo cinematografico?**

Sia come approccio personale sia come valori aziendali, la creatività e l'innovazione sono le leve che guidano le nostre attività e campagne marketing. Guardiamo continuamente al di fuori del nostro mercato alla ricerca di quelle che possono essere le tendenze del momento e le traduciamo in attività che poi siano anche efficaci al lancio del nostro film, come è stato per la *Marvel Multiverse Experience* pensata per *Doctor Strange nel multiverso della follia*. Cerchiamo sempre di essere innovativi nelle nostre attività, mettendo in discussione quello che facciamo e che abbiamo fatto, alla ricerca di soluzioni nuove e creative per non ripetere mai lo stesso format su tutte le nostre campagne. Non è facile ma grazie alla passione e al lavoro del team riusciamo sempre a sorprendere e sorprenderci.

Kenneth Branagh dirige e interpreta il nuovo capitolo della saga cinematografica di Hercule Poirot, *Assassinio a Venezia*, in sala dal 14 settembre

Il quinto film dell'avventurosa saga con Harrison Ford, *Indiana Jones e il quadrante del destino* è in sala dal 28 giugno

## SIMONE RAINERI

### «CREARE ATTIVITÀ SPETTACOLARI DA AMPLIFICARE»

TRE DOMANDE AL DIRECTOR PR & COMMUNICATION CORPORATE, STUDIOS, DISNEY+, CSR & INTERNAL COMMS



#### **Quali sono gli ingredienti essenziali per la costruzione di un grande evento di successo con star internazionali?**

Talent. Tempo. Sinergie. Spettacolarizzazione. Valorizzazione del territorio italiano. Amplificazione. Queste le parole chiave. Sono un grande sostenitore dei talent tour nel nostro Paese, ci permettono di avere più tempo a disposizione per attività le stampa/social e di organizzare eventi sul territorio, dalle anteprime ai grandi stunt. Ogni singolo momento dei nostri eventi è finalizzato alla creazione di altri contenuti che il pubblico possa vedere sui social, attraverso la copertura di un TG o su un sito online. Creare attività spettacolari nel nostro Bel Paese e la loro amplificazione attraverso i media, gli influencer e i canali social del cast stesso ci permette di avere anche una grande esposizione in tutto il mondo.

#### **Ci racconti il grande lavoro di collaborazione che Disney svolge in Italia a favore di progetti di solidarietà o associazioni non profit?**

Avere un unico dipartimento di comunicazione che comprende tutte le aree, ci permette di avere un approccio integrato e davvero efficiente nella pianificazione e nell'organizzazione di eventi sul territorio (dalle anteprime, ai tour, alle attività speciali) coinvolgendo anche i nostri partner charity di lunga data (MediCinema, Make A Wish, Sport Senza Frontiere, Famiglie Arcobaleno, Associazione della Croce Rossa Italiana) con le quali collaboriamo per creare momenti di condivisione ed esperienze uniche a loro dedicate. Come fatto ad esempio in occasione dell'uscita del film Marvel Studios *Thor: Love and Thunder*, quando Natalie Portman, venuta a Roma per incontrare a sorpresa il pubblico al cinema il giorno di uscita in sala, ha anche incontrato alcune famiglie ucraine (supportate da Sport Senza Frontiere a causa del conflitto) e bambini e bambine del network di Famiglie Arcobaleno coinvolti per una proiezione dedicata con sottotitoli in ucraino. E questo è solo un esempio di un grande risultato e il mio ringraziamento va all'intera squadra PR, i miei supereroi.

#### **Come si crea una sinergia virtuosa nel lancio di un film attraverso doppiatori e talenti italiani coinvolti in grandi film americani?**

C'è un grandissimo lavoro di squadra e di sinergia con tutto il team che si occupa del doppiaggio. I film Disney restano per sempre e il doppiaggio italiano è il migliore al mondo. Si parte innanzitutto dal rispetto per il film stesso e dall'analisi delle scelte creative dei filmmaker, dai messaggi del film, al casting e alle scelte musicali che differiscono per ogni produzione. Vengono fatti provini che tengono conto di tutto questo. I fan Disney in Italia sono molto attenti alle scelte fatte e questo è un grande segnale di amore verso i nostri film che investe tutti noi di grande responsabilità. C'è dunque una grandissima attenzione nella scelta dei talent da affiancare ai doppiatori professionisti con l'obiettivo di rendere unici e iconici i nostri personaggi attraverso nuove voci in linea con quello che avviene in Usa e, allo stesso tempo, di avere ambassador locali che possano promuovere i nostri film alla stregua degli attori coinvolti nelle versioni originali.



son nei panni di Captain Marvel, che incrocerà il suo cammino con la protagonista della serie tv *Ms. Marvel*. Infine a Natale, dal team di *Frozen*, arriverà il lungometraggio d'animazione *Wish* che celebrerà il centenario della nostra company. Il film uscirà nello slot tradizionale di *Frozen* e *Oceania*, ovvero il 21 dicembre. Un film assolutamente magico, come solo Disney sa essere.

**Quali iniziative si potrebbero avviare per ingaggiare meglio i più giovani e per riavvicinare alla sala gli anziani più restii?**

Per quanto riguarda i giovani direi che, da un punto di vista strategico, dovremmo lavorare per cambiare la percezione del cinema come momento di svago, reinserendolo tra le priorità che il pubblico giovane valuta quando deve decidere come passare una serata o un pomeriggio in compagnia. In questo caso ben vengano le campagne come quella di quest'estate, "Cinema Revolution", volte proprio a ridare al cinema quella contemporaneità, freschezza e voglia di evasione che i giovani di oggi cercano. Da un punto di vista più tattico occorre invece lavorare con le Feste del Cinema che abbinano un incentivo economico a quanto detto sopra. Trattandosi di un cambiamento che definirei "culturale", dovremmo dare continuità a questo tipo di campagne (sia di posizionamento, sia di incentivo) e dovremmo coinvolgere sempre più i beniamini digital, social e non, che i giovani seguono e dai quali traggono ispirazione.

Per quanto concerne invece il pubblico più adulto, dovremmo lavorare più sulla qualità delle sale (sedute e servizi) e su offerte a 360 gradi, che coinvolgano anche il settore della ristorazione e della logistica, per poter offrire un servizio più completo e di qualità a questo tipo di pubblico che in questi anni si è abituato a una diversa fruizione dell'entertainment. Ovviamente il tutto opportunamente comunicato in modo efficace e continuativo, supportato anche da mirati incentivi economici.

**Come si è strutturata Disney per gestire tutti quei titoli più autoriali e di qualità che necessitano di maggiore cura e strategia?**

Da un punto di vista Sales, non c'è stata necessità di cambiare alcunché, anche perché il team aveva già lavorato sui titoli



Miramax in passato. Mentre da un punto di vista Marketing abbiamo dedicato una risorsa per seguirne più nel dettaglio e con attenzione la strategia, al fine di coordinare tutte le attività marketing svolte dal team. Su questo genere di titoli ha poi un ruolo fondamentale il team PR che, grazie ai differenti background e know-how, lavora trasversalmente su tutti i contenuti con la stessa attenzione.

**Gower Street Analytics ha rivisto al rialzo del 10% le previsioni di incasso per il cinema mondiale nel 2023. Come crede chiuderemo l'anno in Italia?**

A fine maggio il mercato sta registrando un +61% di box office rispetto al 2022. Guardando i titoli annunciati per i prossimi mesi, spero si possa mantenere almeno questo trend.



© Virginia Bellio/courtesy of The Walt Disney Company, Italia (7); courtesy of The Walt Disney Company, Italia (5)

UNFINITI

OUTRE

OGNE

LMITE



## LISTINO SECONDO SEMESTRE 2023

### INSIDIOUS:

LA PORTA ROSSA

REGIA DI PATRICK WILSON  
CON PATRICK WILSON, ROSE BYRNE,  
LIN SHAYE, TY SIMPKINS

HORROR

### MISSION: IMPOSSIBLE

DEAD RECKONING - PARTE UNO

REGIA DI CHRISTOPHER MCQUARRIE  
CON TOM CRUISE, HAYLEY ATWELL,  
REBECCA FERGUSON

AZIONE

### LA MALEDIZIONE DELLA QUEEN MARY

REGIA DI GARY SHORE  
CON ALICE EVE, NELL HUDSON,  
WILLIAM SHOCKLEY

HORROR

### TARTARUGHE NINJA:

CAOS MUTANTE

REGIA DI JEFF ROWE,  
KYLER SPEARS

ANIMAZIONE AZIONE AVVENTURA

### THE EQUALIZER 3

SENZA TREGUA

REGIA DI ANTOINE FUQUA  
CON DENZEL WASHINGTON,  
DAKOTA FANNING, SONIA AMMAR,  
REMO GIRONE, GAIA SCODELLARO

AZIONE THRILLER

### IL MIO AMICO TEMPESTA

REGIA DI CHRISTIAN DUGUAY  
CON MÉLANIE LAURENT,  
PIO MARMÁI, CARMEN KASSOVITZ,  
DANNY HUSTON

FAMILY

### GRAN TURISMO

REGIA DI NEILL BLOMKAMP  
CON ORLANDO BLOOM,  
DAVID HARBOUR, DARREN BARNET,  
ARCHIE MADEKWE

AZIONE DRAMMATICO SPORTIVO

### PAW PATROL:

IL SUPER FILM

REGIA DI CAL BRUNKER

ANIMAZIONE FAMILY

### JOIKA

REGIA DI JAMES NAPIER ROBERTSON  
CON DIANE KRUGER,  
TALIA RYDER, TOMASZ KOT,  
KAROLINA GRUSZKA, OLEG IVENKO

DRAMMATICO

### KRAVEN IL CACCIATORE

REGIA DI J.C. CHANDOR  
CON AARON TAYLOR-JOHNSON,  
RUSSELL CROWE, ARIANA DEBOSE

SUPEREROI AZIONE FANTASCIENZA

### SAW X

REGIA DI KEVIN GREUTERT  
CON SHAWNEE SMITH,  
MICHAEL BEACH, TOBIN BELL

HORROR

### NAPOLEON

REGIA DI RIDLEY SCOTT  
CON JOAQUIN PHOENIX,  
VANESSA KIRBY, BEN MILES

AZIONE BIOGRAFICO

## ANTICIPAZIONI

### IL NUOVO FILM DI FABIO DE LUIGI

REGIA DI FABIO DE LUIGI  
CON FABIO DE LUIGI, STEFANO ACCORSI,  
SIMONE BALDASSERONI

COMMEDIA

### GHOSTBUSTERS SEQUEL

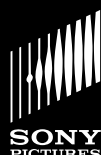
REGIA DI GIL KENAN  
CON PAUL RUDD, FINN WOLFHARD,  
MCKENNA GRACE

AVVENTURA FANTASY

### ONE LIFE

REGIA DI JAMES HAWES  
CON ANTHONY HOPKINS,  
HELENA BONHAM CARTER, JONATHAN PRYCE

DRAMMATICO



[f](#) EaglePictures [@](#) eagle.pictures [🎵](#) Eagle.Pictures

[f](#) ParamountPicturesIT [@](#) paramountpicturesitalia [You Tube](#) ParamountPicturesItalia

[f](#) SonyPicturesIT [@](#) sonypicturesit [You Tube](#) SonyPicturesIT

# NUOVI FORMAT, STESSA PASSIONE

SOLO NEI THE SPACE CINEMA



LOST IN THE SPACE PRESENTA

# MOVIE TALK DAL VIVO

GUARDIAMO E COMMENTIAMO UN FILM, INSIEME.

## DA URLO

VEDILO PER PRIMO, PER TE UN REGALO DA PAURA.



FIDATI, È UN CONSIGLIO DI THE SPACE CINEMA.

# CINEXPERT, IL BAROMETRO DEL PUBBLICO ITALIANO

UN IDENTIKIT DETTAGLIATO SUGLI SPETTATORI  
CINEMATOGRAFICI AGGIORNATO AD APRILE 2023 GRAZIE AI  
DATI DELL'ANALISI PROMOSSA DA CINETEL E CURATA DALLE  
SOCIETÀ ERGO RESEARCH E VERTIGO RESEARCH

di **Davide Novelli** (amministratore delegato di Cinetel  
e direttore distribuzione di Vision Distribution)

diversi segnali positivi che finalmente arrivano dal mondo theatrical hanno bisogno di attente analisi sul comportamento dei consumatori per poter essere tramutati in scelte di mercato produttive lungo tutta la filiera.

Partita con il supporto di Anec, Anica e Cinecittà, l'iniziativa CinExpert si è subito allargata ai principali distributori cinematografici (Universal, Warner Bros., Eagle, 01 Distribution, Medusa, Vision Distribution, Lucky Red), al mondo dell'esercizio (The Space) e a quello della produzione (Indiana e IIF), e siamo in procinto di definire accordi con altri distributori, esercenti, produttori e associazioni di categoria per allargare il suo bacino di diffusione.

Il compito di Cinetel è quello di accompagnare la crescente sete di dati del mercato, con report e analisi allo stesso tempo complete e accessibili: la rinnovata reportistica, il lancio del portale Ci-

netelPro e non ultimo proprio CinExpert vanno esattamente in questa direzione, a supporto di una industria che ha ancora importanti margini di crescita.

## NUMERI SEMPRE PIÙ VICINI AL PRE-PANDEMIA

Credo sia giusto innanzitutto fornire velocemente il contesto quantitativo che i dati di CinExpert provano a sintetizzare qualitativamente.

I primi quattro mesi del 2023 hanno visto una netta inversione di tendenza rispetto al 2022, con un drop rispetto alla media pre-pandemica (2017-2019) che passa dal -52% del 2022 al -37,5% del periodo gennaio-aprile 2023.

Il mese di maggio ha ulteriormente accelerato questo trend, risultando il primo mese in assoluto superiore alla media pre-pandemica e portando il drop sul box office medio 2017-2019 a -32%.



#### UN'OFFERTA DIVERSIFICATA

Questa crescita è stata supportata nei primi quattro mesi da titoli di vario genere: oltre ai grandi blockbuster americani che sono finalmente tornati a fare risultati veramente importanti, ritroviamo i film per bambini (*Me Contro Te - Missione Giungla*; *Super Mario Bros*), i film di genere (*L'ultima notte di Amore*, *L'esorcista del Papa*, *Scream*), i film festivalieri (*Le otto montagne*, *Gli spiriti dell'isola*, *Il sol dell'avvenire*, *The Whale*), e la grande commedia italiana (*Il grande giorno*, *Tre di troppo*, *Tramite amicizia*) in un ottimo mix tra produzione italiana e non, con almeno un film italiano in Top 5 ogni mese.

Risultati che hanno consentito al mercato cinematografico di raggiungere con ben 10 settimane di anticipo lo stesso livello di box office del 2022, una crescita importante che può solo essere migliorata durante un'estate ricca di prodotto e di iniziative promozionali (Cinema in Festa e Cinema Revolution).

#### PROFILO DEGLI SPETTATORI

Passando all'analisi qualitativa, l'indagine CinExpert ci segnala il recupero di quelle categorie di spettatori cinematografici che più ave- ➤

Fig.1

## IL TREND DEGLI INGRESSI SETTIMANALI IN BASE AI DATI CINETEL

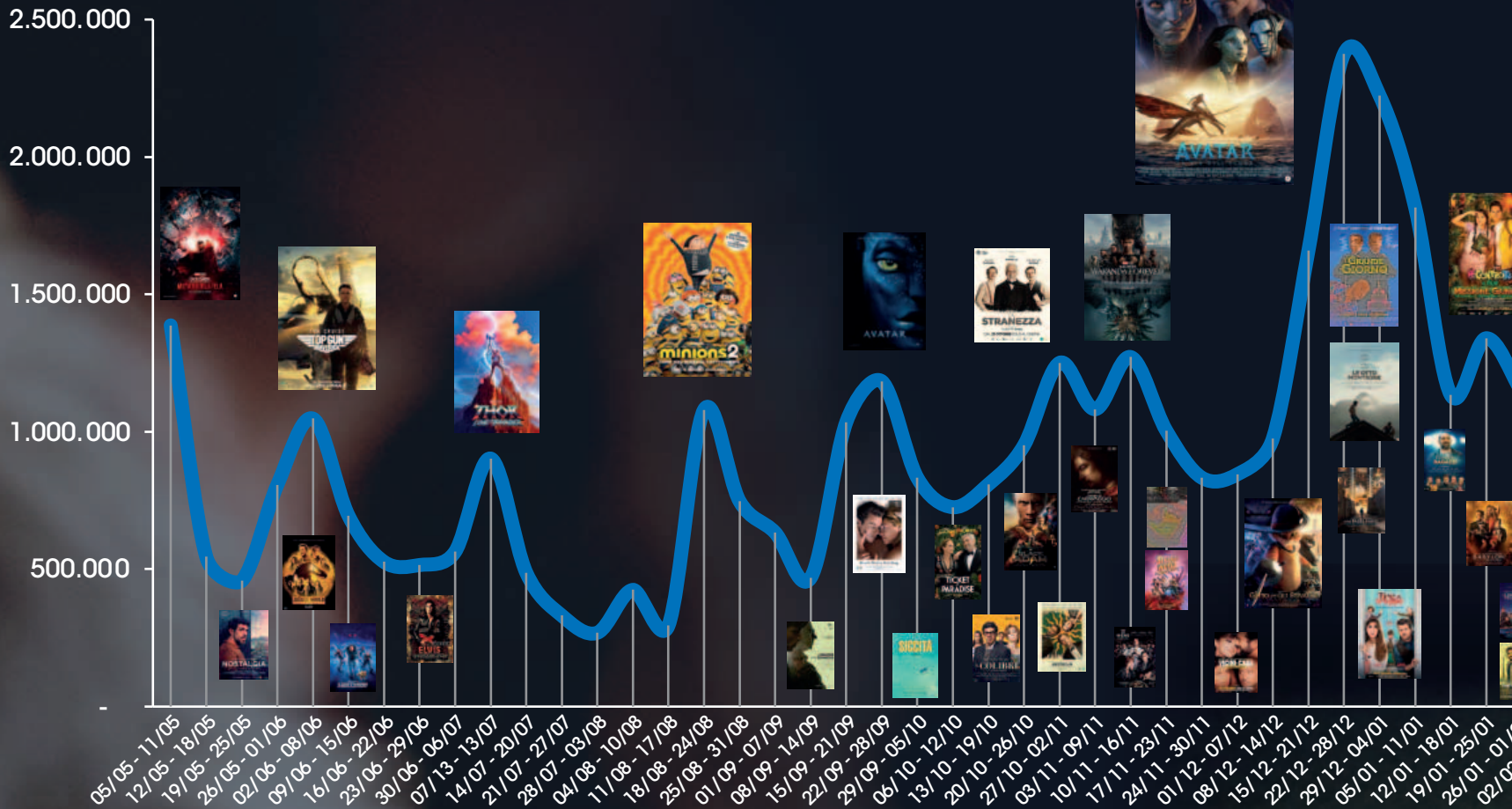
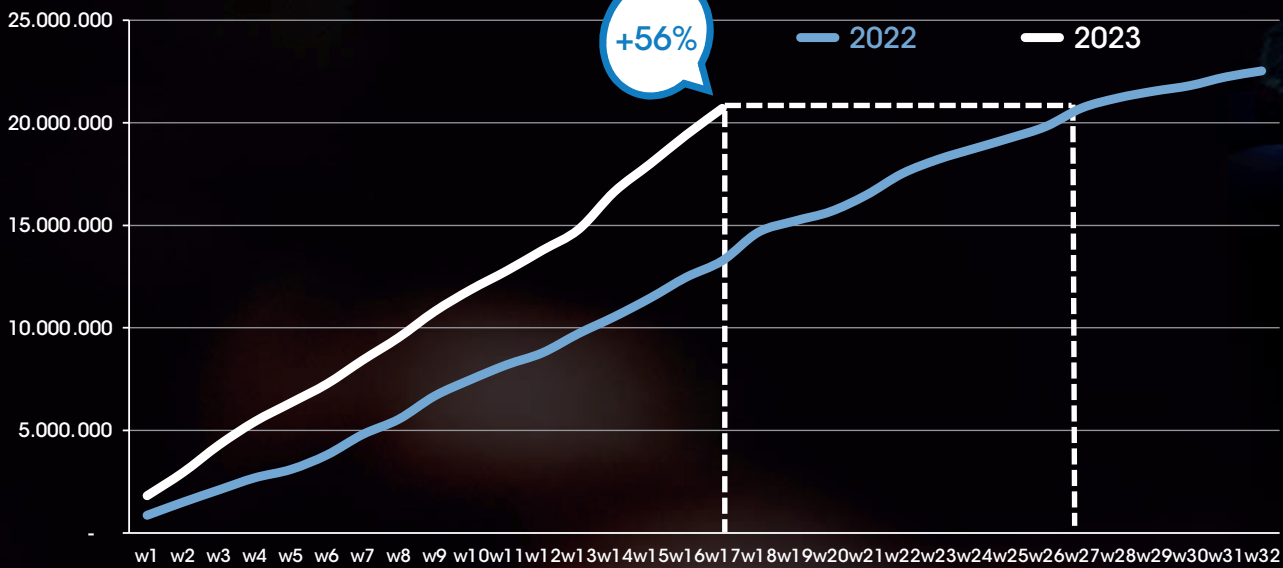


Fig.2

## IL CUMULATO DELLE ADMISSIONS DEL 2022 VS 2023 (evoluzione settimanale)



Le settimane considerate sono da intendersi come «movie week» con inizio il giovedì e fine il mercoledì; la week 1 del 2023 inizia il 5 gennaio, quella del 2022 il 6 gennaio.

Fonte: Cinetel / ©Vertigo





Fonte: Cinexpert / ©Vertigo

Fig.3

**LA TOP 5 DEI FILM PIÙ VISTI IN SALA (gennaio 2023)**



Fonte: Cinexpert / ©Vertigo

Fig.4

**LA TOP 5 DEI FILM PIÙ VISTI IN SALA (febbraio 2023)**



Fonte: Cinexpert / ©Vertigo



vano sofferto nel corso del 2022. Nel gennaio 2023 le donne sono tornate a rappresentare la maggioranza del pubblico cinematografico (mai successo nell'anno scorso) e il trend di crescita del pubblico femminile è continuato nei mesi successivi:

- gennaio 2023 vs 2022: +160% (vs +63% degli uomini)
- febbraio 2023 vs 2022: +115% (vs +43% degli uomini)
- marzo 2023 vs 2022: +90% (vs +35% degli uomini)
- aprile 2023 vs 2022: +79% (vs +40% degli uomini)

Come sta avvenendo per il pubblico femminile, anche il segmento over 50 sta crescendo nei primi quattro mesi del 2023 a un ritmo più che doppio rispetto alle altre classi di età, sempre in confronto allo stesso mese del 2022:

- gennaio 2023 vs 2022: +181%
- febbraio 2023 vs 2022: +138%
- marzo 2023 vs 2022: +105%
- aprile 2023 vs 2022: +96%

Anche in questo caso assistiamo al recupero di un target che è stato particolarmente sensibile alle restrizioni legate al Covid visto che proprio il pub-

blico più adulto (50+) nel corso del 2022 era sceso più di ogni altra categoria anagrafica. Qui di seguito riporto i drop del box office nel 2022 rispetto alla media 2017/2019 per categoria anagrafica:

- 3-14 anni: -53%
- 15-24 anni: -26%
- 25-34 anni: -42%
- 35-49 anni: -51%
- 50-59 anni: -61%
- 60+ anni: -75%

La classe anagrafica più adulta (over 60) è quella che è scesa di più du- ➤

Fig.5

## LA TOP 5 DEI FILM PIÙ VISTI IN SALA (marzo 2023)



Fonte: Cinexpert / ©Vertigo

Fig.6

## LA TOP 5 DEI FILM PIÙ VISTI IN SALA (aprile 2023)



Fonte: Cinexpert / ©Vertigo

rante il Covid, e nonostante l'importante recupero del 2023 sul 2022, questa categoria rappresenta intorno al 10% in questi primi mesi dell'anno: un forte calo rispetto al 17% del pre-pandemia.

Questo segmento nasconde, quindi, ancora un grande margine di recupero, se si pensa che la stessa classe anagrafica rappresenta il principale segmento di pubblico in Francia, nonché, come abbiamo avuto modo di sottolineare in passato sempre attraverso i risultati CinExpert, il principale pubblico di riferimento della cinematografia nazionale.

Il dato appena descritto è confermato dalla suddivisione dello status socio-demografico, dove i pensionati, all'interno del nucleo di spettatori inattivi, rappresentano una percentuale troppo bassa, tra il 6% e il 7% del totale.

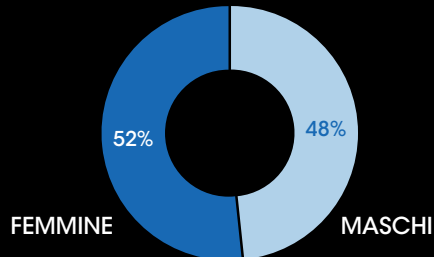
### QUALCHE SPUNTO

Importanti gli spunti che possiamo derivare anche da questa categorizzazione dello spettatore, soprattutto lato esercizio: se il consumo giovanile e di un target alto-spendente (stabilmente sopra al 70% del pubblico della sala) potrebbe essere ulteriormente incentivato con sale ad alto contenuto tecnologico e cinema dotati di comfort, servizi e ➤

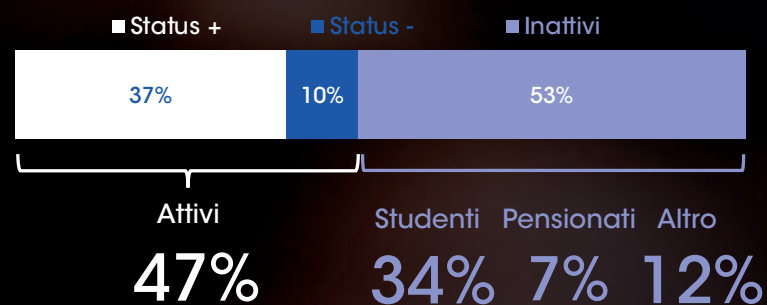
Fig.7

## IL PROFILO DEGLI SPETTATORI DELLE SALE CINEMATOGRAFICHE (gennaio 2023)

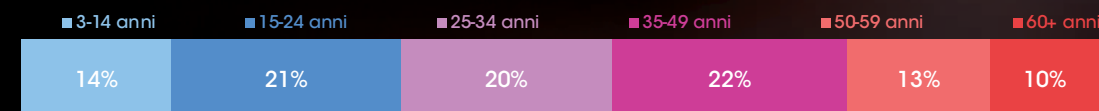
Genere



Status socio-demografico



Classi di età



Fonte: Cinexpert / ©Vertigo

PER AMORE DI SUO FIGLIO,  
REALIZZERÀ I SUOI SOGNI PIÙ GRANDI

ALEXANDRA LAMY

# La stanza delle meraviglie

UN FILM DI  
LISA AZUELOS



DAL 13 LUGLIO #SOLOALCINEMA

Fig.8

**IL PROFILO DEGLI SPETTATORI DELLE SALE CINEMATOGRAFICHE (gennaio/febbraio 2023)**

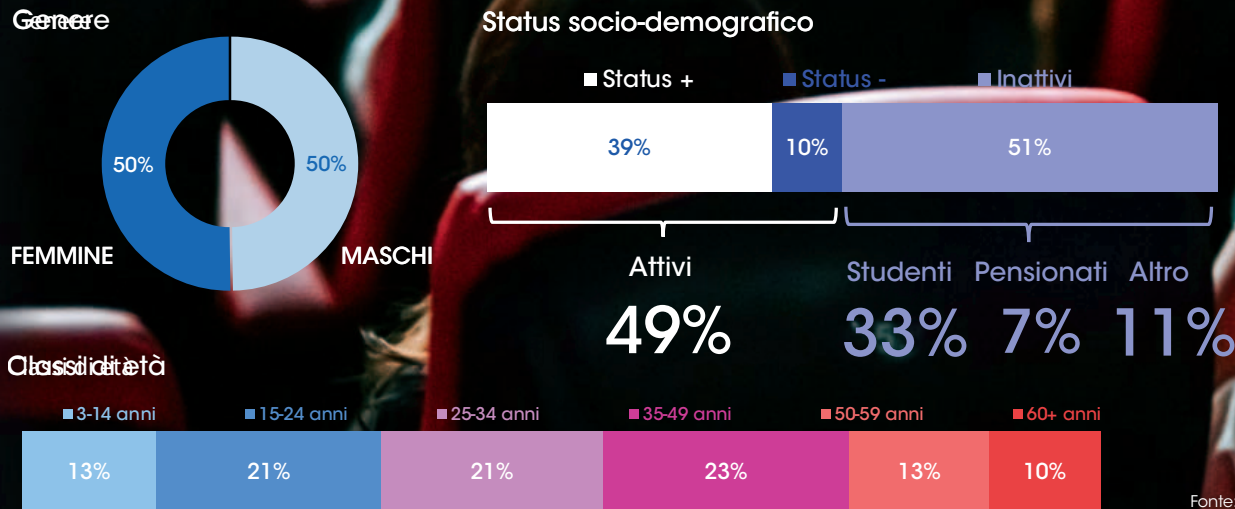


Fig.9

**IL PROFILO DEGLI SPETTATORI DELLE SALE CINEMATOGRAFICHE (marzo 2023)**

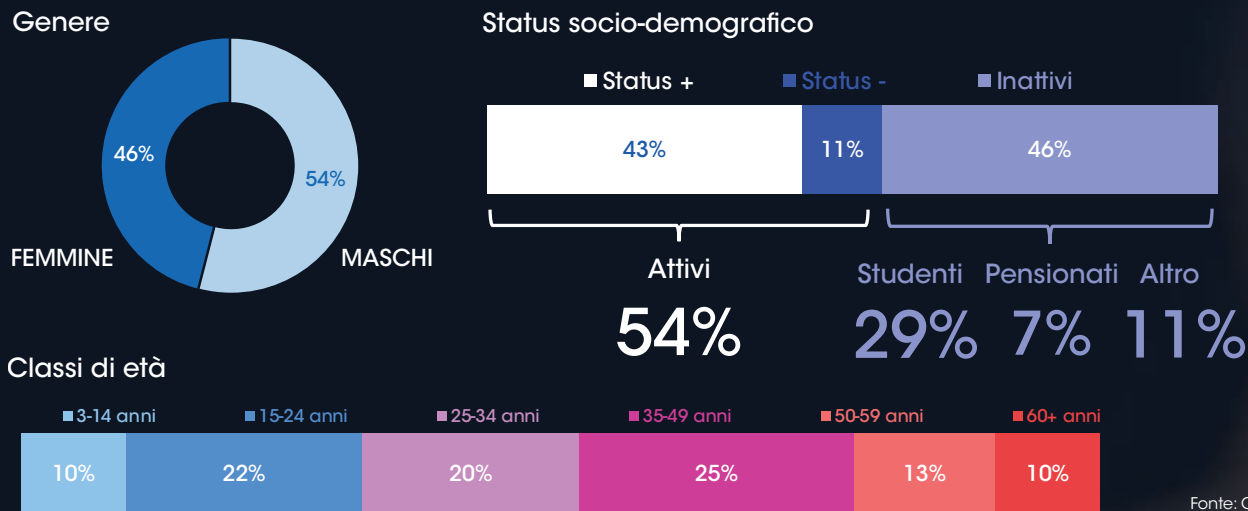


Fig.10

**IL PROFILO DEGLI SPETTATORI DELLE SALE CINEMATOGRAFICHE (aprile 2023)**

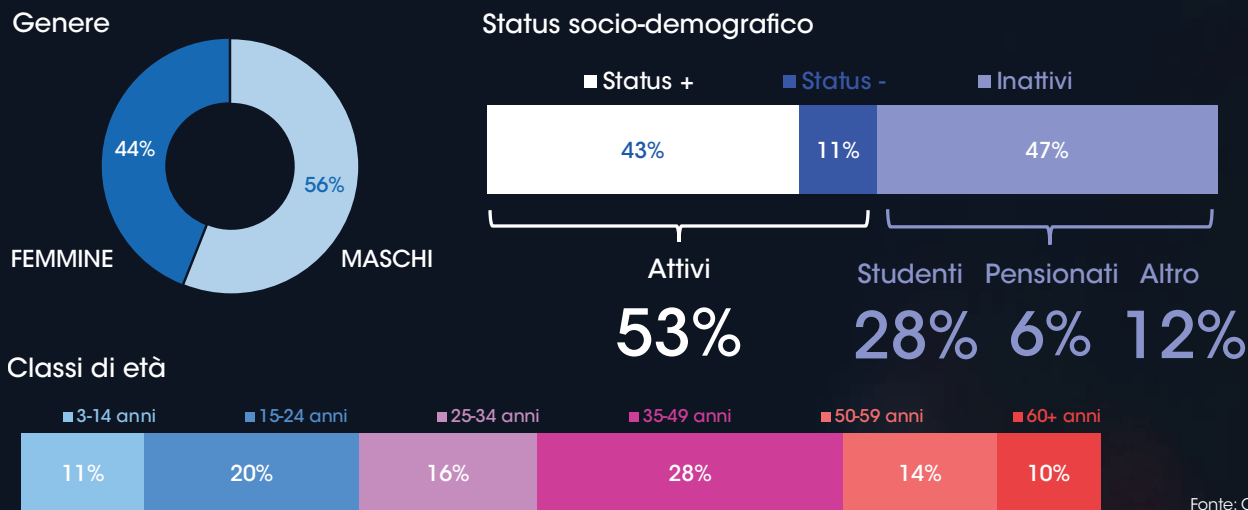




Fig.11

## L'EVOLUZIONE MENSILE DEL PUBBLICO PER GENERE (%)

Periodo: da maggio 2022 ad aprile 2023

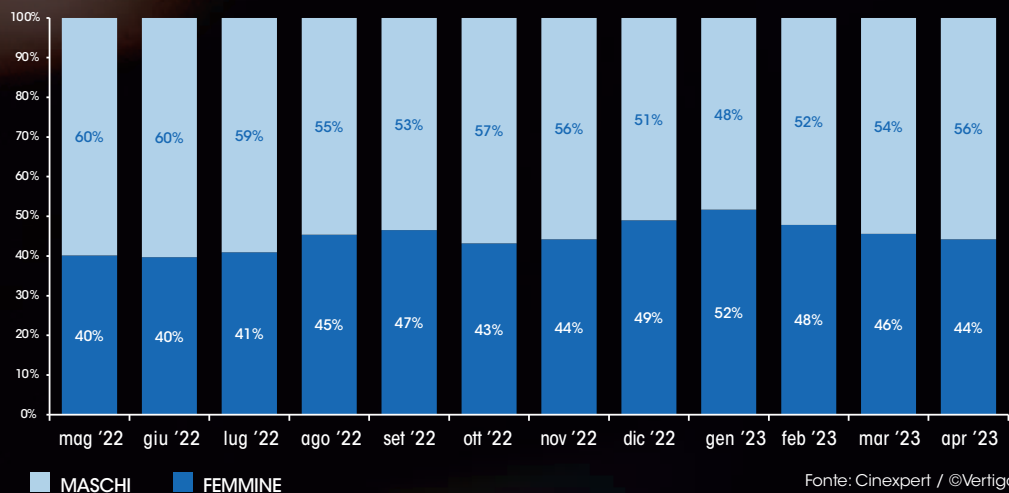
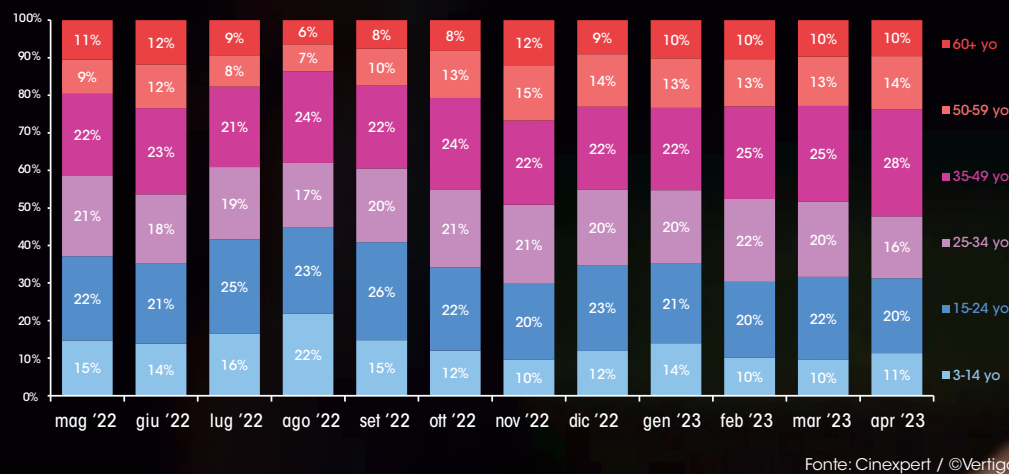


Fig.12

## L'EVOLUZIONE MENSILE DEL PUBBLICO PER CLASSI D'ETÀ (%)

Periodo: da maggio 2022 ad aprile 2023



luoghi di ritrovo, troviamo al contempo delle classi (le fasce basso-spendenti e i pensionati) che potrebbero essere al contrario più sensibili alla leva del prezzo e a una diversa tipologia di servizi e prodotto offerti.

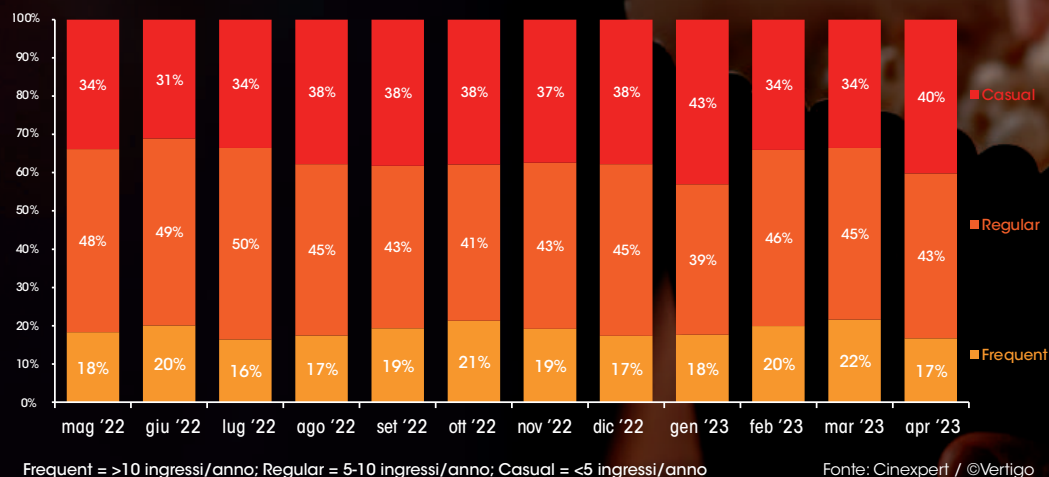
Non esiste una combinazione aurea di prodotto, servizio e prezzo che vale per tutti, ma come per ogni industria, una segmentazione corretta del pubblico può favorire politiche volte ad attrarre diverse tipologie di target: il fatto che le categorie al momento più in difficoltà siano quelle demograficamente più ampie in Italia, sottolinea il potenziale di crescita del mercato cinematografico nazionale.

BO

Fig.13

## L'EVOLUZIONE MENSILE DEL PUBBLICO PER FREQUENZA IN SALA (%)

Periodo: da maggio 2022 ad aprile 2023



CILLIAN  
MURPHY

EMILY  
BLUNT

MATT  
DAMON

ROBERT  
DOWNEY JR.

FLORENCE  
PUGH

UN FILM DI CHRISTOPHER NOLAN

# OPPENHEIMER

23

8

23

GIRATO CON VIDEOCAMERE **IMAX**

SCRITTO PER IL CINEMA E DIRETTO DA CHRISTOPHER NOLAN

MIC  
6+

SECRET

© 2023 UNIVERSAL STUDIOS  
All Rights Reserved.

UNIVERSAL  
7

# UNIVERSAL INSIEME

## LINE UP SECONDO SEMESTRE 2023

5 LUGLIO



*Ruby Gillman*  
**LA RAGAZZA CON I  
TENTACOLI**

REGIA  
**Kirk DeMicco e Faryn Pearl**  
Il nuovo film d'animazione  
**DREAMWORKS  
ANIMATION**

23 AGOSTO



**OPPENHEIMER**

REGIA  
**Christopher Nolan**  
CAST  
**Cillian Murphy,  
Emily Blunt,  
Robert Downey Jr.  
e Matt Damon**

14 SETTEMBRE



**"ASTEROID CITY"**

REGIA  
**Wes Anderson**  
CAST  
**Jason Schwartzman,  
Scarlett Johansson,  
Tom Hanks, Jeffrey Wright,  
Tilda Swinton, Edward Norton  
e Adrien Brody**

5 OTTOBRE



**DRIVE-AWAY  
DOLLS**

(Titolo Provvisorio)  
Il nuovo film di  
**ETHAN COEN**

12 OTTOBRE



**L'ESORCISTA  
IL CREDENTE**

REGIA  
**David Gordon Green**  
CAST  
**Ellen Burstyn,  
Ann Dowd,  
Leslie Odom Jr.**

31 OTTOBRE



**Trolls 3**

REGIA  
**Walt Dohrn e Tim Heitz**  
il terzo capitolo della franchise  
**DREAMWORKS  
ANIMATION**





9 NOVEMBRE



### FIVE NIGHTS AT FREDDY'S

REGIA  
**Emma Tammi**

Dai produttori di **M3GAN**,  
il terrificante fenomeno dei giochi horror  
diventa un evento cinematografico  
**BLUMHOUSE**

30 NOVEMBRE



### THE HOLDOVERS LEZIONI DI VITA (Titolo Provvisorio)

REGIA  
**Alexander Payne**

CAST  
**Paul Giamatti, Dominic Sessa,  
Da'Vine Joy Randolph,  
Tate Donovan**

7 DICEMBRE



### PRENDI IL VOLO (MIGRATION)

REGIA  
**Benjamin Renner**

Il nuovo film d'animazione  
**ILLUMINATION**

In ANTEPRIMA il 2 e il 3 dicembre

## ANTICIPAZIONI 2024

29 FEBBRAIO

### THE FALL GUY (Titolo Provvisorio)

REGIA  
**David Leitch**

CAST  
**Ryan Gosling  
e Emily Blunt**

7 MARZO

### KUNG FU PANDA 4 (Titolo Provvisorio)

DREAMWORKS  
ANIMATION

porterà al cinema  
il quarto capitolo del Panda  
più amato di sempre

22 AGOSTO

### CATTIVISSIMO ME 4 (Titolo Provvisorio)

GRU e i MINIONS  
ritorneranno in estate  
per riempire le vostre sale

AUTUNNO

### THE WILD ROBOT (Titolo Provvisorio)

Un nuovo film d'animazione  
**DREAMWORKS  
ANIMATION**  
tratto dal bestseller di  
**PETER BROWN**

5 DICEMBRE

### WICKED Part 1 (Titolo Provvisorio)

Tratto dal romanzo bestseller di  
**GREGORY MAGUIRE**,  
Wicked è l'adattamento  
cinematografico della storia  
mai raccontata delle  
**STREGHE DI OZ**

NUOVI TROLLS ENTRANO IN SCENA!

DREAMWORKS

# Trolls 3

*Tutti Insieme*

DA MARTEDÌ 31 OTTOBRE  
#SOLOALCINEMA



DREAMWORKS

with/ut [@Trolls3](#) [Trolls3](#) [Trolls3](#) [Trolls3](#) [Trolls3](#)





ROCCA SINIBALDA (RIETI)

SANTA SEVERA (ROMA)

VULCI (VITERBO)

CASTEL DI TORA (RIETI)

ROMA  
LAZIO  
FILM  
COMMISSION

MADE FOR CINEMA WHERE CINEMA IS MADE

WWW.ROMALAZIOFILMCOMMISSION.IT



REGIONE LAZIO

ROMA



Italian Film Commissions

ITALY for MOVIES



cine + regio

filming Europe

afci ASSOCIATION OF FILM COMMISSIONS INTERNATIONAL



# BIM PER IL CINEMA



IL NUOVO FILM DI ENZO D'ALÒ  
REGISTA DI LA GABBIANELLA E IL GATTO

DAL 9 NOVEMBRE  
SOLO AL CINEMA

# MARY E LO SPIRITO DI MEZZANOTTE



## WICKED LITTLE LETTERS

UN FILM DI THEA SHARROCK (IO PRIMA DI TE)  
CON OLIVIA COLMAN (LA FAVORITA, THE FATHER),  
JESSIE BUCKLEY (LA FIGLIA OSCURA)

IN COLLABORAZIONE CON LUCKY RED

LA PREMIO OSCAR® OLIVIA COLMAN E JESSIE BUCKLEY IN UNA DELIZIOSA COMMEDIA  
IN CUI NULLA È COME SEMBRA



FAR FINTA DI ESSERE UNO SPIETATO  
SOPRATTUTTO QUANDO CI SI



## L'IMPREVEDIBILE VIAGGIO DI HAROLD FRY

UN FILM DI **HETTIE MACDONALD**  
CON IL PREMIO OSCAR® **JIM BROADBENT**  
(IL RITRATTO DEL DUCA)

DOPO I SUCCESSI DI **IL RITRATTO DEL DUCA** E **IL PIACERE È TUTTO MIO**, UNA NUOVA COMEDIA INGLESE VI COLPIRÀ AL CUORE



## MONSTER

(TITOLO PROVVISORIO)  
UN FILM DI **HIROKAZU KORE-EDA**  
CON **ANDO SAKURA** (UN AFFARE DI FAMIGLIA)  
MUSICHE DI **RYUICHI SAKAMOTO**

★★★★★  
IL TOCCO DI **KORE-EDA** E LE MUSICHE DI **SAKAMOTO** IN UN CAPOLAVORO PER L'ANIMA

★★★★★  
SOLO **KORE-EDA** HA LA CAPACITÀ DI OMAGGIARE **MIYAZAKI**

IN COLLABORAZIONE CON **LUCKY RED**



FESTIVAL DE CANNES

MIGLIORE SCENeggiATURA



## PALAZZINA LAF

UN FILM DI **MICHELE RIONDINO**  
CON **ELIO GERMANO**, **MICHELE RIONDINO**, **VANESSA SCALERA**  
UNA PRODUZIONE **PALOMAR BRAVO** E **BIM DISTRIBUZIONE**  
CON **RAI CINEMA** IN CO-PRODUZIONE CON **PAPRIKA FILMS**

**MICHELE RIONDINO** E **ELIO GERMANO**  
IN UNA **COMEDIA AMARA**  
CHE RACCONTA CON CORAGGIO UNA PAGINA SCONOSCIUTA DELLA STORIA ITALIANA RECENTE



## UNA DONNA LIBERA

(TITOLO PROVVISORIO)  
UN FILM DI **MORGAN SIMON**  
CON **VALERIA BRUNI TEDESCHI**

UNA MADRE AL VERDE E UN FIGLIO ESIGENTE SI SCONTRANO PER POI RITROVARSI NELLA NUOVA **COMEDIA** CON **VALERIA BRUNI TEDESCHI**



## IL MAESTRO GIARDINIERE

UN FILM DI **PAUL SCHARDER**  
CON **JOEL EDGERTON**, **SIGOURNEY WEAVER**

MOVIES INSPIRED

★★★★★  
UNA COPPIA DI **ATTORI SPETTACOLARI**

★★★★★  
UNA NUOVA PERLA DI UN **GRANDE REGISTA**



79  
MOSTRA INTERNAZIONALE D'ARTE CINEMATOGRAFICA  
LA BIENNALE DI VENEZIA  
Official Selection  
1892 2022



## IL CAFTANO BLU

UN FILM DI **MARYAM TOUZANI**  
CON **LUBNA AZABAL**, **SALEH BAKRI**

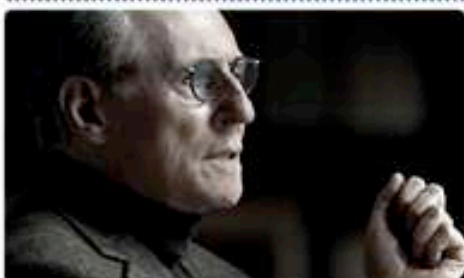
MOVIES INSPIRED

★★★★★  
UN'OPERA DI UNA **BELLEZZA IMMENSA**

★★★★★  
UN **INNO ALL'AMORE** IN TUTTE LE SUE FORME



FESTIVAL DE CANNES  
UN CERTAIN REGARD



## DANCE FIRST, THINK LATER

UN FILM DI **JAMES MARSH**  
CON **GABRIEL BYRNE**, **AIDAN GILLEN**, **MAXIME PEAKE**

DAL REGISTA DI **LA TEORIA DEL TUTTO**, LA VERA AMICIZIA TRA DUE SCRITTORI CHE HANNO RIVOLUZIONATO IL 900: **SAMUEL BECKETT** E **JAMES JOYCE**

## HITMAN

UN FILM DI **RICHARD LINKLATER** (BEFORE MIDNIGHT, BOYHOOD)  
CON **ADRIA ARJONA** (MORBIUS), **GLEN POWELL** (TOP GUN: MAVERICK), **RETTA**, **AUSTIN AMELIO** (THE WALKING DEAD)

**KILLER** PUÒ ESSERE ESILARANTE, METTE DI MEZZO L'AMORE

## EZRA VIAGGIO DI FAMIGLIA

(TITOLO PROVVISORIO)  
UN FILM DI **TONY GOLDWYN**  
CON **BOBBY CANNAVALE** (TONYA, THE IRISHMAN), **ROBERT DE NIRO**, **ROSE BYRNE**

CON IL **IL DUE VOLTE PREMIO OSCAR** ROBERT DE NIRO  
L'**INASPETTATO VIAGGIO** DI PADRE E FIGLIO ATTRAVERSO L'AMERICA DIVENTA UN'ESPERIENZA PIENA DI IMPREVISTI CHE **CAMBIERÀ LE LORO VITE**



CREATIVI NON CONTRATTUALI

L'ad di Minerva Pictures Gianluca Curti. Entrato nel management della società nella seconda metà degli anni '80, Curti ha puntato sull'internazionalizzazione dell'azienda, grazie a una decisa azione di espansione commerciale attraverso l'incremento delle attività di produzione e dell'acquisto di film-library

*Addio al nubilato 2* di Francesco Apolloni con Laura Chiatti, Chiara Francini, Antonia Liskova e Jun Ichikawa è una commedia prodotta da Minerva con Amazon Prime che arriverà in streaming in autunno



*Il conformista*, capolavoro di Bernardo Bertolucci del 1970, è tra gli oltre 2.800 titoli che compongono la library di Minerva Pictures. Nel 2022 il film è stato restaurato in 4k dalla Cineteca di Bologna in collaborazione con Minerva Pictures e con RaroVideo Channel



*La caccia* di Marco Bocci, con Laura Chiatti, Filippo Nigro, Paolo Pierobon e Pietro Sermonti, è una produzione Minerva con Rai Cinema distribuita nelle sale lo scorso 11 maggio con Medusa Film





MINERVA  
PICTURES

70

# ANNI DI CINEMA INDIPENDENTE

L'AMMINISTRATORE DELEGATO **GIANLUCA CURTI** RACCONTA I TRAGUARDI RAGGIUNTI E QUELLI FUTURI DI MINERVA PICTURES, SOCIETÀ ATTIVA NEL MERCATO AUDIOVISIVO DAL 1953 E DIVENTATA SOLIDO PUNTO DI RIFERIMENTO IN QUALITÀ DI PRODUTTORE, DISTRIBUTORE ED EDITORE MULTIMEDIALE

di **Valentina Torlaschi**

Il traguardo più importante è stato mantenere in sella l'azienda per così tanto tempo in un mercato, come quello cinematografico ed audiovisivo, costantemente in trasformazione. Anche a fronte dei cambiamenti più bruschi, abbiamo tenuto la rotta in termini di qualità editoriale». Risponde così l'amministratore delegato di Minerva Pictures, Gianluca Curti, quando gli chiediamo di immortalare le tappe più significative della lunga corsa della società fondata nel 1953. Una corsa che ha visto la realizzazione di oltre 120 film, più di 40 i documentari e, più recentemente, anche di prodotti seriali. Non solo, perché con una library di oltre 2.800 titoli, Minerva è un soggetto competitivo anche come editore multimediale.

## Quali sono i momenti salienti della storia di Minerva?

Ne individuo tre. Il primo è l'inizio, 70 anni fa, quando mio nonno, che era un artigiano conciatore di pelli di Testaccio, decise di passare dalle pelli alle pellicole acquisendo il marchio Minerva: lo fece come "regalo" verso i miei genitori e

in particolare verso mia madre, Leonora Ruffo, all'epoca giovane attrice impegnata sul set con Federico Fellini ne *I Vitelloni*. Un altro passaggio significativo è stato nel 2007 con la fusione per incorporazione della storica azienda di famiglia, fondata da mio padre Ermanno, nella Minerva Pictures che io avevo creato nel 2000. Il terzo momento di svolta è nel 2019, quando Santo Versace, galantuomo e amico dotato di grande perspicacia, intelligenza e visione, è diventato mio socio e presidente.

## Qual è stato il contributo di Versace nel definire una nuova visione?

Ha portato idee importanti nell'ottica di investire, valorizzare ed esportare il Made in Italy. Condividiamo tutta la strategia di Minerva, grazie anche al prezioso aiuto e alla saggezza di sua moglie, Francesca De Stefano Versace, che è sempre al nostro fianco con la sua sensibilità e visione. L'ambizione di Minerva era, e rimane, quella di crescere conservando la propria natura di azienda indipendente e familiare: volevamo diventare più forti per non cedere il comando a società straniere. Gra-

zie a Santo questo è stato possibile: lui ha dato un ulteriore impulso alla nostra missione di setacciare idee e cercare i migliori soggetti per film, documentari e serie Tv che raccontassero storie italiane potenti in grado di parlare anche oltre confine. In questa fase Minerva punta a consolidare ulteriormente la propria posizione, anche attraverso l'acquisizione di altre aziende italiane di produzione e distribuzione di contenuti.

## Quali sono i film prodotti da Minerva in arrivo nei prossimi mesi?

Attualmente siamo al montaggio con il film *Leggere Lolita a Teheran*: una co-produzione italo-israeliana realizzata insieme a Marica Stocchi di Rosamont e con Rai Cinema. È l'adattamento cinematografico dell'omonimo best seller di Azar Nafisi, una storia importante e tragicamente attuale sulle condizioni delle donne iraniane. Lo ha diretto Eran Riklis, con protagonista la bravissima Golshifteh Farahani. Con questo titolo puntiamo a un festival internazionale importante per poi distribuirlo in sala. ➤



Santo Versace è presidente e socio di Minerva Pictures dal 2019

Stiamo poi ultimando il montaggio del film Tv per Rai 1 *Margherita delle stelle* diretto da Giulio Base con Cristiana Capotondi nei panni della grande astrofisica italiana, mentre abbiamo terminato da poco le riprese di *Addio al nubilato 2* di Francesco Apolloni con Laura Chiatti, Chiara Francini, Antonia Liskova e Jun Ichikawa, una commedia prodotta con Amazon Prime che arriverà in streaming in autunno. Stiamo poi terminando la post-produzione di *Eravamo bambini*, per la regia di Marco Martani, prodotto insieme a Wildside e Vision.

### Progetti sul set?

Stiamo girando *Bang Bank*, con il trio comico napoletano "I Ditelo Voi", per la regia di Francesco Prisco: è l'adattamento del loro spettacolo teatrale, prodotto con Bronx, un titolo pensato per lo sfruttamento su piattaforma. A luglio saremo poi in produzione con un documentario sul filosofo Benedetto Croce, prodotto con Luce Cinecittà e Rai Doc. Ci sono poi diversi altri progetti che presenteremo nei prossimi mesi.

### E sul fronte serie Tv, quali titoli avete in cantiere?

Stiamo ultimando la produzione di un titolo molto importante: *Miss Fallaci*, serie in otto episodi, nonché primo original italiano per Paramount+, con Miriam Leone, che racconterà con un taglio inedito un periodo poco esplorato della vita della celebre giornalista.

**Su che parametri vi basate per decidere la strategia distributiva dei film che produce? L'uscita in sala o direttamente su piattaforma viene definita in fase di realizzazione oppure quando il film è ultimato?**

È una domanda difficile alla quale non c'è una risposta univoca. Fino a 10 anni fa esistevano due tipologie di prodotti ben definiti: il cinema e la fiction, con il primo destinato alla sala e il secondo alla Tv. Ora non è più così: esistono tanti tipi di cinema, tanti tipi di fiction, oltre a una serialità nuova e sfaccettata. Viviamo e lavoriamo in un mondo che cambia alla velocità della luce: è un'evoluzione darwiniana, bisogna adattarsi all'ambiente per sopravvivere. Detto questo, il film che nasce per il cinema lo capisci subito.

### E lo si capisce da cosa?

Lo capisci quando parli con un autore, quando leggi l'idea, quando acquisisci i diritti di un libro. La scelta dipende poi da tanti, innumerevoli, fattori: è un costante lavoro in corso dove si cerca di sbagliare il meno possibile, con il produttore che deve rimanere costantemente in ascolto di quel che si muove intorno a lui.

**Alle scorse Giornate di Sorrento, lei ha definito quello di Minerva un "listino politico dove c'è spazio anche per film più popolari". Il listino dei prossimi mesi, invece, di che film è composto?**

Un tempo, ai mercati e ai festival, acquisivamo solo i film che ci piacevano. Ora le dinamiche economiche di settore sono diverse e acquisiamo sì i film che ci piacciono, ma che parimenti possano avere un impatto commerciale largo su tutti i tipi di sfruttamento.

Tornando al listino, quest'estate usciremo nei cinema con diversi film europei, in modo da partecipare attivamente all'iniziativa del Ministero della cultura per sostenere le sale nei mesi caldi: *Father and Soldier* con Omar Sy, ambientato nel corso della Prima guerra mondiale e film di apertura di *Un Certain Regard* a Cannes nel 2022; poi la commedia francese, divertentissima, *Bugiardo seriale*; il film vincitore della Settimana della Critica a

Venezia 2022 *Eismayer* di David Wagner e, infine, *January*, il film di Viesturs Kairiss vincitore dei premi per miglior film, miglior regia e miglior attore all'ultima edizione della Festa del Cinema di Roma e il premio miglior film internazionale al Tribeca.

Sul fronte delle nostre produzioni italiane, a fine agosto porteremo in sala *Ros-sosperanza*, commedia nera ambientata alla fine degli anni Ottanta realizzata insieme a Mad Entertainment: è il secondo lungometraggio firmato da Annarita Zambano e avrà un passaggio in un festival importante durante l'estate.

A settembre usciranno poi il thriller *Black Bits*, di Alessio Liguori, e la commedia *Uomini da marciapiede* con Francesco Albanese, Paolo Ruffini, Herbert Ballerina, Clementino e Serena Grandi. In autunno saremo poi in sala con *To Leslie*, il film indipendente americano con Andrea Riseborough diventato il caso dell'anno all'ultima edizione degli Academy Awards, in cui concorreva nella categoria miglior attrice protagonista, e *The Plough*, di Philippe Garrel e con Louis Garrel, vincitore dell'Orso d'argento per la miglior regia all'ultima Berlinale.

### Per la distribuzione theatrical continuerete a collaborare con Medusa Film?

La collaborazione con Medusa è nata in virtù dell'amicizia con Giampaolo Letta all'ultimo Festival di Venezia in occasione di *Saint Omer*, bellissimo film di Alice Diop che noi avevamo acquisito in fase di sceneggiatura e che, "esploso" sul Lido, necessitava di una distribuzione importante. Con Medusa non è in atto un accordo in esclusiva, ma ci sentiamo regolarmente se abbiamo prodotti interessanti come successo per *La caccia*. Valutiamo film per film. Ultimamente abbiamo lavorato con Vision, e inoltre a volte distribuiamo in maniera indipendente oppure in partnership con altre società come Altre Storie. Bisogna saper diversificare i partner e le strategie distributive per guadagnarsi il proprio spazio in un mercato così affollato, complesso e competitivo.

### Punto di forza di Minerva Pictures è la sua library. Di quanti titoli è ormai composta?

Arriviamo a 2.870 film se contiamo



anche i titoli che abbiamo in licenza temporanea. È una library in continua espansione: proprio recentemente abbiamo comprato i diritti per lo sfruttamento perpetuo worldwide di 56 titoli della società francese Eurocine e di 87 film dalla storica library di Adriana Chiesa. Con queste ultime acquisizioni, il nostro catalogo di film in proprietà perpetua per la distribuzione nel mondo conta oltre 1.450 film. Per Minerva lo sfruttamento della library è un asset strategico, e lo facciamo con un team dedicato alla distribuzione internazionale e un team dedicato alla distribuzione digitale, composto da più di 20 ragazze e ragazzi under 30.

### Come viene sfruttata commercialmente questa library?

Nel 2014 abbiamo lanciato il canale YouTube "Film&Clips" dove è possibile fruire, in maniera gratuita e legale, una vasta e raffinata gamma di nostri film e documentari: con 7 milioni di iscritti e oltre 100 milioni di utenti al mese, è il primo canale di cinema europeo su YouTube.

Abbiamo poi aperto 5 FAST channel, i canali streaming TV dal vivo, supportati da pubblicità, che rappresentano la nuova frontiera del mercato di fruizione di contenuti audiovisivi online. Inoltre, contiamo 4 canali di abbonamento su Prime Video, e lo scorso ottobre abbiamo lanciato The Film Club.

### Al lancio, avete promosso The Film Club come "la prima e unica piattaforma di streaming multicanale italiana". Nella pratica di cosa si tratta?

È una piattaforma-contenitore: uno spazio virtuale dove proponiamo i nostri film e i prodotti di altre società. Dunque, oltre ai nostri canali come ad esempio Rarovideo Channel, Full Action o Minerva Classic, si trovano i cataloghi di Cecchi Gori con cui abbiamo stretto un accordo ed altri in arrivo nelle prossime settimane. The Film Club è un luogo inclusivo ed aperto alla collaborazione di tutte le aziende italiane che abbiano già un'offerta di contenuti e che, accanto al loro canale su Prime Video, vogliano affiancare un altro spazio di sfruttamento e nuove possibilità di business. È nato quale strumento di autodifesa e sta diventando, mese dopo mese, un asset importante.

Prodotto da Minerva Pictures insieme a DueA Film, Vision Distribution e Sky, *La quattordicesima domenica del tempo ordinario* di Pupi Avati è uscito nei cinema lo scorso 4 maggio con Vision



### E di Movieitaly, la piattaforma su abbonamento con la quale portate la filmografia italiana di ieri e di oggi nelle case americane e di molti altri Paesi del mondo, cosa ci può dire?

È un progetto giovane, lanciato neanche un anno fa, ma dalle grandi ambizioni. L'obiettivo è di arrivare ai 200mila iscritti nei primi tre anni di vita. Dopo Stati Uniti e Canada ora abbiamo aperto in Australia, Nuova Zelanda, Scandinavia, Sud Africa, Israele, Nigeria e Kenya, e nei prossimi mesi lanceremo il servizio anche in America Latina, in altri Paesi europei e Giappone, in modalità sia AVOD che SVOD. Anche in questo caso, aggregiamo tante aziende ed amici che desiderano veicolare i loro contenuti, nuovi o di catalogo, in tutto il mondo, in un'operazione a vocazione insieme industriale e culturale, di autentica promozione del nostro Made in Italy, anche attraverso la diffusione della nostra lingua, motivo per cui proponiamo tutti i film in italiano con sottotitoli in inglese, francese o spagnolo.

### Da produttore di film e serie Tv, nonché distributore ed editore digitale, qual è la sua opinione sulle window?

Fino a 10 anni fa avevo un approccio liberista: sostenevo una deregolamentazione in materia e pensavo che un'uscita in contemporanea cinema-dvd potesse essere possibile. Ma il mondo è cambiato totalmente e ora penso che le window siano necessarie per la sostenibilità del mercato stesso. Senza finestre si disincentiva la motivazione dello spettatore all'andare al cinema; e questo vale soprattutto per i film medi che, senza un'esclusiva theatrical, non potranno contare su quella coda lunga che garantisce entrate significative non solo per la sala, ma anche per i distributori e i produttori.

### Quanto dovrebbe essere lunga questa finestra?

Tra i 105 e i 120 giorni, di certo non meno di 105. È un'opinione che sostengo anche in qualità di Presidente dell'Associazione CNA - Cinema e audiovisivo quando veniamo interpellati dal MiC o dalle altre istituzioni.

### Non pensa che il dibattito sulle window sia così acceso all'interno del mercato quanto ignorato dallo spettatore?

Forse lo spettatore non conosce i dettagli della regolamentazione delle window ma di sicuro negli ultimi anni ha questa nuova percezione di poter vedere un film in streaming quasi subito dopo l'uscita in sala. Questo è un rischio soprattutto per gli spettatori "boomer", i 50-60enni che prima andavano al cinema molte volte l'anno mentre adesso ci vanno decisamente meno. Dobbiamo invece cercare di far tornare tutte le tipologie di spettatore in sala. Soprattutto perché, come sta accadendo, quando ci tornano, si ricordano del piacere e della bellezza della visione di un film al cinema. E poi, al cinema, ci tornano e ritornano eccome.

### E magari si ricordano anche di quanto costi poco...

Verissimo. Nel 2001 un biglietto costava 13mila lire: considerando solo l'inflazione, dovrebbe costare almeno 15 euro, e invece è rimasto a euro quasi uguale. Dove la trovi un'offerta di intrattenimento di 100 minuti a 7-8 euro? Eventi sportivi o concerti viaggiano su ben altre cifre. Il cinema è invece uno spettacolo grandioso a un prezzo bassissimo. Dobbiamo ricordarlo.



WE MAKE MOVIES BETTER

# UCI CINEMAS ITALIA

**41** MULTISALA

SCHERMI **425**

**3** SALE  
IMAX

SALE  
isense **7**

**1** SALA  
SCREEN X

[ucicinemas.it](http://ucicinemas.it)



LUXE™

# SEMPRE PIÙ LUXE

## LA MIGLIORE ESPERIENZA DI CINEMA IN ITALIA

- POLTRONE RECLINABILI CON TAVOLINO ESCLUSIVO IN OGNI SALA
  - SALE MAXISCHERMO CON IMPIANTO AUDIO DOLBY DIGITAL
- COCKTAIL BAR, COCA-COLA FREESTYLE E MOLTO ALTRO ANCORA!



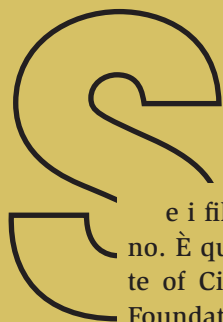
### MULTISALA UCI LUXE IN ITALIA:

UCI Luxe Campi Bisenzio - Firenze ● UCI Luxe Marcon - Venezia  
UCI Luxe Palladio - Vicenza ● UCI Luxe Maximo - Roma

# BLOCKBUSTER: QUALI E QUANTI NE SERVONO?

NEL 2022 IL MERCATO ITALIANO HA LAMENTATO L'ASSENZA DI GRANDI PRODUZIONI HOLLYWOODIANE DISTRIBUITE DA LUGLIO A NOVEMBRE; ASSENZA CHE HA INCISO NEGATIVAMENTE SUL BOX OFFICE DI FINE ANNO. QUAL È ALLORA IL NUMERO MINIMO DI USCITE BLOCKBUSTER PER SOSTENERE IL SETTORE THEATRICAL? E, SOPRATTUTTO, DI CHE GENERE DI BLOCKBUSTER HANNO PIÙ BISOGNO LE NOSTRE SALE? PROVIAMO A RISPONDERE ANALIZZANDO GLI INCASSI DI QUESTA TIPOLOGIA DI TITOLI NEGLI ULTIMI 10 ANNI

di **Valentina Torlaschi**



e i film ci sono, gli spettatori arrivano. È questa la sentenza del report State of Cinema Industry di The Cinema Foundation pubblicato lo scorso marzo, dove si sostiene che il calo del box office nordamericano del 2022 rispetto al 2019 è dovuto essenzialmente al numero minore di uscite. Se nel 2019, infatti, negli Stati Uniti erano stati distribuiti 112 titoli su 2.000 schermi producendo un box office di 10,10 miliardi di dollari, nel 2022 questi titoli sono scesi a 71, per un box office di 6,51 miliardi di dollari. Dunque, l'incasso medio per film è stato superiore nel 2022 rispetto al 2019; il problema è che sono stati programmati meno titoli.

Dagli Stati Uniti all'Italia, l'assenza di film "di peso" – quelli distribuiti dalle major in un numero ampio di sale, supportati da un'importante promozione e dunque dal buon potenziale di incas-

so – è stata reclamata anche da noi. Nel 2022, infatti, da luglio a novembre, ovvero dall'uscita di *Thor: Love and Thunder* (06/07/2022) a quella di *Black Panther: Wakanda Forever* (09/11/22), le release di blockbuster in Italia si sono contate sulle dita di una mano. Un'assenza che è andata a incidere negativamente sul box office di fine anno.

Qual è allora il numero minimo di uscite blockbuster per sostenere il settore theatrical? E, soprattutto, di che genere di blockbuster hanno più bisogno le nostre sale? Quali hanno maggiore successo? Proviamo a rispondere a queste domande analizzando gli incassi di questa tipologia di titoli negli ultimi 10 anni: nel dettaglio, abbiamo preso in considerazione i film realizzati dalle case di produzione hollywoodiane e distribuiti in più di 300 cinema registrati a Cinetel nel loro primo weekend di programmazione in Italia. >



*Joker* (29,6 milioni di euro nel 2019)

Avatar: la via dell'Acqua  
(44,7 milioni di euro di  
incasso complessivo)

Il re leone  
(37,5 milioni di  
euro nel 2019)

## Fig. 1 TOP 25 DEI BLOCKBUSTER USCITI NEL 2012

I film di grandi produzioni Usa distribuiti in Italia dal 1° gennaio al 31 dicembre 2012 in oltre 300 cinema al primo weekend di programmazione

	Titolo	Distribuzione	Data di uscita	N. cinema 1° WE	Incasso nell'anno di uscita	Presenze nell'anno di uscita	Incasso finale	Presenze finali
1	MADAGASCAR 3: RICERCATI IN EUROPA	UNIVERSAL	22/08/12	493	21.909.183 €	3.043.890	21.913.249 €	3.044.893
2	BREAKING DAWN - PARTE 2	EAGLE PICTURES	14/11/12	514	18.684.582 €	2.805.912	18.688.499 €	2.806.621
3	THE AVENGERS	WALT DISNEY	25/04/12	453	18.011.817 €	2.133.712	18.012.859 €	2.134.213
4	L'ERA GLACIALE 4: CONTINENTI ALLA DERIVA	20TH CENTURY FOX	28/09/12	530	16.565.470 €	2.325.403	16.577.922 €	2.329.147
5	IL CAVALIERE OSCURO - IL RITORNO	WARNER BROS	29/08/12	471	14.671.843 €	2.213.816	14.679.535 €	2.215.104
6	LO HOBBIT: UN VIAGGIO INASPETTATO	WARNER BROS	13/12/12	452	13.708.860 €	1.637.920	16.420.644 €	1.994.861
7	007 SKYFALL	WARNER BROS	31/10/12	439	12.821.754 €	1.894.614	12.843.628 €	1.900.728
8	THE AMAZING SPIDER-MAN	WARNER BROS	04/07/12	462	11.809.681 €	1.554.754	11.809.923 €	1.554.869
9	TED	UNIVERSAL	04/10/12	350	11.064.895 €	1.670.497	11.065.597 €	1.670.814
10	BIANCANEVE E IL CACCIATORE	UNIVERSAL	11/07/12	381	8.834.374 €	1.385.663	8.834.999 €	1.385.785
11	TITANIC - 3D	20TH CENTURY FOX	06/04/12	310	7.884.271 €	836.419	7.884.590 €	836.450
12	TO ROME WITH LOVE	MEDUSA FILM	20/04/12	538	7.815.005 €	1.291.964	7.815.005 €	1.291.964
13	HUGO CABRET	01 DISTRIBUTION	03/02/12	385	7.579.837 €	918.131	7.602.913 €	924.914
14	RIBELLE - THE BRAVE	WALT DISNEY	05/09/12	422	7.238.341 €	1.078.845	7.250.364 €	1.082.818
15	DARK SHADOWS	WARNER BROS	11/05/12	461	6.727.588 €	1.060.905	6.729.414 €	1.061.665
16	LE 5 LEGGENDE	UNIVERSAL	29/11/12	406	6.683.980 €	957.799	7.211.369 €	1.044.681
17	HOTEL TRANSYLVANIA	WARNER BROS	08/11/12	385	6.662.840 €	934.672	6.722.984 €	946.033
18	AMERICAN PIE: ANCORA INSIEME	UNIVERSAL	04/05/12	300	6.258.407 €	950.599	6.258.407 €	950.599
19	M.I.B. - MEN IN BLACK 3	WARNER BROS	23/05/12	467	6.248.297 €	826.842	6.248.297 €	826.842
20	ALVIN SUPERSTAR 3: SI SALVI CHI PUO'	20TH CENTURY FOX	03/01/12	315	6.243.570 €	996.686	6.243.570 €	996.686
21	J. EDGAR	WARNER BROS	04/01/12	381	6.007.838 €	930.561	6.008.515 €	930.812
22	MISSION: IMPOSSIBILE - PROTOCOLLO FANTASMA	UNIVERSAL	27/01/12	412	5.940.532 €	895.931	5.940.532 €	895.931
23	BIANCANEVE	01 DISTRIBUTION	04/04/12	377	5.264.823 €	824.831	5.265.148 €	824.919
24	PROMETHEUS	20TH CENTURY FOX	14/09/12	448	5.083.963 €	662.260	5.083.963 €	662.260
25	VIAGGIO NELL'ISOLA MISTERIOSA	WARNER BROS	24/02/12	367	4.824.651 €	564.296	4.825.288 €	564.478

Nota: tra le code dei blockbuster usciti nell'anno precedente si segnalano quelle de *Il Gatto con gli stivali* (5,6 milioni) e di *Sherlock Holmes - Gioco di ombre* (5,3 milioni). Inoltre, si segnala anche l'incasso de *I Mercenari 2* (5,4 milioni) che è stato però distribuito in 258 cinema al suo primo weekend

## Fig. 2 TOP 25 DEI BLOCKBUSTER USCITI NEL 2013

I film di grandi produzioni Usa distribuiti in Italia dal 1° gennaio al 31 dicembre 2013 in oltre 300 cinema al primo weekend di programmazione

	Titolo	Distribuzione	Data di uscita	N. cinema 1° WE	Incasso nell'anno di uscita	Presenze nell'anno di uscita	Incasso finale	Presenze finali
1	IRON MAN 3	WALT DISNEY	24/04/13	504	16.088.760 €	2.290.247	16.088.869 €	2.290.278
2	CATTIVISSIMO ME 2	UNIVERSAL	10/10/13	489	15.952.686 €	2.396.999	15.977.899 €	2.403.840
3	FAST & FURIOUS 6	UNIVERSAL	22/05/13	394	12.891.928 €	1.970.668	12.892.235 €	1.970.767
4	UNA NOTTE DA LEONI 3	WARNER BROS	30/05/13	387	12.570.091 €	1.942.760	12.570.621 €	1.942.953
5	DJANGO UNCHAINED	WARNER BROS	17/01/13	400	12.045.012 €	1.865.274	12.050.202 €	1.866.712
6	FROZEN - IL REGNO DI GHIACCIO	WALT DISNEY	19/12/13	321	11.787.455 €	1.736.306	19.409.891 €	2.922.191
7	I CROODS	20TH CENTURY FOX	21/03/13	472	11.536.289 €	1.700.092	11.541.985 €	1.702.000
8	LO HOBBIT: LA DESOLAZIONE DI SMAUG	WARNER BROS	12/12/13	405	11.257.527 €	1.463.218	12.804.107 €	1.683.426
9	MONSTERS UNIVERSITY	WALT DISNEY S.M.P. ITALIA	21/08/13	434	9.071.043 €	1.421.951	9.078.955 €	1.425.190
10	THOR: THE DARK WORLD	WALT DISNEY	20/11/13	416	8.356.971 €	1.186.206	8.363.185 €	1.188.070
11	IL GRANDE E POTENTE OZ	WALT DISNEY	07/03/13	437	8.140.267 €	1.067.662	8.141.562 €	1.068.018
12	HUNGER GAMES - LA RAGAZZA DI FUOCO	UNIVERSA	27/11/13	445	8.138.347 €	1.253.149	8.144.828 €	1.254.879
13	IL GRANDE GATSBY	WARNER BROS	16/05/13	457	7.351.203 €	1.195.347	7.358.197 €	1.197.362
14	I PUFFI 2	WARNER BROS	19/09/13	438	6.612.887 €	1.006.059	6.617.557 €	1.007.589
15	LINCOLN	20TH CENTURY FOX	24/01/13	383	6.538.157 €	1.067.782	6.539.355 €	1.068.259
16	RUSH	01 DISTRIBUTION	19/09/13	378	6.476.272 €	1.030.274	6.492.021 €	1.036.129
17	GRAVITY	WARNER BROS	03/10/13	354	6.286.720 €	691.984	6.438.573 €	718.886
18	WORLD WAR Z	UNIVERSAL	27/06/13	377	5.039.177 €	776.936	5.039.443 €	777.008
19	WOLVERINE: L'IMMORTALE	20TH CENTURY FOX	25/07/13	345	5.034.806 €	764.732	5.034.840 €	764.744
20	ELYSIUM	WARNER BROS	29/08/13	331	4.744.523 €	759.492	4.744.523 €	759.492
21	L'UOMO D'ACCIAIO	WARNER BROS	20/06/13	441	4.716.666 €	720.736	4.716.709 €	720.748
22	TURBO	20TH CENTURY FOX	19/08/13	392	4.589.304 €	730.619	4.591.535 €	731.234
23	QUELLO CHE SO SULL'AMORE	MEDUSA FILM	10/01/13	404	4.524.584 €	721.002	4.524.584 €	721.002
24	NOW YOU SEE ME - I MAGHI DEL CRIMINE	UNIVERSAL	11/07/13	311	4.474.580 €	741.035	4.477.498 €	741.879
25	AFTER EARTH - DOPO LA FINE DEL MONDO	WARNER BROS	06/06/13	378	4.407.766 €	720.839	4.408.093 €	720.955

Nota: Tra le altre produzioni Usa del 2013 si segnala l'incasso de *Il lato positivo* (5,2 milioni di euro) distribuito in 247 cinema al suo primo weekend di programmazione

Fonte: Cinetel

Fonte: Cinetel

Fig. 3  
**TOP 25 DEI BLOCKBUSTER USCITI NEL 2014**

I film di grandi produzioni Usa distribuiti in Italia dal 1° gennaio al 31 dicembre 2014 in oltre 300 cinema al primo weekend di programmazione

	Titolo	Distribuzione	Data di uscita	N. cinema 1° WE	Incasso nell'anno di uscita	Presenze nell'anno di uscita	Incasso finale	Presenze finali
1	MALEFICENT	WALT DISNEY	28/05/14	416	14.064.236 €	2.173.339	14.069.655 €	2.174.611
2	THE WOLF OF WALL STREET	01 DISTRIBUTION	23/01/14	406	11.959.019 €	1.843.901	11.960.050 €	1.844.191
3	LO HOBBIT: LA BATTAGLIA DELLE CINQUE ARMATE	WARNER BROS	17/12/14	360	11.473.228 €	1.487.295	13.732.320 €	1.799.817
4	INTERSTELLAR	WARNER BROS	06/11/14	385	10.650.784 €	1.588.356	10.785.236 €	1.615.120
5	THE AMAZING SPIDER-MAN 2: IL POTERE DI ELECTRO	WARNER BROS	23/04/14	473	9.170.539 €	1.447.202	9.170.750 €	1.447.238
6	HUNGER GAMES - IL CANTO DELLA RIVOLTA: PARTE 1	UNIVERSAL	20/11/14	371	8.904.721 €	1.335.957	8.906.429 €	1.336.518
7	TRANSFORMERS 4: L'ERA DELL'ESTINZIONE	UNIVERSAL	16/07/14	391	8.701.491 €	1.224.256	8.701.491 €	1.224.256
8	DRAGON TRAINER 2	20TH CENTURY FOX	16/08/14	322	8.211.291 €	1.255.668	8.215.546 €	1.256.976
9	I PINGUINI DI MADAGASCAR	20TH CENTURY FOX	27/11/14	441	7.834.125 €	1.199.878	7.987.215 €	1.231.076
10	NOAH	UNIVERSAL	10/04/14	524	7.735.616 €	1.155.959	7.735.616 €	1.155.959
11	LUCY	UNIVERSAL	25/09/14	398	7.295.551 €	1.131.847	7.299.736 €	1.133.101
12	CAPTAIN AMERICA - THE WINTER SOLDIER	WALT DISNEY	26/03/14	446	7.125.489 €	1.065.722	7.125.495 €	1.065.726
13	X-MEN - GIORNI DI UN FUTURO PASSATO	20TH CENTURY FOX	22/05/14	419	6.603.886 €	1.006.189	6.604.230 €	1.006.243
14	300: L'ALBA DI UN IMPERO	WARNER BROS	06/03/14	380	6.072.753 €	851.385	6.074.396 €	851.568
15	BIG HERO 6	WALT DISNEY	18/12/14	339	6.029.057 €	901.701	9.603.747 €	1.452.627
16	RIO 2: MISSIONE AMAZZONIA	20TH CENTURY FOX	17/04/14	457	6.009.848 €	975.206	6.011.913 €	975.901
17	GUARDIANI DELLA GALASSIA	WALT DISNEY	22/10/14	427	5.679.881 €	833.898	5.681.041 €	834.242
18	COLPA DELLE STELLE	20TH CENTURY FOX	04/09/14	300	5.310.285 €	842.708	5.319.880 €	846.610
19	DRACULA UNTOLD	UNIVERSAL	30/10/14	304	5.264.147 €	796.349	5.264.195 €	796.364
20	GODZILLA	WARNER BROS	15/05/14	417	5.203.021 €	833.402	5.203.235 €	833.434
21	APES REVOLUTION: IL PIANETA DELLE SCIMMIE	20TH CENTURY FOX	30/07/14	318	4.863.140 €	717.075	4.863.569 €	717.189
22	GIGOLO' PER CASO	LUCKY RED	17/04/14	395	4.418.428 €	734.990	4.419.344 €	735.224
23	MONUMENTS MEN	20TH CENTURY FOX	13/02/14	377	3.853.793 €	626.136	3.858.357 €	627.444
24	TARTARUGHE NINJA	UNIVERSAL	18/09/14	398	3.694.770 €	565.588	3.695.093 €	565.668
25	A SPASSO CON I DINOSAURI	20TH CENTURY FOX	23/01/14	357	3.688.292 €	541.076	3.688.874 €	541.214

Nota: tra le code dei blockbuster usciti nell'anno precedente si segnala quella di *Frozen - Il regno di ghiaccio* (7,6 milioni). Tra le altre produzioni Usa del 2014 si segnala l'incasso di *The Butler* (5,1 milioni) distribuito in 187 cinema, di *American Hustle* (5 milioni) distribuito in 282 cinema, di *12 anni schiavo* (4,8 milioni) distribuito in 299 cinema, di *Grand Budapest Hotel* (4,6 milioni) distribuito in 184 cinema e di *L'amore bugiardo* (4,6 milioni) distribuito in 184 cinema

Fig. 4  
**TOP 25 DEI BLOCKBUSTER USCITI NEL 2015**

I film di grandi produzioni Usa distribuiti in Italia dal 1° gennaio al 31 dicembre 2015 in oltre 300 cinema al primo weekend di programmazione

	Titolo	Distribuzione	Data di uscita	N. cinema 1° WE	Incasso nell'anno di uscita	Presenze nell'anno di uscita	Incasso finale	Presenze finali
1	INSIDE OUT	WALT DISNEY	16/09/15	510	25.343.792 €	4.062.788	25.406.971 €	4.080.057
2	MINIONS	UNIVERSAL	27/08/15	517	23.434.198 €	3.568.348	23.473.360 €	3.576.253
3	STAR WARS: IL RISVEGLIO DELLA FORZA	WALT DISNEY	16/12/15	500	20.203.365 €	2.629.994	25.558.580 €	3.363.616
4	CINQUANTA SFUMATURE DI GRIGIO	UNIVERSAL	12/02/15	535	19.632.916 €	2.832.587	19.633.027 €	2.832.616
5	AMERICAN SNIPER	WARNER BROS	01/01/15	391	19.071.191 €	2.814.462	19.076.768 €	2.816.298
6	FAST & FURIOUS 7	UNIVERSAL	02/04/15	476	18.667.915 €	2.697.123	18.669.332 €	2.697.361
7	AVENGERS: AGE OF ULTRON	WALT DISNEY	22/04/15	511	16.571.660 €	2.310.509	16.574.458 €	2.310.962
8	CENERENTOLA	WALT DISNEY	12/03/15	477	15.009.077 €	2.417.246	15.016.836 €	2.419.481
9	JURASSIC WORLD	UNIVERSAL	11/06/15	472	14.733.811 €	2.104.996	14.734.842 €	2.105.197
10	SPECTRE	WARNER BROS	05/11/15	485	12.441.488 €	1.804.953	12.477.342 €	1.812.712
11	HOTEL TRANSYLVANIA 2	WARNER BROS	08/10/15	419	9.921.083 €	1.697.821	9.928.570 €	1.699.705
12	HUNGER GAMES - IL CANTO DELLA RIVOLTA: PARTE 2	UNIVERSAL	19/11/15	448	8.174.635 €	1.192.096	8.175.660 €	1.192.286
13	SOPRAVVISSUTO: THE MARTIAN	20TH CENTURY FOX	01/10/15	352	7.172.107 €	1.160.769	7.191.955 €	1.167.267
14	EXODUS: DEI E RE	20TH CENTURY FOX	15/01/15	404	6.135.970 €	885.510	6.135.970 €	885.510
15	IL VIAGGIO DI ARLO	WALT DISNEY	25/11/15	480	6.013.157 €	957.450	6.295.577 €	1.014.726
16	NOTTE AL MUSEO 3 - IL SEGRETO DEL FARAONE	20TH CENTURY FOX	28/01/15	352	5.793.153 €	905.567	5.793.183 €	905.573
17	MISSION: IMPOSSIBILE - ROGUE NATION	UNIVERSAL	19/08/15	408	5.520.652 €	839.261	5.522.225 €	839.716
18	FOCUS - NIENTE E' COME SEMBRA	WARNER BROS	05/03/15	357	5.335.899 €	823.439	5.340.642 €	825.145
19	SPONGEBOB - FUORI DALL'ACQUA	UNIVERSAL	26/02/15	409	5.138.250 €	822.555	5.138.369 €	822.579
20	EVEREST	UNIVERSAL	24/09/15	390	4.747.145 €	724.822	4.755.629 €	727.096
21	ANT-MAN	WALT DISNEY	12/08/15	322	4.715.660 €	713.543	4.715.813 €	713.584
22	HEART OF THE SEA: LE ORIGINI DI MOBY DICK	WARNER BROS	03/12/15	376	4.400.202 €	636.408	4.470.162 €	650.439
23	FURY	LUCKY RED	02/06/15	396	4.265.741 €	677.874	4.269.013 €	678.651
24	TED 2	UNIVERSAL	25/06/15	405	4.076.146 €	642.891	4.076.146 €	642.891
25	TOMORROWLAND - IL MONDO DI DOMANI	WALT DISNEY	21/05/15	404	3.216.865 €	515.812	3.217.130 €	515.888

Nota: tra le altre produzioni Usa del 2015 si segnalano anche gli incassi di *The Imitation Game* (8,3 milioni) distribuito in 256 cinema, di *La teoria del tutto* (5,5 milioni) distribuito in 296 cinema, di *Birdman* (4,7 milioni) distribuito in 186 cinema, di *Il ponte delle spie* (5,5 milioni nel 2015 e 10,9 milioni a fine corsa) distribuito in 294 cinema

Super Mario Bros.  
- Il film (20,3 milioni di euro nel 2023)

## BLOCKBUSTER: IL FILM CHE FA IL BOTTO

Un blockbuster è un film che fa il botto. Lo dice la sua etimologia, che rimanda a qualcosa in grado di far scoppiare (da *buster*: far saltare in aria in inglese) un intero isolato (*block*). Usato per la prima volta dalla stampa statunitense nei primi anni Quaranta facendo riferimento alle bombe aeree di dimensioni tali da distruggere un quartiere, il termine è stato poi traslato semanticamente per indicare un dirompente successo commerciale di spettacoli teatrali, libri e film. Chiusa questa parentesi linguistica, per tornare ai numeri pos-

siamo dire che, tendenzialmente, la soglia del "botto" per un blockbuster di successo in Italia dell'era pre-Covid era di minimo 10 milioni di euro (soglia che ovviamente andava calibrata da film a film a seconda del budget produzione del singolo titolo). Da questa prospettiva, nel 2012 sono stati 9 i blockbuster usciti nell'anno di riferimento che hanno abbattuto il muro dei 10 milioni; 8 nel 2013; solo 4 nel 2014; 10 nel 2015; 11 nel 2016; 10 nel 2017; 9 nel 2018; ben 15 nel 2019. In era pre-Covid, dal 2012 al 2019 inoltre, 9 film hanno abbattuto il muro dei 20 milioni e 2 quello dei 30 milioni, entrambi (sia *Il re leone* sia *Avengers*:

La Bella e la Bestia  
(20,5 milioni di euro  
nel 2017)

Endgame) distribuiti nel 2019, una delle migliori annate per le grandi produzioni made in Usa.

Dopo la pandemia, anche la potenza esplosiva dei blockbuster è stata ridimensionata e, con un mercato italiano che ha visto il box office del 2022 dimezzato rispetto al pre-Covid, è sensato ritenere un blockbuster di successo quel film che ha superato i 5 milioni. Dunque, se nel 2020 solo *Tenet* ci è riuscito e *After 2* si è comunque ben difeso (non consideriamo i titoli usciti a gennaio e

febbraio, ovvero prima del Covid), nel 2021 i titoli oltre i 5 milioni sono stati 6 (tra cui *Spider-Man: No Way Home* che è arrivato a fine corsa a 24,9 milioni) e 13 nel 2022. Da segnalare che nel 2022 sono 6 i titoli che hanno superato i 10 milioni, e tra questi troviamo *Avatar: La via dell'acqua* che ha incassato in totale la stratosferica cifra di 44,6 milioni.

#### QUANTI BLOCKBUSTER SERVONO?

Difficile dare una risposta definitiva, soprattutto perché non è certo solo ➤

Fig. 5  
**TOP 25 DEI BLOCKBUSTER USCITI NEL 2016**

I film di grandi produzioni Usa distribuiti in Italia dal 1° gennaio al 31 dicembre 2016 in oltre 300 cinema al primo weekend di programmazione

	Titolo	Distribuzione	Data di uscita	N. cinema 1° WE	Incasso nell'anno di uscita	Presenze nell'anno di uscita	Incasso finale	Presenze finali
1	ALLA RICERCA DI DORY	WALT DISNEY	15/09/16	573	15.159.603 €	2.402.884	15.182.590 €	2.409.222
2	ANIMALI FANTASTICI E DOVE TROVARLI	WARNER BROS	17/11/16	522	14.859.849 €	2.230.581	14.935.898 €	2.248.270
3	REVENANT - REDIVIVO	20TH CENTURY FOX	16/01/16	374	13.899.976 €	2.094.635	13.900.111 €	2.094.663
4	PETS - VITA DA ANIMALI	UNIVERSAL	06/10/16	524	13.302.537 €	2.272.688	13.329.962 €	2.280.286
5	INFERNO	WARNER BROS	13/10/16	490	12.423.229 €	1.868.285	12.431.447 €	1.870.841
6	ZOOTROPOLIS	WALT DISNEY	18/02/16	477	11.322.424 €	1.780.370	11.334.351 €	1.783.753
7	CAPTAIN AMERICA: CIVIL WAR	WALT DISNEY	04/05/16	539	11.311.976 €	1.643.329	11.314.526 €	1.643.851
8	BATMAN V SUPERMAN: DAWN OF JUSTICE	WARNER BROS	23/03/16	469	10.561.006 €	1.553.148	10.563.751 €	1.553.617
9	IL LIBRO DELLA GIUNGLA	WALT DISNEY	14/04/16	528	10.433.499 €	1.641.894	10.437.166 €	1.643.045
10	L'ERA GLACIALE: IN ROTTA DI COLLISIONE	20TH CENTURY FOX	22/08/16	541	8.717.632 €	1.436.758	8.719.200 €	1.437.112
11	ROGUE ONE: A STAR WARS STORY	WALT DISNEY	15/12/16	465	8.506.045 €	1.172.834	10.208.792 €	1.431.199
12	THE HATEFUL EIGHT	01 DISTRIBUTION	04/02/16	492	8.494.645 €	1.236.509	8.496.146 €	1.236.849
13	KUNG FU PANDA 3	20TH CENTURY FOX	17/03/16	522	8.360.201 €	1.319.960	8.360.201 €	1.319.960
14	DEADPOOL	20TH CENTURY FOX	18/02/16	312	7.411.297 €	1.118.385	7.411.435 €	1.118.410
15	DOCTOR STRANGE	WALT DISNEY	26/10/16	439	7.330.152 €	1.164.355	7.331.562 €	1.164.802
16	OCEANIA	WALT DISNEY	22/12/16	534	7.290.561 €	1.103.080	14.369.297 €	2.268.300
17	IO PRIMA DITE	WARNER BROS	01/09/16	388	7.077.691 €	1.206.894	7.086.206 €	1.210.346
18	ALICE ATTRAVERSO LO SPECCHIO	WALT DISNEY	25/05/16	526	6.587.618 €	1.001.220	6.592.565 €	1.005.433
19	SULLY	WARNER BROS	01/12/16	505	6.548.668 €	1.081.971	7.078.088 €	1.184.842
20	BRIDGET JONES'S BABY	UNIVERSAL	22/09/16	424	5.753.526 €	950.999	5.757.294 €	952.639
21	CREED - NATO PER COMBATTERE	WARNER BROS	14/01/16	300	5.497.049 €	818.964	5.497.049 €	818.964
22	X-MEN: APOCALISSE	20TH CENTURY FOX	18/05/16	449	5.266.851 €	791.453	5.266.851 €	791.453
23	LA GRANDE SCOMMESSA	UNIVERSAL	07/01/16	312	4.985.040 €	773.187	4.986.728 €	773.537
24	LA RAGAZZA DEL TRENO	01 DISTRIBUTION	03/11/16	351	4.914.656 €	869.465	4.973.576 €	885.577
25	THE LEGEND OF TARZAN	WARNER BROS	14/07/16	399	4.444.200 €	685.826	4.444.576 €	685.920

Nota: tra le code dei blockbuster usciti nell'anno precedente si segnalano quelle de *Il ponte delle spie* (5,4 milioni) e di *Star Wars: Il risveglio della Forza* (5,3 milioni). Tra le altre produzioni Usa del 2016 si segnala anche l'incasso di *Suicide Squad* (12,1 milioni di euro) distribuito in 266 cinema al suo primo weekend di programmazione

Fonte: Cinetel

Fig. 6  
**TOP 25 DEI BLOCKBUSTER USCITI NEL 2017**

I film di grandi produzioni Usa distribuiti in Italia dal 1° gennaio al 31 dicembre 2017 in oltre 300 cinema al primo weekend di programmazione

	Titolo	Distribuzione	Data di uscita	N. cinema 1° WE	Incasso nell'anno di uscita	Presenze nell'anno di uscita	Incasso finale	Presenze finali
1	LA BELLA E LA BESTIA	WALT DISNEY	16/03/17	577	20.509.569 €	3.219.211	20.514.383 €	3.220.444
2	CATTIVISSIMO ME 3	UNIVERSAL	24/08/17	560	17.996.113 €	2.782.387	18.019.613 €	2.788.630
3	CINQUANTA SFUMATURE DI NERO	UNIVERSAL	09/02/17	522	14.874.659 €	2.161.662	14.874.724 €	2.161.675
4	FAST & FURIOUS 8	UNIVERSAL	13/04/17	528	14.708.426 €	2.076.230	14.711.371 €	2.076.708
5	IT	WARNER BROS	19/10/17	469	14.526.094 €	2.035.699	14.565.803 €	2.042.930
6	STAR WARS: GLI ULTIMI JEDI	WALT DISNEY	13/12/17	513	13.322.794 €	1.804.427	15.148.205 €	2.059.923
7	ASSASSINIO SULL'ORIENT EXPRESS	20TH CENTURY FOX	30/11/17	500	13.058.340 €	1.924.810	14.637.404 €	2.172.729
8	PIRATI DEI CARAIBI - LA VENDETTA DI SALAZAR	WALT DISNEY	24/05/17	585	12.538.039 €	1.835.864	12.538.291 €	1.835.948
9	COLLATERAL BEAUTY	WARNER BROS	04/01/17	358	9.501.342 €	1.568.486	9.501.342 €	1.568.486
10	SING	UNIVERSAL	04/01/17	447	8.951.259 €	1.570.922	8.951.259 €	1.570.922
11	THOR: RAGNAROK	WALT DISNEY	25/10/17	444	8.833.187 €	1.261.732	8.834.945 €	1.262.153
12	DUNKIRK	WARNER BROS	31/08/17	464	8.800.621 €	1.302.689	8.860.805 €	1.318.109
13	SPIDER-MAN: HOMECOMING	WARNER BROS	06/07/17	449	8.609.004 €	1.300.249	8.609.223 €	1.300.299
14	LA LA LAND	01 DISTRIBUTION	26/01/17	345	8.274.993 €	1.422.930	8.281.451 €	1.424.504
15	CARS 3	WALT DISNEY	14/09/17	553	7.927.218 €	1.218.021	7.936.191 €	1.220.440
16	GUARDIANI DELLA GALASSIA VOL. 2	WALT DISNEY	25/04/17	481	7.142.151 €	1.079.781	7.142.629 €	1.079.904
17	BABY BOSS	20TH CENTURY FOX	20/04/17	460	7.131.088 €	1.166.829	7.131.088 €	1.166.829
18	JUSTICE LEAGUE	WARNER BROS	16/11/17	449	6.750.292 €	990.639	6.752.815 €	991.150
19	BLADE RUNNER 2049	WARNER BROS	05/10/17	502	5.493.915 €	788.614	5.516.661 €	795.107
20	SPLIT	UNIVERSAL	26/01/17	347	5.424.286 €	911.136	5.426.197 €	911.891
21	LOGAN - THE WOLVERINE	20TH CENTURY FOX	01/03/17	368	5.313.284 €	895.071	5.313.590 €	895.132
22	WONDER	01 DISTRIBUTION	21/12/17	451	5.237.863 €	769.177	12.384.482 €	1.927.516
23	ALLIED - UN'OMBRA NASCOSTA	UNIVERSAL	12/01/17	346	4.996.284 €	797.861	4.996.465 €	797.953
24	TRANSFORMERS - L'ULTIMO CAVALIERE	UNIVERSAL	22/06/17	431	4.824.867 €	710.063	4.824.867 €	710.063
25	LA MUMMIA	UNIVERSAL	08/06/17	463	4.575.737 €	688.271	4.575.803 €	688.293

Nota: tra le code dei blockbuster usciti nell'anno precedente si segnala quella di *Oceania* (7 milioni). Tra le altre produzioni Usa del 2017 si segnala l'incasso di *Assassin's Creed* (5,8 milioni di euro) distribuito in 277 cinema al suo primo weekend di programmazione

Fonte: Cinetel

Top Gun: Maverick  
(13,1 milioni  
di euro nel 2022)



una questione quantitativa ma anche e soprattutto qualitativa, come vi spieghiamo meglio dopo. Detto questo, dando uno sguardo agli ultimi anni, vediamo che i titoli distribuiti in più di 300 cinema nel 2017 sono stati 59 per un box office nell'anno di riferimento di oltre 326 milioni, 62 titoli nel 2018 per un box office di oltre 300 milioni, 70 nel 2019 per 398 milioni euro, solo 46 nel 2022 per neanche 200 milioni di euro. È evidente dunque la netta contrazione di offerta del 2022, con una diminuzione di circa il 30% delle release rispetto alla media delle annate 2017-18-19. Una soglia minima



Minions  
(23,4 milioni di euro nel 2015)

Fig. 7

## TOP 25 DEI BLOCKBUSTER USCITI NEL 2018

I film di grandi produzioni Usa distribuiti in Italia dal 1° gennaio al 31 dicembre 2018 in oltre 300 cinema al primo weekend di programmazione

	Titolo	Distribuzione	Data di uscita	N. cinema 1° WE	Incasso nell'anno di uscita	Presenze nell'anno di uscita	Incasso finale	Presenze finali
1	BOHEMIAN RHAPSODY	20TH CENTURY FOX	29/11/18	499	21.296.037 €	3.001.563	29.081.078 €	4.160.959
2	AVENGERS: INFINITY WAR	WALT DISNEY	25/04/18	553	18.781.005 €	2.646.271	18.781.005 €	2.646.271
3	CINQUANTA SFUMATURE DI ROSSO	UNIVERSAL	08/02/18	526	14.381.926 €	2.044.100	14.381.926 €	2.044.100
4	ANIMALI FANTASTICI: I CRIMINI DI GRINDELWALD	WARNER BROS	15/11/18	524	12.770.436 €	1.825.913	12.786.374 €	1.829.107
5	HOTEL TRANSYLVANIA 3: UNA VACANZA MOSTRUOSA	WARNER BROS	22/08/18	481	12.254.184 €	1.934.922	12.266.427 €	1.938.153
6	GLI INCREDBILI 2	WALT DISNEY	19/09/18	590	12.048.568 €	1.874.635	12.060.640 €	1.878.169
7	JURASSIC WORLD - IL REGNO DISTRUTTO	UNIVERSAL	07/06/18	529	10.688.691 €	1.639.036	10.689.189 €	1.639.172
8	JUMANJI: BENVENUTI NELLA GIUNGLA	WARNER BROS	01/01/18	394	10.286.561 €	1.510.988	10.286.561 €	1.510.988
9	IL RITORNO DI MARY POPPINS	WALT DISNEY	20/12/18	619	9.768.894 €	1.456.559	12.175.008 €	1.833.203
10	LO SCHIACCIANOCI E I QUATTRO REGNI	WALT DISNEY	31/10/18	536	9.424.296 €	1.479.223	9.444.880 €	1.485.037
11	LA FORMA DELL'ACQUA - THE SHAPE OF WATER	20TH CENTURY FOX	14/02/18	346	8.651.762 €	1.363.329	8.652.752 €	1.363.599
12	VENOM	WARNER BROS	04/10/18	421	8.497.740 €	1.236.442	8.500.812 €	1.236.966
13	BLACK PANTHER	WALT DISNEY	14/02/18	372	7.177.552 €	1.064.382	7.179.698 €	1.064.816
14	DEADPOOL 2	20TH CENTURY FOX	15/05/18	477	7.106.993 €	1.051.396	7.106.993 €	1.051.396
15	A STAR IS BORN	WARNER BROS	11/10/18	459	6.780.177 €	994.557	6.988.753 €	1.041.846
16	THE POST	O1 DISTRIBUTION	01/02/18	456	6.481.803 €	1.027.588	6.482.858 €	1.027.851
17	IL GRINCH	UNIVERSAL	29/11/18	454	5.769.967 €	908.927	5.851.682 €	923.742
18	THE NUN - LA VOCAZIONE DEL MALE	WARNER BROS	20/09/18	362	5.464.928 €	795.058	5.465.627 €	795.183
19	MISSION: IMPOSSIBILE - FALLOUT	20TH CENTURY FOX	29/08/18	399	5.247.493 €	767.261	5.247.593 €	767.281
20	ANT-MAN AND THE WASP	WALT DISNEY	14/08/18	388	4.883.236 €	752.057	4.883.723 €	752.191
21	READY PLAYER ONE	WARNER BROS	28/03/18	447	4.882.783 €	779.601	4.888.002 €	780.976
22	L'ORA PIÙ BUIA	UNIVERSAL	18/01/18	322	4.474.922 €	714.582	4.478.484 €	715.424
23	SOLO: A STAR WARS STORY	WALT DISNEY	23/05/18	523	4.460.593 €	661.041	4.460.593 €	661.041
24	ESCOBAR - IL FASCINO DEL MALE	NOTORIOUS PICT.	19/04/18	373	3.482.911 €	522.958	3.482.911 €	522.958
25	HALLOWEEN	UNIVERSAL	25/10/18	362	3.393.091 €	479.581	3.394.185 €	479.767

Nota: tra le code dei blockbuster usciti nell'anno precedente si segnala quella di *Coco* (8,5 milioni) e di *Wonder* (7,2 milioni). Tra le altre produzioni Usa del 2018 si segnalano gli incassi di *Shark - Il primo squalo* (*The Meg*) (5 milioni) distribuito in 270 cinema, *Il filo nascosto* (3,9 milioni) distribuito in 246 cinema, *Tre manifesti a Ebbing, Missouri* (3,8 milioni) distribuito in 161 cinema

Fig. 8

## TOP 25 DEI BLOCKBUSTER USCITI NEL 2019

I film di grandi produzioni Usa distribuiti in Italia dal 1° gennaio al 31 dicembre 2019 in oltre 300 cinema al primo weekend di programmazione

	Titolo	Distribuzione	Data di uscita	N. cinema 1° WE	Incasso nell'anno di uscita	Presenze nell'anno di uscita	Incasso finale	Presenze finali
1	IL RE LEONE	WALT DISNEY	21/08/19	594	37.507.800 €	5.692.214	37.524.389 €	5.696.717
2	AVENGERS: ENDGAME	WALT DISNEY	24/04/19	598	30.282.559 €	4.098.421	30.282.699 €	4.098.467
3	JOKER	WARNER BROS	03/10/19	591	29.366.248 €	4.193.477	29.671.809 €	4.248.884
4	FROZEN II - IL SEGRETO DI ARENDELLE	WALT DISNEY	27/11/19	634	18.155.171 €	2.813.176	19.066.461 €	2.957.434
5	ALADDIN	WALT DISNEY	22/05/19	605	15.440.518 €	2.411.864	15.455.047 €	2.415.229
6	MALEFICENT - SIGNORA DEL MALE	WALT DISNEY	17/10/19	586	12.370.911 €	1.872.529	12.376.567 €	1.874.425
7	C'ERA UNA VOLTA A... HOLLYWOOD	WARNER BROS	18/09/19	577	11.891.131 €	1.716.656	11.999.568 €	1.736.522
8	SPIDER-MAN: FAR FROM HOME	WARNER BROS	10/07/19	445	11.770.145 €	1.768.876	11.771.528 €	1.769.148
9	DUMBO	WALT DISNEY	28/03/19	590	11.212.272 €	2.004.882	11.215.070 €	2.005.774
10	STAR WARS: L'ASCEA DI SKYWALKER	WALT DISNEY	18/12/19	543	11.211.588 €	1.501.941	13.246.838 €	1.779.598
11	RALPH SPACCA INTERNET	WALT DISNEY	01/01/19	595	10.851.694 €	1.684.484	10.856.895 €	1.685.913
12	AQUAMAN	WARNER BROS ITALIA	01/01/19	415	10.768.123 €	1.538.095	10.768.123 €	1.538.095
13	CAPTAIN MARVEL	WALT DISNEY	06/03/19	528	10.244.047 €	1.556.091	10.247.144 €	1.556.727
14	GREEN BOOK	EAGLE PICTURES	31/01/19	331	10.133.145 €	1.631.687	10.169.152 €	1.641.902
15	IT - CAPITOLO DUE	WARNER BROS	05/09/19	498	9.480.672 €	1.339.106	9.483.916 €	1.339.651
16	DRAGON TRAINER - IL MONDO NASCOSTO	UNIVERSAL	31/01/19	468	7.258.938 €	1.126.183	7.259.602 €	1.126.314
17	CREED II	WARNER BROS	24/01/19	413	7.218.712 €	1.042.945	7.218.712 €	1.042.945
18	JUMANJI: THE NEXT LEVEL	WARNER BROS	25/12/19	457	7.207.580 €	1.007.582	12.381.322 €	1.754.971
19	IL CORRIERE - THE MULE	WARNER BROS	07/02/19	442	6.572.625 €	1.024.791	6.575.436 €	1.025.573
20	LA FAMIGLIA ADDAMS	EAGLE PICTURES	31/10/19	467	6.488.948 €	1.021.533	6.509.610 €	1.026.474
21	FAST & FURIOUS - HOBBS & SHAW	UNIVERSAL	08/08/19	401	6.399.618 €	929.369	6.399.758 €	929.399
22	TOY STORY 4	WALT DISNEY	26/06/19	525	6.375.047 €	1.022.066	6.377.215 €	1.022.688
23	AFTER	O1 DISTRIBUTION	11/04/19	474	6.353.560 €	947.610	6.354.540 €	947.807
24	POKEMON DETECTIVE PIKACHU	WARNER BROS	09/05/19	418	5.207.242 €	803.553	5.215.811 €	805.312
25	A UN METRO DA TE	NOTORIOUS PICT.	21/03/19	383	4.934.759 €	805.816	4.936.750 €	806.282

Nota: tra le code dei blockbuster usciti nell'anno precedente si segnala quella di *Bohemian Rhapsody* (7,7 milioni)

Fonte: Cinetel





*Avengers: Endgame*  
(30,2 milioni di euro  
nel 2019)

di uscite blockbuster si assesta su almeno 60 titoli distribuiti nel primo weekend in un minimo di 300 cinema.

### NON TUTTI I BLOCKBUSTER SONO UGUALI. QUALI SERVONO DAVVERO?

Guardando le tabelle di queste pagine, emerge un dato che conosciamo bene: in questi ultimi 10 anni la massa dei blockbuster di successo arriva dallo sfruttamento di IP (proprietà intellettuali) già esistenti: gli unici 3 titoli nella vetta più alta delle classifiche annuali non riconducibili a franchise già esistenti sono *Inside Out*, *Bohemian Rhapsody* e *Tenet*. Una fetta consistente del box office è fatta dai cinecomic Marvel e in parte DC. Numeri importanti sono anche quelli delle saghe come *Star Wars* (che è andata però in calando) e *Fast & Furious* (che invece, al decimo episodio, continua a raccogliere numeri importanti con *Fast X* arrivato nel momento in cui scriviamo a più di 11 milioni), o degli animation Pixar

e Disney (ultimamente ancora un po' penalizzati dalle uscite direttamente o quasi in contemporanea in streaming degli anni pandemici), DreamWorks o Illumination Entertainment (quest'ultima oramai una testa di serie grazie alle saghe dei *Minions/Cattivissimo Me* e ora con *Super Mario Bros.*). Forti, a volte fortissimi (vedi *Il re leone* o *La Bella e la Bestia*), sono i live action tratti dai classici Disney del passato. Un genere che invece aveva registrato numeri significativi negli anni Dieci ma che è poi andato scomparendo è quello del young adult: saghe come *Twilight* e *Hunger Games* non hanno trovato eredi negli ultimi anni, con quel target ora sollecitato principalmente dalle piattaforme.

Sul fronte dei contenuti "non-franchise", da segnalare anche i blockbuster d'autore, come quelli di Eastwood (con *American Sniper* a 19 milioni), Iñárritu (con *Revenant* a 13,9 milioni), di Scorsese (con *The Wolf of Wall Street* a ➤

*Madagascar 3*  
(21,9 milioni  
di euro nel 2012)

Fig. 9  
**TOP 10 DEI BLOCKBUSTER USCITI NEL 2020**

I film di grandi produzioni Usa distribuiti in Italia nei mesi di apertura delle sale

	Titolo	Distribuzione	Data di uscita	N. cinema 1° WE	Incaso nell'anno di uscita	Presenze nell'anno di uscita	Incaso finale	Presenze finali
1	TENET	WARNER BROS	26/08/20	351	6.758.862 €	958.282	6.770.253 €	960.495
2	1917	01 DISTRIBUTION	23/01/20	435	6.662.347 €	1.031.183	6.670.387 €	1.033.535
3	PICCOLE DONNE	WARNER BROS	09/01/20	382	5.979.449 €	938.261	5.982.111 €	938.964
4	DOLITTLE	UNIVERSAL	30/01/20	389	4.611.391 €	733.158	4.612.853 €	733.793
5	AFTER 2	01 DISTRIBUTION	02/09/20	401	4.157.677 €	605.201	4.157.729 €	605.211
6	JOJO RABBIT	WALT DISNEY	16/01/20	268	4.089.931 €	649.839	4.089.931 €	649.839
7	RICHARD JEWELL	WARNER BROS	16/01/20	401	2.618.000 €	413.340	2.619.414 €	413.891
8	SONIC - IL FILM	20TH CENTURY FOX	13/02/20	415	2.461.902 €	404.921	2.462.368 €	405.162
9	BIRDS OF PREY	WARNER BROS	06/02/20	409	2.408.712 €	357.932	2.408.712 €	357.932
10	GREENLAND	L. RED/UNIVERSAL	08/10/20	325	1.486.542 €	225.973	1.486.588 €	225.981

Nota: tra le code dei blockbuster usciti nell'anno precedente si segnala quella di *Jumanji: The Next Level* (5,1 milioni) e *Star Wars: L'ascesa di Skywalker* (2 milioni)

Fonte: Cinetel



Star Wars:  
Il risveglio della  
Forza (25,5 milioni di  
euro a fine corsa)

Fast X (già oltre  
gli 11 milioni a  
inizio giugno)

Fig. 10

## TOP 15 DEI BLOCKBUSTER USCITI NEL 2021

I film di grandi produzioni Usa distribuiti in Italia dal 1° gennaio al 31 dicembre 2021 in oltre 300 cinema al primo weekend di programmazione

	Titolo	Distribuzione	Data di uscita	N. cinema 1° WE	Incaso nell'anno di uscita	Presenze nell'anno di uscita	Incaso finale	Presenze finali
1	SPIDER-MAN: NO WAY HOME	WARNER BROS	15/12/21	527	19.379.321 €	2.576.591	24.938.772 €	3.384.660
2	ETERNALS	WALT DISNEY	03/11/21	468	8.400.401 €	1.156.365	8.403.796 €	1.156.924
3	NO TIME TO DIE	UNIVERSAL	30/09/21	521	8.018.877 €	1.103.418	8.043.453 €	1.107.999
4	DUNE	WARNER BROS	16/09/21	455	7.318.499 €	1.019.411	7.359.218 €	1.026.065
5	VENOM: LA FURIA DI CARNAGE	WARNER BROS	14/10/21	406	7.109.002 €	989.701	7.117.367 €	990.995
6	FAST & FURIOUS 9	UNIVERSAL	18/08/21	426	4.864.243 €	668.510	4.865.393 €	668.648
7	BLACK WIDOW	WALT DISNEY	07/07/21	359	4.772.899 €	673.857	4.772.899 €	673.857
8	ENCANTO	WALT DISNEY	24/11/21	536	4.539.199 €	685.033	4.696.035 €	715.423
9	SHANG-CHI E LA LEGGENDA DEI DIECI ANELLI	WALT DISNEY	01/09/21	377	3.822.820 €	550.871	3.822.872 €	550.885
10	HOUSE OF GUCCI	EAGLE PICTURES	16/12/21	473	3.717.607 €	509.145	5.378.336 €	752.867
11	SPACE JAM - NEW LEGENDS	WARNER BROS	23/09/21	391	3.075.691 €	452.951	3.088.739 €	455.359
12	LA FAMIGLIA ADDAMS 2	EAGLE PICTURES	28/10/21	513	2.805.311 €	428.630	2.821.645 €	431.893
13	GHOSTBUSTERS: LEGACY	WARNER BROS	18/11/21	442	2.464.380 €	359.525	2.468.604 €	360.506
14	CRUDELIA	WALT DISNEY	26/05/21	327	2.345.851 €	357.100	2.346.355 €	357.260
15	THE FRENCH DISPATCH	WALT DISNEY	11/11/21	312	2.101.490 €	309.173	2.167.074 €	322.776

Nota: tra le altre produzioni Usa del 2021 si segnala l'incasso di *The Conjuring - Per ordine del diavolo* (2,1 milioni di euro) distribuito in ?? cinema al suo primo weekend di programmazione

Fonte: Cinetel

11,9 milioni), di Nolan (con *Interstellar* a 10,8 milioni), di Tarantino (con *Django Unchained* a 12 milioni o *C'era una volta a... Hollywood* a 11,9 milioni), Del Toro (con *La forma dell'acqua* a 8,6 milioni), del giovane Chazelle (con *La La Land* a 8,2 milioni), del veterano e prolifico Spielberg (tra i vari titoli *Lincoln* a 6,5 milioni) e, nel suo "piccolo", di Aronofsky che con *The Whale* quest'anno ha totalizzato più di 3,4 milioni. E di importanza fondamentale per variegare l'offerta sono i "blockbuster di qualità allargata" come *Assassinio sul Nilo* (14,6 milioni), *Green Book* (10,1 milioni), *Collateral Beauty* (9,5 milioni), *Inferno* (12,4 milioni) di Ron Howard; una tipologia di titoli, quest'ultima, della quale si è avvertita la mancanza nel post-Covid.

### ALLA RICERCA DEI BLOCKBUSTER ESTIVI

Un dato importante: a luglio e agosto le uscite di blockbuster in Italia si riducono ai minimi termini. Anche il 2019, l'anno che ormai celebriamo come quello del rilancio della stagione estiva grazie a *Moviment*, in realtà solo tre titoli sono stati distribuiti in quei mesi in più di 300 cinema: *Spider-Man: Far From Home* (il 10 luglio), *Fast & Furious: Hobbs and Shaw* (l'8 agosto) e *Il re Leone* (il 21 agosto), con quest'ultimo che, con i suoi epocali 37,5 milioni euro, è stato in grado di coprire la mancanza di altri titoli significativi. Lo

si continua a ripetere: servono più grosse produzioni hollywoodiane di richiamo a costellare in maniera continuativa, settimana dopo settimana, i mesi di luglio ed agosto. Per questo 2023, la situazione sembra finalmente cambiare: sia luglio sia agosto vedono per quasi ogni weekend una nuova release internazionale di peso.

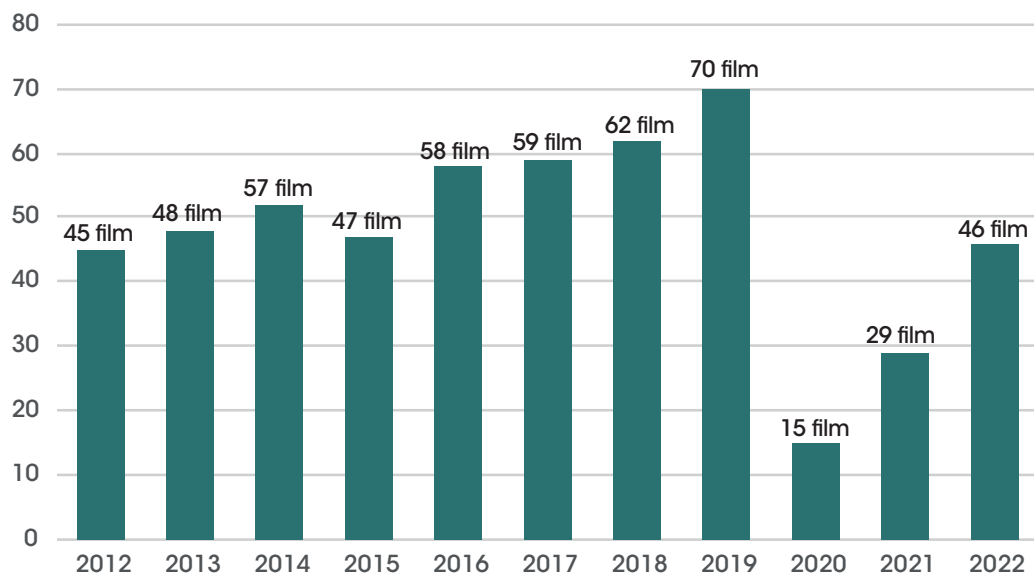
### UNO SGUARDO AL 2023

Gettando uno sguardo al 2023, nei primi due mesi dell'anno c'è stata un'offerta

Fig. 13

### LE USCITE BLOCKBUSTER DAL 2012 AL 2022

Numero di film di grandi produzioni Usa distribuiti in Italia in più di 300 cinema al primo weekend di programmazione



Fonte: Cinetel

Fig. 11  
**TOP 25 DEI BLOCKBUSTER USCITI NEL 2022**

I film di grandi produzioni Usa distribuiti in Italia dal 1° gennaio al 31 dicembre 2022 in più di 300 cinema al primo weekend di programmazione

	Titolo	Distribuzione	Data di uscita	N. cinema 1° WE	Incasso nell'anno di uscita	Presenze nell'anno di uscita	Incasso finale	Presenze finali
1	AVATAR - LA VIA DELL'ACQUA	WALT DISNEY	14/12/22	597	27.588.899 €	3.143.621	44.788.265 €	5.055.986
2	MINIONS 2 - COME GRU DIVENTA CATTIVISSIMO	UNIVERSAL	18/08/22	506	14.776.864 €	2.187.170	14.779.386 €	2.187.688
3	DOCTOR STRANGE NEL MULTIVERSO DELLA FOLLIA	WALT DISNEY	04/05/22	543	13.670.004 €	1.854.490	13.670.004 €	1.854.490
4	TOP GUN: MAVERICK	EAGLE PICTURES	25/05/22	548	13.143.322 €	1.783.621	13.152.697 €	1.785.315
5	THOR: LOVE AND THUNDER	WALT DISNEY	06/07/22	448	10.829.145 €	1.478.680	10.829.145 €	1.478.680
6	THE BATMAN	WARNER BROS	03/03/22	538	10.220.992 €	1.398.675	10.220.992 €	1.398.675
7	BLACK PANTHER - WAKANDA FOREVER	WALT DISNEY	09/11/22	507	8.459.839 €	1.140.118	8.464.734 €	1.141.220
8	ANIMALI FANTASTICI - I SEGRETI DI SILENTE	WARNER BROS	13/04/22	539	8.446.732 €	1.164.262	8.447.204 €	1.164.380
9	JURASSIC WORLD - IL DOMINIO	UNIVERSAL	02/06/22	480	8.101.502 €	1.119.500	8.101.502 €	1.119.500
10	UNCHARTED	WARNER BROS	17/02/22	438	6.248.691 €	897.289	6.248.691 €	897.289
11	ASSASSINIO SUL NILO	WALT DISNEY	10/02/22	615	5.575.327 €	803.821	5.575.327 €	803.821
12	BLACK ADAM	WARNER BROS	20/10/22	442	5.120.059 €	710.402	5.120.059 €	710.402
13	SONIC 2 - IL FILM	EAGLE PICTURES	07/04/22	403	4.293.990 €	658.817	4.295.990 €	659.283
14	IL GATTO CON GLI STIVALI 2 - L'ULTIMO DESIDERIO	UNIVERSAL	07/12/22	527	3.997.341 €	609.169	6.110.421 €	922.126
15	ELVIS	WARNER BROS	22/06/22	447	3.255.946 €	484.182	3.267.611 €	486.730
16	MORBIUS	WARNER BROS	31/03/22	481	3.040.215 €	424.367	3.040.215 €	424.367
17	BULLET TRAIN	WARNER BROS	25/08/22	409	2.804.075 €	436.494	2.804.956 €	436.862
18	MATRIX RESURRECTIONS	WARNER BROS	01/01/22	470	2.648.518 €	357.324	2.648.564 €	357.330
19	LIGHTYEAR - LA VERA STORIA DI BUZZ	WALT DISNEY	15/06/22	466	2.579.317 €	380.654	2.580.732 €	380.974
20	TROPPO CATTIVI	UNIVERSAL	31/03/22	437	2.539.587 €	391.302	2.542.703 €	392.094
21	TICKET TO PARADISE	UNIVERSAL	06/10/22	414	2.532.725 €	367.433	2.536.958 €	369.073
22	DC LEAGUE OF SUPER-PETS	WARNER BROS	01/09/22	429	2.358.688 €	402.186	2.361.215 €	402.809
23	THE MENU	WALT DISNEY	17/11/22	310	2.089.273 €	295.297	2.116.182 €	300.393
24	DON'T WORRY DARLING	WARNER BROS	22/09/22	369	2.035.560 €	328.785	2.037.975 €	329.340
25	BELFAST	UNIVERSAL	24/02/22	378	1.863.907 €	302.091	1.871.727 €	304.466

Nota: Nel 2022 è uscita anche la re-release di *Avatar* che ha incassato quasi 3 milioni di euro. Tra le altre produzioni Usa del 2022 si segnalano *Halloween Ends* (2,3 milioni) distribuito in 295 cinema e *Smile* (2,1 milioni) distribuito in 232 cinema ai loro primi weekend di programmazione

Fonte: Cinetel

Fig. 12  
**TOP 10 DEI BLOCKBUSTER USCITI NEL 2023**

I film di grandi produzioni Usa distribuiti in Italia dal 1° gennaio al 12 giugno 2023 in oltre 300 cinema al primo weekend di programmazione

	Titolo	Distribuzione	Data di uscita	N. cinema 1° WE	Incasso nell'anno di uscita	Presenze nell'anno di uscita	Incasso finale	Presenze finali
1	SUPER MARIO BROS - IL FILM	UNIVERSAL	05/04/23	562	20.341.134 €	2.788.713	20.318.745 €	2.784.221
2	FAST X	UNIVERSAL	18/05/23	506	11.432.624 €	1.451.477	10.936.563 €	1.368.597
3	GUARDIANI DELLA GALASSIA VOL. 3	WALT DISNEY	03/05/23	521	10.815.190 €	1.432.743	10.705.622 €	1.413.535
4	LA SIRENETTA	WALT DISNEY	24/05/23	563	10.251.351 €	1.468.475	8.495.436 €	1.158.357
5	CREED III	WARNER BROS	02/03/23	421	6.831.511 €	917.113	6.831.511 €	917.113
6	ANT-MAN AND THE WASP: QUANTUMANIA	WALT DISNEY S.M.P. ITALIA	15/02/23	479	5.974.308 €	810.420	5.974.308 €	810.420
7	JOHN WICK 4	01 DISTRIBUTION	23/03/23	430	5.638.606 €	745.261	5.638.606 €	745.261
8	AIR - LA STORIA DEL GRANDE SALTO	WARNER BROS	06/04/23	391	3.446.312 €	484.439	3.446.312 €	484.439
9	THE WHALE	I WONDER PICTURES	23/02/23	312	3.418.052 €	513.731	3.418.052 €	513.731
10	LA CASA - IL RISVEGLIO DEL MALE	WARNER BROS	20/04/23	350	3.002.419 €	386.301	3.002.419 €	386.301

Nota: tra le code dei blockbuster dell'anno precedente si segnala l'incasso di *Avatar: La via dell'acqua* di 27,8 milioni

Fonte: Cinetel

*Bohemian Rhapsody*  
 (29 milioni di euro di incasso complessivo)

ristretta a livello di uscite blockbuster, con gennaio segnato solo dalla coda lunghissima di *Avatar: La via dell'acqua* (da 17 milioni) e nessun'altra nuova uscita di nota, mentre solo tre blockbuster (*Creed III*, *John Wick 4* ed *Ant-Man and the Wasp: Quantumania*) sono passati nelle sale da febbraio a marzo, ognuno con un incasso superiore ai 5 milioni. Fortunatamente l'arrivo di *Super Mario Bros - Il film* ha segnato una netta inversione di tendenza: l'animation distribuito da Universal è stato un grandissimo successo da oltre 20 milioni di euro, poi seguito da

quelli delle immediate settimane successive dei *Guardiani della Galassia Vol.3*, *Fast X* e *La sirenetta* (tutti sopra i 10 milioni). Il calendario estivo da giugno ad agosto è ricco, e anche da settembre a dicembre l'offerta è importante: complessivamente, il numero di uscite blockbuster del 2023 dovrebbe tornare ai livelli del 2019. Un bel segnale per la salute del settore theatrical, sempre però nella consapevolezza che il mercato deve essere sostenuto anche da un'offerta ben strutturata e diversificata di film italiani e del segmento di qualità e d'essai. **BO**



# we are

**We Are Different** [wi/ə/'dɪfərənt], idea plurale, significati variabili; [dall'inglese, e ancora prima dal latino, soggetto/verbo/complemento]. – **1.** Stando a un'antica profezia Maya il 21 dicembre 2012 il mondo sarebbe dovuto morire, ma erano solo le illusioni dei più disfattisti tra gli intellettuali. Le cose erano leggermente diverse. Secondo i Maya, infatti, quella data avrebbe sancito l'inizio di un cambiamento radicale della realtà per come l'avevamo conosciuta fino a quel momento. I tempi erano più che propizi, perché eravamo alle porte dell'Era dell'Aquario, ipotetica epoca di pace e profonda evoluzione spirituale. "Let the Sunshine in!", cantavano euforici i The 5th Dimension, e infatti il 21 dicembre 2012 "Gangnam Style" di PSY raggiunge un miliardo di visualizzazioni su YouTube. È l'Apocalisse, che etimologicamente parlando altro non è che una rivelazione, e cinque mesi prima che tutto questo accada,

nel bel mezzo di Bologna, *Wepromo* decide di nascere. **2.** È estate e siamo in un piccolo ufficio con poche persone. Finisce quell'estate, ne comincia un'altra, poi arrivano qualche inverno e persino un paio di autunni e primavere. Le persone iniziano a circolare, si alternano e si siedono vicine di fronte allo stesso computer affinando sempre di più il mestiere. Ma quale mestiere? **3.** Lo dice il nome: We-promo. *We*, che poi saremmo noi, e *Promo*, che poi sarebbe quello che facciamo. Semplice, un trisillabo esaustivo e intuitivo, volendo anche piuttosto eufonico. Il problema però è che a mano a mano che i listini si aggiornano, i pop corn scoppiano e gli *occhialetti 3D* cambiano spessore, il trisillabo resta coerente, ma non più esaustivo. E se è vero che nel lavoro, e quindi pure nella vita, tutto scorre come fa l'acqua di un fiume che si scompone e frammenta rimanendo però di fatto sempre la stessa, allora anche

# different.

Wepromo deve imparare a *seguire l'onda*. E così è. La pellicola cede definitivamente il posto al digitale e il cinema delle piattaforme fa il suo ingresso in scena. E intanto sorgono statue sulle acque dei Navigli, dei killer di buona forchetta si improvvisano chef e sui campi da basket delle grandi città si aprono portali e ragnatele che portano a nuovi insperati multiversi. Delle box misteriose iniziano a lanciare maledizioni, le sale cinematografiche entrano dentro i social network e i social network entrano dentro le sale da tè, mentre le anteprime dei film, sempre più numerose e partecipate, si popolano di forbici da cucito, sushi, sirene e pure qualche palla da discoteca. 4. Nata nell'era dell'Aquario, ma fedele al segno del Cancro, Wepromo non ne ha ancora abbastanza e subito sbarca a Madrid, a Sorrento, Riccione e Milano, arriva alla Festa del Cinema di Roma, a Venezia, Firenze e in Giordania. Sono anni

intensi, diversi tra loro, ma sempre legati l'uno all'altro dalla *cura* con cui le persone che li abitano scelgono di volta in volta l'ostacolo oltre il quale gettare il proprio cuore. È un concetto un po' strano da capire se non ci vivi dentro, un po' come tutta quella storia del rumore del mare dentro la conchiglia pure quando quella sta fuori dall'acqua. È il tempo che scorre in modo diverso, decelerando e imbizzarrendosi a suo piacimento, e un po' finisce che è colpa pure del *cinema*, perché anche lui cambia, e persiste, ma sempre e solo nella sua solita imprevedibile maniera.

**WE**<sup>®</sup>  
**PROMO**

# ALLARME RICAMBIO GENERAZIONALE

I DATI D'INCASSO DEGLI ULTIMI ANNI LO INDICANO CHIARAMENTE: DA TOM CRUISE A DWAYNE JOHNSON, GLI ATTORI CHE TENGONO A GALLA HOLLYWOOD HANNO TUTTI DAI 50 ANNI IN SU. LONTANO DAI FRANCHISE MANCA UNO STAR SYSTEM GIOVANE CHE SIA DAVVERO UNA GARANZIA DI CONTINUITÀ AL BOX OFFICE: UN FENOMENO CHE RIGUARDA IL CINEMA AMERICANO MA ANCHE QUELLO ITALIANO, E CHE RICHIEDE UNA SERIA RIFLESSIONE PER CREARE DAVVERO I NUOVI DIVI DI DOMANI

di Elisa Grando

Il futuro dello star system è in pericolo? Forse sì. L'allarme arriva direttamente da Hollywood, ormai sempre più cosciente di non essere più un Paese per giovani. Nello star system mondiale manca un ricambio generazionale funzionale non solo a rinnovare l'immaginario cinematografico, ma anche a farsi garanzia di grandi incassi. L'emergenza è emersa anche al Cinema-Con di Las Vegas, lo scorso aprile: esercenti e distributori, tra i quali Tony Chambers di Disney, si sono detti preoccupati che Hollywood avesse perso la capacità di creare nuovi divi. Perché le star davvero "bankable", termine usato dagli americani per definire un attore o un'attrice che con la sua sola presenza è garanzia di successo del film, hanno tutte superato da un pezzo gli "anta". L'analisi dei dati sul box office di questa prima metà del 2023 parla chiaro: nei primi venti posti tra gli incassi mondiali (fonte Box Office Mojo) al terzo posto troviamo *Fast X*, con il 56enne Vin Diesel, in quinta posizione c'è *John Wick: Chapter 4* con il 58enne Keanu Reeves, seguono *Air* con i cinquantenni Matt Damon, Ben Affleck e Jason Bateman, *The Pope's Exorcist* con il 59enne Russell Crowe, senza contare



**WARNING**

il ritorno in sala di *Titanic* per il 25mo anniversario dell'uscita. E il botteghino degli over 70 è in rialzo non solo con *Indiana Jones e il quadrante del destino* con Harrison Ford ma anche con i risultati attesi dall'uscita di *Breakout* con Arnold Schwarzenegger e *That's Amore* con John Travolta (che, per precisione, compirà 70 anni il prossimo febbraio). Mentre tra i titoli sui quali scommettere di più, il mercato di Cannes ha indicato il reboot di *Cliffhanger*, col ritorno dello scalatore 76enne Sylvester Stallone: del resto molte di queste vecchie glorie, nelle scene d'azione e di stunt, sono ben più spericolati dei loro colleghi più giovani.

Anche i grandi riconoscimenti internazionali indicano la stessa via: quest'anno i Premi Oscar ai migliori attori sono andati a Brendan Fraser, Michelle Yeoh, Ke Huy Quan, Jamie Lee Curtis, tutti tra i 50 e i 65 anni. Ed è ormai celeberrima la frase che Steven Spielberg ha detto al sessantenne Tom Cruise abbracciandolo al rituale pranzo dell'Academy: «Hai salvato Hollywood», visto che *Top Gun: Maverick* ha incassato da solo un miliardo e mezzo di dollari.

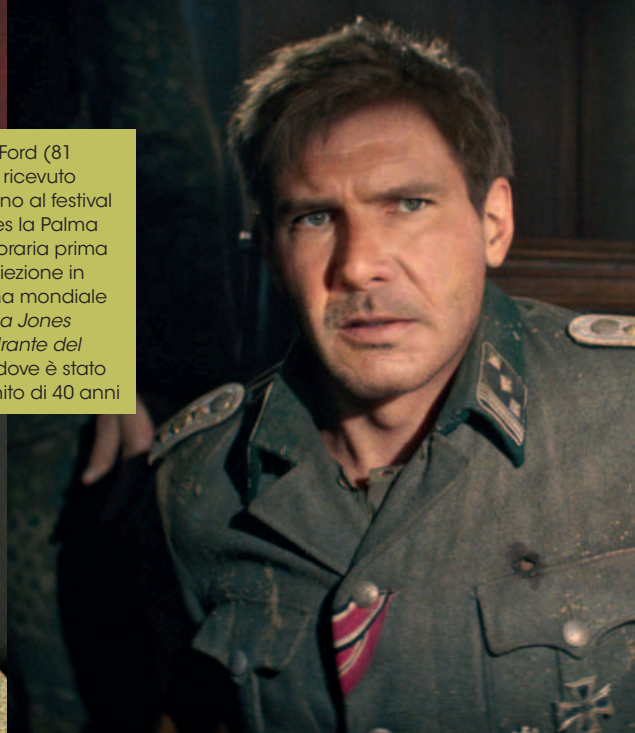
Chi, fra i giovani divi anche amatissimi come Timothée Chalamet, Tom Holland e

Zendaya, sarebbe capace di portare al cinema con la forza del proprio nome la stessa quantità di pubblico? Forse, per ora, nessuno. Perché l'impressione è che l'industria cinematografica non sia riuscita, negli ultimi anni, a costruire uno star system under 40 che abbia la stessa forza commerciale e mediatica della generazione precedente. I nuovi nomi non sono "familiari" quanto quelli delle star di vecchia generazione, tanto che il grande pubblico spesso fatica ad associare nome a volto. Il divo non è più un personaggio mitizzato, ma raggiungibile persino nella sua intimità domestica attraverso i social media. E così, il meccanismo dello star system inevitabilmente si sgonfia.

#### MA CHE COS'È LO STAR SYSTEM?

Esiste però, spiega la critica britannica Wendy Ide del *Guardian*, «una potenziale disparità tra il modo in cui Hollywood quantifica l'idea di una "star del cinema" e il modo in cui i fan e il pubblico valutano la celebrità. La metrica del settore viene conteggiata in dollari al botteghino: si riduce al fatto che una star possa garantire un ritorno finanziario al film. Per il pubblico cinematografico, invece, la celebrità è misurata in modo diverso. Quella star attira la sua attenzione in ogni scena? Provoca davvero un brivido quando compare sullo schermo?». Insomma, per interrogarsi sulla crisi del nuovo divismo a Hollywood non bisogna confondere star system e celebrity culture. Lo star system nasce come strumento sistematico dell'industria per costruire e lanciare star che creino un diretto indotto economico coi film che interpretano, mentre il concetto più allargato di celebrities, pur comprendendo divi di enorme riconoscibilità e riscontro mediatico, non corrisponde per forza a un riscontro economico al cinema. Ecco perché un attore o un'attrice, come George Clooney e Nicole Kidman (secondo il sito The Numbers rispettivamente 82mo e 112ma nella classifica dei divi che hanno guadagnato di più come protagonisti al box office mondiale) possono essere percepiti dal pubblico come star assolute ma avere un potere ridotto o non continuativo in termini di botteghino. Lo stesso vale per la superstar Leonardo DiCaprio, appena 33mo nella medesima classifica. Del resto un sondaggio dello scorso aprile del National Research Group, società di analisi specializzata in intrattenimento e tecnologia, che chiedeva agli spettatori >

Harrison Ford (81 anni) ha ricevuto quest'anno al festival di Cannes la Palma d'oro onoraria prima della proiezione in anteprima mondiale di *Indiana Jones e il quadrante del destino*, dove è stato ringiovanito di 40 anni



Tra le star over 50 di Hollywood, Vin Diesel (55 anni) e Keanu Reeves (58 anni)

di nominare cinque attori che costituiscono per loro un motivo di andare al cinema, vedeva nella top five Tom Cruise, Dwayne Johnson, Tom Hanks, Brad Pitt e Denzel Washington: nessuno sotto i 50 anni.

**I MOTIVI DEL DECLINO**

In un articolo di *Variety*, il celebre sales agent americano George Hamilton fa risalire la sempre minor capacità di Hollywood di costruire uno star system al crollo del business dei Dvd nel 2008. Per un motivo preciso: «Quasi tutti gli attori e le attrici che oggi assicurano risultati proficui erano al cinema in film di grande successo quando i Dvd contavano ancora molto. Oggi il successo è più frazionato: molti giovani attori e attrici sono diventati star grazie soprattutto alle serie più viste su una piattaforma streaming, ma un'intera fascia di pubblico che magari non è iscritta a quella piattaforma non viene toccata da questo successo», ha dichiarato. Senza contare che gli investimenti delle piattaforme streaming in campagne marketing sui singoli titoli (almeno per quanto riguarda i film: diverso è l'investimento per le grandi serie) sono molto minori rispetto ai budget dedicati al lancio delle grandi uscite theatrical, per le quali spesso l'intero cast viene spostato per il mondo per incontrare il pubblico in première con tappeti rossi e consistenti ritorni mediatici.





Il 2008 è anche l'anno dell'avvio di *Twilight*, franchise che ha lanciato Robert Pattinson e Kristen Stewart (quasi 3 miliardi e 400 milioni di dollari in tutto il mondo con i suoi cinque titoli), attori che però nelle loro successive carriere non hanno più raggiunto quei picchi al box office. Allo stesso modo, star più giovani legate da contratti a lungo termine con l'universo Marvel, come Tom Holland e Chris Hemsworth, fuori dal franchise non hanno la stessa continuità d'incasso. Lo stesso vale per alcune attrici, come Scarlett Johansson quando non è nei panni di Black Widow, Margot Robbie lontana da Harley Quinn di *Suicide Squad* o Jennifer Lawrence senza i franchise di *Hunger Games* o *X-Men*. Perché «da *Twilight* in poi si è cominciato a puntare sulla promozione del franchise e della proprietà intellettuale invece che sulla promozione delle singole star», fa notare il regista e produttore Aaron Kaufman che con alcuni degli attori di *Twilight* ha lavorato in altri progetti di minor successo. Il marketing insomma si concentra più sul brand che sul divo: la vera miniera d'oro, oggi, è il franchise, non la singola star. Il successo della saga di *Fast & Furious*, per esempio, è rimasto intatto nonostante la morte di Paul Walker, o il solidissimo franchise di *Star Wars*, compresi i suoi spin-off, non ha mai presentato cedimenti forti al botteghino pur avendo salutato nel tempo, più o meno permanentemente, non solo Harrison Ford ma anche star come Ewan McGregor e Natalie Portman. L'appello del franchise presso il pubblico è la vera chiave dell'incasso, indipendentemente da chi lo interpreta: anche questo non aiuta le nuove generazioni che non beneficiano della popolarità accumulata negli anni '80 e '90.

Questa miopia nello scorgere un potenziale economico nei giovani, fa notare ancora il *Guardian*, è sintomo di un settore che è diventato negli ultimi decenni sempre meno propenso al rischio. «Guidati dagli azionisti e dagli uomini d'affari, gli studi hanno intensificato la loro ricerca di un'impredibile "scommessa sicura"», scrive Wendy Ide. «Nella pratica, significa investire in progetti già famigliari e apparentemente sicuri come remake, franchise, adattamenti cinematografici di giochi da tavolo e videogiochi: qualsiasi cosa, cioè, con un certo grado di riconoscimento nel nome».

## IL DE-AGING NON È LA RISPOSTA

La mancanza di attori under 30 che possano tener testa alla popolarità dei loro colleghi più anziani ha anche un altro effetto: Hollywood ricorre sempre più spesso al de-aging digitale affinché le star attestate possano interpretare i loro personaggi in versione più giovane. La tecnologia in merito è andata progressivamente migliorando ma non è ancora tanto soddisfacente da apparire completamente naturale come dimostrano, sottolinea *Variety*, i primi 25 minuti di *Indiana Jones e il quadrante del destino*, dove Ford è stato ringiovanito digitalmente di più di 40 anni in una sequenza action quasi completamente avvolta nella semi-oscurità. Anche *The Irishman*, pur nominato all'Oscar 2020 per i migliori effetti visivi, all'epoca dell'uscita è stato criticato perché, nonostante il make-up digitale, quando De Niro e Al Pacino interpretavano i loro personaggi da giovani continuavano comunque a muoversi come uomini di settant'anni. Sono tanti, per contro, gli esempi del passato in cui attori diversi interpretavano lo stesso personaggio nelle varie fasi della sua vita, come Judi Dench e Kate Winslet in *Iris*, o la stessa Winslet e Gloria Stuart in *Titanic*, o ancora River Phoenix e Harrison Ford in *Indiana Jones e l'ultima crociata*. Il de-aging, insomma, è la risposta sbagliata all'incapacità di Hollywood di creare delle star più giovani e più solide. E in alcuni casi arruolare altri attori per interpretare il protagonista da giovane è comunque >

Zendaya (26 anni) e Timothée Chalamet (27 anni) sono tra i pochi divi cinematografici under 30 del panorama contemporaneo



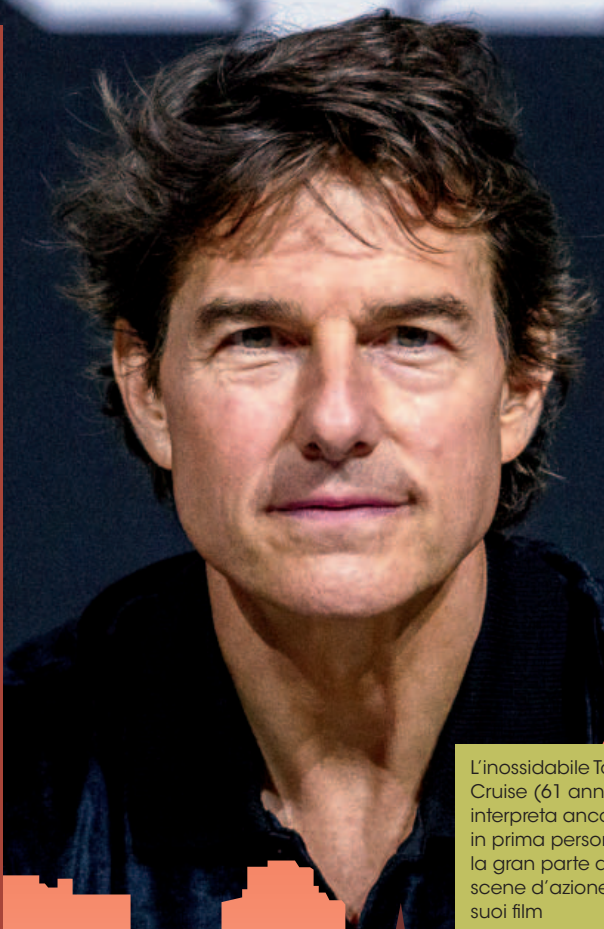
necessario e più sensato, come nel caso di un prequel come *Solo: A Star Wars Story* dove il giovane Han Solo è incarnato dal trentenne Alden Ehrenreich.

## IL "GIOVANE" STAR SYSTEM IN ITALIA

Anche nel nostro Paese a muovere davvero il box office con la loro presenza sono soprattutto gli attori nati tra il 1960 e il 1975, da Pierfrancesco Favino a Valerio Mastandrea, da Stefano Accorsi a Paola Cortellesi ed Edoardo Leo. Le eccezioni non mancano, ma sono poche: tra i divi under 40 ci sono Alessandro Borghi e Luca Marinelli, che non solo hanno incassato insieme 6 milioni di euro con *Le otto montagne*, ma stanno per alzare le loro quotazioni con due serie attesissime, *Supersex* su Rocco Siffredi per il primo, *M* sul giovane Mussolini per il secondo. O ancora Luca Argentero, uno dei pochi attori italiani a superare i 2 milioni di follower su Instagram, amatissimo per la serie *Rai Doc - Nelle tue mani* ma dai risultati diseguali al cinema. Tra le dive under 30 vanno citate Matilda De Angelis e Benedetta Porcaroli, quest'ultima con 1 milione e 400mila follower su Instagram, un record fra le giovani attrici italiane.

Anche in Italia, però, i numeri indicano che a garantire incassi sicuri sono soprattutto gli over 45. Lo suggeriscono i dati riportati dall'articolo "Attori, chi incassa di più?" su *Box Office* n. 5 del 2023, che analizza gli incassi dal 2018 al 2023. L'attore più redditizio è quello del 45enne Ceco Zalone che con un solo film, *Tolo tolo*, ha superato i 46 milioni di euro. Dopo di lui, le prime dieci posizioni sono occupate tutte da attori e attrici tra i 49 e i 64 anni, come Pierfrancesco Favino, Paola Cortellesi e Toni Servillo, ad eccezione di Sofia Scalia e Luigi Calagna, rispettivamente 26 e 30 anni, ovvero i "Me contro Te", protagonisti di quattro fortunatissimi film nati dal successo del loro canale YouTube e destinati al target specifico dei bambini e delle famiglie, una nicchia di pubblico che solitamente non ha un'offerta di star system live action ma che rappresenta una fetta importante del mercato.

Eppure, uno star system giovane e molto forte esiste, ed è legato a serie Tv che si rivolgono anche ai giovani dai 13 ai 24 anni, come *Skam*, *L'amica geniale*, oltre al fenomeno *Mare fuori*, in onda dal 2020 su Rai Due, su Raiplay e approdata anche su Netflix, che ha scatenato un vero e proprio



L'inossidabile Tom Cruise (61 anni) interpreta ancora in prima persona la gran parte delle scene d'azione dei suoi film



culto nei confronti dei protagonisti ventenni, da Massimiliano Caiazza a Matteo Paoillo, da Nicolas Maupas a Maria Esposito, da Valentina Romani a Giacomo Giorgio. Il fenomeno è transmediale: dalla televisione allo streaming, fino ai social media. Su Instagram gli attori di *Mare fuori* superano quasi tutti il milione di follower. Ma è uno star system destinato a durare negli anni? Con quali esiti commerciali potrebbe arrivare al cinema? Tra di loro, Valentina Romani è l'unica a essere approdata a un festival internazionale, con *Il sol dell'avvenire* a Cannes. Il passaggio dal successo della serie al cinema non è scontato e, quando avviene, in Italia è un processo meno veloce rispetto ai meccanismi hollywoodiani dove, ad esempio, vedremo presto Sydney Sweeney, star delle serie *Euphoria* e *White Lotus*, in quattro film, tra i quali *Madame Web* che declina al femminile lo Spider-Verse. Un segnale sulla necessità di costruire lo star system di domani l'ha lanciato anche l'Accademia del Cinema Italiano - Premi David di Donatello con il nuovo "David di Donatello - Italian Rising Stars", che sarà assegnato a dicembre in collaborazione con il sistema cinema toscano e la "50 Giorni di Cinema a Firenze": non solo un premio, ma un programma in più anni che potenzi i giovani talenti selezionati anche dal punto di vista dell'impatto sul pubblico, rafforzando





Tom Holland (27 anni) ha raggiunto la popolarità col ruolo di Spider-Man interpretato per la prima volta nel 2016



Tre degli attori italiani più popolari: Pierfrancesco Favino (53 anni), Paola Cortellesi (49) e Toni Servillo (64)



do gli ingredienti del divismo anche per la nuova generazione. Al netto delle singole proposte viene però da pensare che forse, da parte dell'industria italiana, manchi un percorso lungimirante e organico che sistematizzi la crescita dei nuovi talenti. I giovani attori, pur molto amati, restano spesso relegati ad ambiti televisivi o a film d'autore che non sempre raggiungono il grande pubblico. E scontano un vuoto di personaggi coetanei che siano davvero protagonisti: al cinema, a differenza che in Tv, sono poche le storie centrate su adolescenti o ventenni pensate per arrivare a pubblici più larghi. Anche quando arrivano sul grande schermo, i giovani divi delle serie restano in ruoli secondari, com'è accaduto a Francesco Centorame, passato da *Skam 5* a *Il colibrì* di Francesca Archibugi. Insomma, l'industria italiana fatica a costruire dei film attorno al talento degli under 30, pensati per lanciarli davvero sul mercato.

E se per ora l'unico formato che riesca a creare un giovane star system è quello della serie televisiva, il cinema potrebbe iniziare a capitalizzare questa quota di popolarità che nasce dalle serie. Molte sale americane si sono aperte per esempio alla proiezione di serie Tv di successo come *The Chosen*, *Il trono di spade* o *Downton Abbey*. Potrebbe essere un'idea anche per l'Italia, in particolare con proiezioni mirate nelle città che sono state set delle serie più amate. Nel 2017 e nel 2019, per esempio, le ultime due puntate della serie Rai *La porta rossa* e *La porta rossa 2* sono state proiettate gratuitamente anche in due cinema di Trieste, dove la serie è ambientata, in contemporanea con la messa in onda su Rai2 e alla presenza del cast: tutti gli eventi sono andati sold out. Stessa modalità e stesso successo per la proiezione delle ultime puntate della serie Rai *Volevo fare la rockstar* a Gorizia, nel 2022. Viene da pensare che, opportunamente promossi, eventi simili potrebbero funzionare anche a biglietto, basandosi sulla sinergia tra produttori, broadcaster, esercenti e film commission locali. Per potenziare quella caratteristica di crossmedialità che, oggi, sembra essere l'unica via possibile alla formazione di un nuovo star system capace non solo di richiamare il pubblico al cinema come quello che l'ha preceduto, ma anche di creare una nuova generazione di spettatori che ci traghetti nel cinema di domani.

BO

© Gettyimages (9), Disney (1), iStock (1)

# STIMOLIAMO GLI INVESTIMENTI IN SALA

**ALESSANDRO MAGGIONI**, NEO PRESIDENTE DELLA FEDERAZIONE  
CONCESSIONARIE PUBBLICITÀ - ASSOCINEMA, PRESENTA  
GLI OBIETTIVI DEL SUO MANDATO, NELLA CERTEZZA CHE  
UN CONFRONTO APERTO CON GLI ESERCENTI SIA L'UNICO  
MODO PER CREARE E INCENTIVARE NUOVE OPPORTUNITÀ  
DI INVESTIMENTO NEI CINEMA

di **Monica Ciceri**





Il mio impegno sarà quello di mettere l'associazione sempre più in ascolto e renderla capace di coinvolgere il mercato per mantenere alta l'attenzione sul mezzo e generare interesse rinnovato da parte degli investitori». Così Alessandro Maggioni (già managing director di DCA) ha commentato la sua recente nomina di presidente della Federazione Concessionarie Pubblicità - Associnema per il biennio 2023-2025. Un lavoro che ritiene estremamente stimolante e che lo vede in prima linea per creare una nuova cultura di investimento all'interno del cinema.

#### **Chi sono i principali membri di Fcp - Associnema e quali interessi rappresenta?**

La Federazione Concessionarie Pubblicità - Associnema raggruppa le principali aziende, sia concessionarie sia gestori diretti, operanti nel settore della vendita di

spazi pubblicitari nelle sale cinematografiche.

#### **In questo suo mandato quali obiettivi intende perseguire?**

Il mio impegno in FCP Associnema sarà quello di mettere l'associazione sempre più in ascolto e renderla capace di coinvolgere il mercato per mantenere alta l'attenzione sul mezzo e generare interesse rinnovato da parte degli investitori. Il cinema tornerà al centro delle pianificazioni pubblicitarie.

#### **Perché i cinema faticano così tanto a coinvolgere aziende extra-settore all'interno dei suoi spazi fisici, ad esempio il foyer?**

Le attività promo pubblicitarie nei foyer dei cinema sono sempre state un elemento caratterizzante dell'offerta delle concessionarie. Sono convinto che serva

una evoluzione delle proposte che in primis riporti l'attenzione su questi spazi, ma allo stesso tempo offra delle soluzioni chiavi in mano che valorizzino il target di riferimento offrendo agli spettatori nuove opportunità di intrattenimento, e li renda disponibili a provare esperienze nuove, dando l'opportunità anche agli esercenti di poterne approfittare per conoscere meglio il proprio pubblico.

#### **Cosa consiglierebbe a un esercente che intende migliorare su questo fronte?**

Nella mia esperienza, le case history di maggiore successo sono derivate dal confronto a tre tra il cliente, la concessionaria e gli esercenti. Sono convinto che il mercato sia pronto a recepire nuove suggestioni e che il lavoro di squadra tra concessionarie ed esercenti rappresenterà la chiave per il ritorno in grande stile di questo asset.

#### **Come vede il mercato pubblicitario nei cinema da qui alla fine dell'anno e che parienza prevede per il 2024?**

Per infondere nei nostri clienti la fiducia necessaria a ritornare a investire sul mezzo cinema servono risultati costanti in termini di attendance e maggiore comunicazione dei titoli in sala. Da dicembre 2022 stiamo assistendo a costanti miglioramenti in questa direzione e, oltre a ciò, sono state diverse le iniziative introdotte dalla filiera cinema per sostenere e rilanciare il prodotto estivo. Anche il nostro mercato, fatto di investitori pubblicitari, ma in primis da spettatori del cinema, se ne sta accorgendo, e sempre più si dimostra interessato ad ascoltarci ed incontrarci per confrontarsi rispetto alle opportunità del secondo semestre. Sono convinto che il risultato di fine anno ci stupirà in senso positivo e che questa sarà la base sulla quale potremo costruire, insieme a tutti gli attori del mercato cinema, una nuova stagione di grandi soddisfazioni anche per il cinema Adv.

BO

© Courtesy of DCA (1); iStock (2)



# UN'ITALIA POCO ANIMATA

LA NOSTRA PRODUZIONE DI LUNGOMETRAGGI PER IL CINEMA È TRA LE PIÙ BASSE IN EUROPA. EPPURE I TALENTI NON MANCANO. PERCHÉ? QUALCOSA STA CAMBIANDO? RISPONDE LA PRESIDENTE DI CARTOON ITALIA, ANNE-SOPHIE VANHOLLEBEKE

di Marco Cacioppo

*Mary e lo spirito di mezzanotte* di Enzo D'Alò arriverà nei cinema italiani quest'autunno distribuito da Bim



*L'Italia* spiega la produttrice e presidente di Cartoon Italia Anne-Sophie Vanhollebeke, da Pescara, dove si trova per la 27<sup>a</sup> edizione del Cartoons on the Bay Film Festival, «è il secondo produttore europeo di serie televisive d'animazione dopo la Francia, ma è anche uno degli ultimi, se non l'ultimo in graduatoria, per quanto riguarda i lungometraggi».

Dati Cinetel alla mano, i film d'animazione – italiani e internazionali – destinati alla sala e usciti in Italia tra il primo gennaio 2017 e l'ultima settimana di maggio del 2023 (tenendo quindi conto anche dei due anni di crisi causati dalla pandemia) sono stati 194. Di questi – di cui la stragrande maggioranza è di produzione straniera – 57 hanno superato il milione di incasso, mentre sono solo 8 quelli che sono riusciti a oltrepassare quota 10 milioni.

A battere l'incasso record – sempre rimanendo all'interno di questi ultimi sei anni – di 19 milioni di euro detenuto da

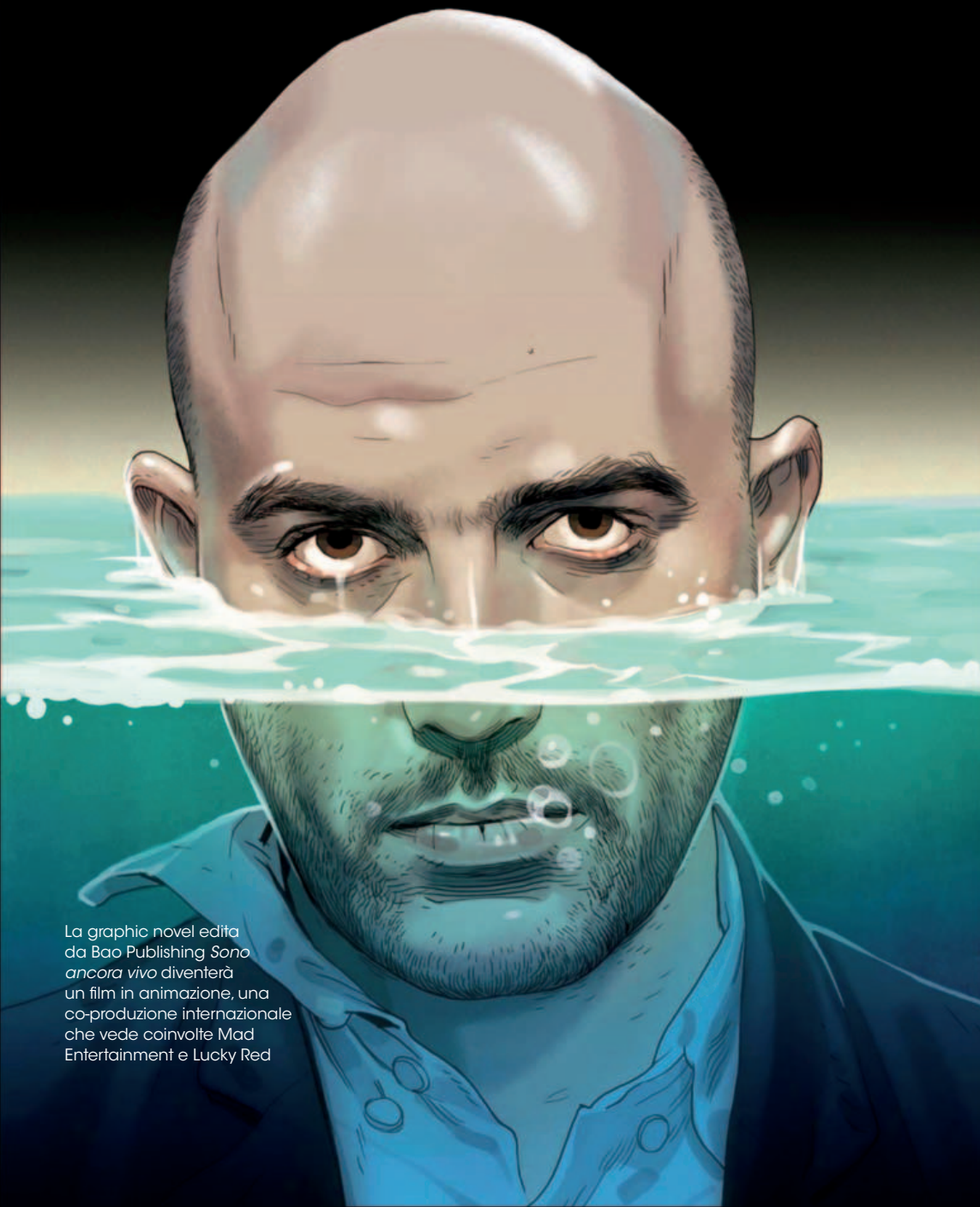


Anne-Sophie Vanhollenbeke, presidente di Cartoon Italia

*Frozen II* (Disney – 2019) è stato il recente *Super Mario Bros. - Il film* (Universal), che tra aprile e giugno di quest'anno ha varcato la soglia dei 20 milioni in circa due mesi di programmazione. Gli altri 6 titoli che hanno dominato il botteghino italiano sono: *Cattivissimo me 3* (Universal, 18 milioni), *Coco* (Disney, 11,3 milioni), *Hotel Transylvania 3* (Warner, 12,2 milioni), *Gli Incredibili 2* (Disney, 12 milioni), *Ralph spacca Internet* (Disney, 10,8 milioni) e *Minions 2* (Universal, 14,4 milioni).

Questi “magnifici otto” sono tutte produzioni americane distribuite da Studios leader del settore. È tra gli altri 49 film che hanno superato il milione che si può riscontrare una maggior varietà geografica. A dimostrazione di come il pubblico non sia orientato solo ed esclusivamente verso i soliti noti (con Disney/Pixar e DreamWorks Animation in testa), ci sono infatti anche produzioni europee tra i titoli che hanno performato meglio nelle sale italiane. Sono recenti, per esempio, i casi dello spagnolo *Mummie - A spasso nel tempo* (distribuzione Warner da 2,2 milioni di euro di incasso; da segnalare che in patria è stato un successo da 5,8 milioni), dell'ucraino *Mavka e la foresta incantata* (Notorious, 1,2 milioni), del russo *Lo schiaccianoci e il flauto magico* (Notorious/Medusa, 1,5 milioni) e degli anime *Dragon Ball Super: Super Hero* (Warner, 1,4 milioni) e *Jujutsu Kaisen 0* (Nexo, 1,1 milioni). Andando più a ritroso, ricordiamo i casi di *Loving Vincent* (Adler/Nexo, 1,95 milioni) e *Ballerina* (Videa, 4,3 milioni) nel 2017, e di *Zanna Bianca* (Adler, 2,1 milioni) nel 2018. Il problema sono gli altri 137 titoli che a fatica arrivano a incassare appena soddisfacenti se non in controtendenza rispetto ad altri Paesi: il premio Oscar danese *Flee* solo 127.000 euro; lo spagnolo *Taddeo l'esploratore* 357.000 euro (contro i 12 milioni del box office iberico); il candidato all'Oscar 2023 *Marcel the Shell*, 137.000 euro. Sono solo alcuni esempi, ma si potrebbe continuare.

E l'Italia? Con una media scarsa di un film d'animazione prodotto e distribuito localmente all'anno non riesce a sta- ➤



La graphic novel edita da Bao Publishing *Sono ancora vivo* diventerà un film in animazione, una co-produzione internazionale che vede coinvolte Mad Entertainment e Lucky Red

# COPPERBEAK

The True story of a hero... or maybe not.



Becco di rame è un film d'animazione prodotto da Ideacinema e Movimenti Production

re al passo con i numeri generati dagli altri Paesi europei. Nel 2017, *Gatta Cenerentola* (produzione per un target adulto targata Mad Entertainment con distribuzione Videa) ha incassato 431.000 euro. Un po' meglio ha fatto nel 2018 *Leo Da Vinci: Missione Monna Lisa* (produzione Gruppo Alcuni, distribuzione Videa) con i suoi 607.000 euro, anche se poi lo stesso team non è riuscito a fare altrettanto con *Minicuccioli - Le quattro stagioni* (appena 27.000 euro). Nel 2019 *La famosa invasione degli orsi in Sicilia* (co-produzione italo-francese Indigo-Prima linea, distribuzione Bim) ha raccolto 426.000 euro a fronte degli 1,6 milioni in Francia e nonostante l'eco del Festival di Cannes. E se nel 2020 la produzione Al-One *Trash* (distribuzione Notorious) si è fermata a 252.000 euro, nel 2021 *Yaya e Lennie - The Walking Liberty* (produzione Mad Entertainment distribuita da Nexo) ha fatto staccare biglietti solo per un ammontare pari a 34.000 euro.

Secondo Anne-Sophie Vanhollenbeke i motivi di questa scarsa presenza dell'animazione italiana nei nostri cinema vanno individuati alla radice: «Il quasi unico finanziatore dell'animazione in Italia è Rai Kids che, comprensibilmente, preferisce per lo stesso budget finanziare 52 puntate da 11 minuti per i suoi canali, Rai Yoyo e Rai Gulp, e non 80 minuti di film». Tradotto in numeri, specifica Anne-Sophie, si dovrebbe parlare di circa 50 milioni di euro di budget a progetto. «In passato ho lavorato per Lanterna magica, la società di produzione dietro a film come La gabbianella e il gatto e La freccia azzurra. Ai tempi avevamo distributori molto forti come Cecchi Gori e Medusa che coprivano buona parte del finanziamento. Oggi il problema è che

## I MAGGIORI INCASSI DEI FILM D'ANIMAZIONE IN ITALIA

Periodo: 2017-2023 (dati aggiornati al 6/6/2023)

Titolo	Data di uscita	Società	Incassi	Presenze
1 SUPER MARIO BROS - IL FILM	05/04/23	UNIVERSAL	20.245.909 €	2.773.680
2 FROZEN II - IL SEGRETO DI ARENDELLE	27/11/19	WALT DISNEY	19.066.461 €	2.957.434
3 CATTIVISSIMO ME 3	24/08/17	UNIVERSAL	18.019.613 €	2.788.630
4 MINIONS 2 - COME GRU DIVENTA CATTIVISSIMO	18/08/22	UNIVERSAL	14.779.387 €	2.187.688
5 HOTEL TRANSYLVANIA 3: UNA VACANZA MOSTRUOSA	22/08/18	WARNER BROS	12.266.427 €	1.938.153
6 GLI INCREDIBILI 2	19/09/18	WALT DISNEY	12.060.640 €	1.878.169
7 COCO	28/12/17	WALT DISNEY	11.366.904 €	1.758.423
8 RALPH SPACCA INTERNET	01/01/19	WALT DISNEY	10.856.895 €	1.685.913
9 SING	04/01/17	UNIVERSAL	8.951.259 €	1.570.922
10 CARS 3	14/09/17	WALT DISNEY	7.936.191 €	1.220.440
11 DRAGON TRAINER - IL MONDO NASCOSTO	31/01/19	UNIVERSAL	7.259.602 €	1.126.314
12 BABY BOSS	20/04/17	20TH CENTURY FOX	7.131.088 €	1.166.829
13 LA FAMIGLIA ADDAMS	31/10/19	EAGLE PICTURES	6.509.610 €	1.026.474
14 TOY STORY 4	26/06/19	WALT DISNEY	6.377.215 €	1.022.688
15 IL GATTO CON GLI STIVALI 2 - L'ULTIMO DESIDERIO	07/12/22	UNIVERSAL	6.110.421 €	922.126
16 FERDINAND	21/12/17	20TH CENTURY FOX	6.003.291 €	923.016
17 IL GRINCH	29/11/18	UNIVERSAL	5.851.682 €	923.742
18 ENCANTO	24/11/21	WALT DISNEY	4.696.035 €	715.423
19 BALLERINA	16/02/17	VIDEA S.P.A.	4.346.303 €	765.234
20 PETS 2 - VITA DA ANIMALI	06/06/19	UNIVERSAL	3.791.453 €	609.128
21 EMOJI - ACCENDI LE EMOZIONI	28/09/17	WARNER BROS	3.125.312 €	509.050
22 SPIDER-MAN: ACROSS THE SPIDER-VERSE	01/06/23	EAGLE PICTURES	2.874.710 €	383.946
23 LA FAMIGLIA ADDAMS 2	28/10/21	EAGLE PICTURES	2.821.645 €	431.893
24 SPIDER-MAN: UN NUOVO UNIVERSO	25/12/18	WARNER BROS	2.780.555 €	415.284
25 I PUFFI: VIAGGIO NELLA FORESTA SEGRETA	06/04/17	WARNER BROS	2.755.622 €	518.879
26 LEGO BATMAN - IL FILM	09/02/17	WARNER BROS	2.720.391 €	445.025
27 LIGHTYEAR - LA VERA STORIA DI BUZZ	15/06/22	WALT DISNEY	2.580.733 €	380.974
28 TROPPO CATTIVI	31/03/22	UNIVERSAL	2.542.704 €	392.094
29 SING 2 - SEMPRE PIU' FORTE	23/12/21	UNIVERSAL	2.486.856 €	370.732
30 DRAGON BALL SUPER: BROLI - IL FILM	28/02/19	KOCH MEDIA	2.458.248 €	360.552
31 DC LEAGUE OF SUPER-PETS	01/09/22	WARNER BROS	2.361.215 €	402.809
32 IL PICCOLO YETI	03/10/19	UNIVERSAL	2.276.528 €	372.873
33 CAPITAN MUTANDA: IL FILM	01/11/17	20TH CENTURY FOX	2.258.426 €	355.720
34 MUMMIE - A SPASSO NEL TEMPO	23/02/23	WARNER BROS	2.177.092 €	342.321
35 ZANNA BIANCA	11/10/18	ADLER ENTERTAINMENT	2.129.926 €	347.103
36 GLI EROI DEL NATALE	30/11/17	WARNER BROS	2.062.887 €	340.780
37 WONDER PARK	11/04/19	20TH CENTURY FOX	1.973.012 €	318.864
38 MONSTER FAMILY	19/10/17	ADLER ENTERTAINMENT	1.963.364 €	316.817
39 LOVING VINCENT	16/10/17	ADLER/NEXO DIGITAL	1.950.650 €	226.044
40 THE LEGO MOVIE 2: UNA NUOVA AVVENTURA	21/02/19	WARNER BROS	1.830.544 €	300.106
41 I CROODS 2 - UNA NUOVA ERA	14/07/21	UNIVERSAL	1.806.402 €	283.138
42 E' ARRIVATO IL BRONCIO	01/03/18	M2 PICTURES	1.671.246 €	274.289
43 SMALLFOOT - IL MIO AMICO DELLE NEVI	04/10/18	WARNER BROS	1.587.664 €	264.760
44 BIGFOOT JUNIOR	25/01/18	KOCH MEDIA	1.574.247 €	258.615
45 STRANGE WORLD - UN MONDO MISTERIOSO	23/11/22	WALT DISNEY	1.564.142 €	248.113
46 LO SCHIACCIANOCCI E IL FLAUTO MAGICO	03/11/22	MEDUSA/NOTORIOUS	1.555.157 €	257.438
47 DRAGON BALL SUPER: SUPER HERO	29/09/22	WARNER BROS	1.461.645 €	211.522
48 I PRIMITIVI	08/02/18	LUCKY RED DISTRIB.	1.442.794 €	237.459
49 BABY BOSS 2: AFFARI DI FAMIGLIA	07/10/21	UNIVERSAL	1.371.473 €	211.521
50 OZZY - CUCCIULO CORAGGIOSO	02/03/17	EAGLE PICTURES	1.271.519 €	237.891
51 MAVKA E LA FORESTA INCANTATA	20/04/23	NOTORIOUS PICT.	1.228.942 €	185.972
52 ANGRY BIRDS 2: NEMICI AMICI PER SEMPRE	12/09/19	WARNER BROS	1.198.140 €	199.195
53 NUT JOB - TUTTO MOLTO DIVERTENTE	23/11/17	NOTORIOUS PICT.	1.177.320 €	203.576
54 ONWARD - OLTRE LA MAGIA	19/08/20	WALT DISNEY	1.162.026 €	191.687
55 A SPASSO CON WILLY	18/04/19	NOTORIOUS PICT.	1.148.983 €	203.485
56 SPIE SOTTO COPERTURA	25/12/19	20TH CENTURY FOX	1.126.023 €	176.727
57 JUJUTSU KAISEN 0 - THE MOVIE	09/06/22	NEXO DIGITAL	1.116.948 €	117.887
58 C'ERA UNA VOLTA IL PRINCIPE AZZURRO	28/02/19	M2 PICTURES	1.024.360 €	172.973
59 ONE PIECE FILM: RED	01/12/22	PLAION PICTURES	986.123 €	132.889
60 RON - UN AMICO FUORI PROGRAMMA	21/10/21	WALT DISNEY	944.939 €	148.162
61 REX - UN CUCCIULO A PALAZZO	14/02/19	EAGLE PICTURES	880.251 €	150.318
62 VAMPIRETTO	26/10/17	NOTORIOUS PICT.	877.420 €	140.022
63 LEGO NINJAGO - IL FILM	12/10/17	WARNER BROS	849.538 €	135.362
64 L'ISOLA DEI CANI	01/05/18	20TH CENTURY FOX	776.863 €	122.446
65 YOUR NAME.	23/01/17	NEXO DIGITAL	730.539 €	75.665
66 SHERLOCK GNOMES	12/04/18	20TH CENTURY FOX	726.315 €	126.736
67 LUIS E GLI ALIENI	11/07/18	KOCH MEDIA	719.336 €	139.590
68 ARGONAUTS - MISSIONE OLIMPO	09/02/23	NOTORIOUS PICT.	704.707 €	113.526
69 PAW PATROL - IL FILM	23/09/21	EAGLE PICTURES	693.392 €	103.730
70 IL GIRO DEL MONDO IN 80 GIORNI	09/09/21	MEDUSA/NOTORIOUS	664.268 €	104.813
71 TEEN TITANS GO! IL FILM	06/09/18	WARNER BROS	658.692 €	107.584
72 SHAUN, VITA DA PECORA - FARMAGEDDON	26/09/19	KOCH MEDIA	642.629 €	109.827
73 L'ISPETTORE OTTOZAMPE E IL MISTERO DEI MISTERI	31/12/22	EAGLE PICTURES	642.468 €	102.759
74 MAZINGA Z - INFINITI	31/10/17	LUCKY RED DISTRIB.	641.031 €	104.501
75 SUZUME	27/04/23	WARNER BROS	640.239 €	86.952
76 PLAYMOBIL - THE MOVIE	31/12/19	NOTORIOUS PICT.	612.166 €	101.620
77 LEO DA VINCI - MISSIONE MONNA LISA	11/01/18	VIDEA S.P.A.	607.569 €	108.356
78 ASTERIX E IL SEGRETO DELLA POZIONE MAGICA	07/03/19	NOTORIOUS PICT.	606.152 €	101.728
79 PUPAZZI ALLA RISCOSSA	14/11/19	L. RED/UNIVERSAL	571.271 €	111.346
80 DORAEMON IL FILM - NOBITA E LA NASCITA DEL GIAPPONE	26/01/17	LUCKY RED DISTRIB.	568.968 €	107.830
81 THE FIRST SLAM DUNK	11/05/23	PLAION PICTURES	561.944 €	69.363
82 BIRBA - MICIO COMBINAGUAI	18/07/19	NOTORIOUS PICT.	555.674 €	100.587
83 ONE PIECE STAMPEDE - IL FILM	24/10/19	KOCH MEDIA S.R.L.	531.288 €	74.051
84 ANNA FRANK E IL DIARIO SEGRETO	29/09/22	LUCKY RED DISTRIB.	530.150 €	121.168
85 HOPPER E IL TEMPIO PERDUTO	21/04/22	WARNER BROS	526.982 €	79.875
86 WEATHERING WITH YOU	14/10/19	NEXO DIGITAL	494.727 €	52.169
87 TAPPO - CUCCIULO IN UN MARE DI GUAI	23/01/20	EAGLE PICTURES	494.242 €	83.633
88 SPIRIT - IL RIBELLE	17/06/21	UNIVERSAL	446.518 €	75.373
89 MAURICE - UN TOPOLINO AL MUSEO	04/05/23	EAGLE PICTURES	443.695 €	67.778
90 MASHA E ORSO - NUOVI AMICI	01/01/17	WARNER BROS	438.525 €	70.016
91 GATTA CENERENTOLA	14/09/17	VIDEA S.P.A.	431.030 €	77.328
92 LA FAMOSA INVASIONE DEGLI ORSI IN SICILIA	07/11/19	BIM DISTRIB. S.R.L.	426.967 €	78.298
93 100% LUPO	20/05/21	NOTORIOUS PICT.	387.153 €	62.651
94 L'APE MAIA - LE OLIMPIADI DI MIELE	18/10/18	KOCH MEDIA	378.868 €	68.368
95 NOCEDICOCCO - IL PICCOLO DRAGO	01/06/17	NOTORIOUS PICT.	363.774 €	65.798
96 DEMON SLAYER: KIMETSU NO YAIBA - TO THE SWORDSMITH VILLAGE	02/03/23	WARNER BROS	363.140 €	49.614
97 LA TARTARUGA ROSSA	27/03/17	BIM DISTRIB.	359.256 €	51.551
98 MY HERO ACADEMIA THE MOVIE - WORLD HEROES MISSION	18/11/21	NEXO DIGITAL	357.760 €	37.701
99 TADDEO L'ESPLORATORE E LA TAVOLA DI SMERALDO	22/09/22	EAGLE PICTURES	357.661 €	60.946
100 LA FORMA DELLA VOCE	24/10/17	NEXO DIGITAL	355.120 €	39.331





**LE MIE RAGAZZE DI CARTA**

un film di **Luca Lucini**

con **MAYA SANSÀ, ANDREA PENNACCHI, CRISTIANO CACCAMO, GIUSEPPE ZENO, NERI MARCORÈ**



**CONVERSAZIONI  
CON ALTRE DONNE**

un film di **Filippo Conz**

con **VALENTINA LODOVINI, FRANCESCO SCIANNA**

UNA PRODUZIONE  
39FILMS 

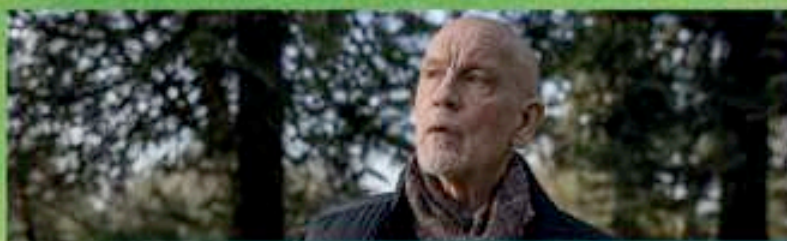


**ZUCCHERO  
SUGAR FORNACIARI**

un film di **Valentina Zanella, Giangiaco-  
mo De Stefano**

con **ZUCCHERO**

UNA PRODUZIONE  
 



**MR BLAKE**

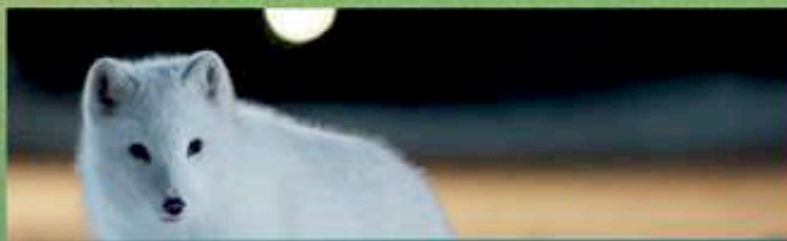
un film di **Gilles Legardinier**

con **JOHN MALKOVICH, FANNY ARDANT**



**FREUD**

un film di **Matt Brown**  
con **ANTHONY HOPKINS**



**KINA EYUK**

un film di  
**Guillaume Maidatchevsky**

CREDITI NON CONTRATTUALI

**A N T I C I P A Z I O N I**



**TWO WOLVES**

un film di **Alex Gibney**  
con **VIGGO MORTENSEN**



**GOODRICH**

un film di **Hallie Meyers-Shyer**  
con **MICHAEL KEATON, MILA KUNIS, ANDIE MACDOWELL**



**HEIDI**

un film di  
**Tobias Schwarz**

*i distributori non investono più nel lungometraggio di animazione».*

C'è poi, però, anche un altro problema – fa notare Anne-Sophie –, di natura culturale, e che finisce per incidiere la performance di molti film d'animazione al botteghino. «In Italia l'animazione è considerata un genere e non un linguaggio. È considerata, cioè, un "contenuto per bambini" e la conseguenza di ciò la vediamo con la distribuzione in sala. Spesso, a parte i titoli delle major, i lungometraggi sono programmati nelle sale solo al pomeriggio. Per la filiera tradizionale, cioè per i produttori, i distributori e gli esercenti, significa in partenza non poter raggiungere lo stesso risultato di un film live-action». Perché, si chiede Vanhollebeke, in Italia i film Disney o Pixar sono considerati film per tutta la famiglia con programmazione tutto il giorno, mentre un lungometraggio animato europeo è considerato solo per bambini? «Con il Covid, il pubblico ha disertato le sale e i bambini si accontentano ormai di contenuti sempre più brevi su TikTok o YouTube. Se nel futuro vogliamo coltivare la presenza in sala del pubblico, dobbiamo da subito abituare le nuove generazioni a dei racconti visivi più lunghi e strutturati, e far loro conoscere l'emozione condivisa che si prova nella sala. Inoltre, col fatto che il film d'animazione è considerato solo un contenuto per bambini, non vengono presi in considerazione i film animati per giovani adulti o adulti». Che, invece, oltre a essere una tipologia di film molto apprezzata dal pubblico, come dimostra per esempio la crescente richiesta di anime giapponesi, è anche una tipologia di film riconosciuta e premiata nei festival più importanti.



*Metamorphosis* di Michele Fasano è stato premiato per la miglior regia all'ultima edizione di Cartoons on the Bay

Senza necessariamente pensare di poter eguagliare gli standard di colossi internazionali come Pixar e DreamWorks (budget da più di 100 milioni sostenuti da una macchina promozionale fortissima), acquisire maggior consapevolezza su quelli che sono i loro punti di forza è una strada da perseguire. «Sono molto bravi nel creare una narrazione che offre una doppia lettura che da un lato funziona coi bambini, ma piace anche agli adulti. Inoltre, sono molto più avanti nel campo del 3D e hanno creato nel pubblico una vera e propria cultura al riguardo. Confrontandomi a livello europeo, tutti convengono che se si vuole veramente raggiungere il pubblico, bisogna lavorare in 3D».

Come intervenire, allora, per migliorare questa situazione? «Partendo dal presupposto che il produttore può ricevere gli stessi incentivi da parte del Ministero sia che produca una serie Tv o un lungometraggio d'animazione, sono i distributori e gli esercenti che dovrebbero essere aiutati

di più. Ad esempio, prevedendo per loro un extra bonus al tax credit del 20% per i film d'animazione italiani ed europei. Questo aiuterebbe a risolvere il problema dell'offerta. Quante volte durante le giornate invernali o nelle serate estive in vacanza ho voluto portare i miei tre figli al cinema e non ho trovato nulla adatto a loro. Poi ci vorrebbe anche un incentivo a livello economico per le famiglie, come ad esempio delle tariffe agevolate sul biglietto per tutta la famiglia, compresi i genitori, come succede in altri Paesi europei».

Nella speranza che lo scenario possa dunque diventare più favorevole, sono comunque diversi i progetti di lungometraggi d'animazione delle case di produzione italiane in lavorazione o pronti. Mad Entertainment e Lucky Red, nei mesi scorsi, hanno annunciato l'entrata in lavorazione di *Sono ancora vivo* di Roberto Saviano, tratto dall'omonimo graphic novel di Saviano e Asaf Hanuka edita da Bao Publishing. Lynx Multimedia Factory ha in cantiere *Bartali*. Show Lab e Genoma Film stanno producendo *Arf*. E poi ci sono *Becco di Rame* di Movimenti Production, *Prendiluna* di Cartobaleno e Studio Campedelli, mentre è pronto per la distribuzione il nuovo film di Enzo D'Alò *Mary e lo spirito di mezzanotte* (passato alla Berlinale e in uscita a novembre) e, attualmente in lavorazione, il visionario progetto di Virgilio Villosi *Orfeo*, adattamento di *Poema a fumetti* di Dino Buzzati e prodotto dalla neonata Fantasmagoria. O infine, *Metamorphosis* di Michele Fasano, prodotto da Sattva Films Production and School srl, premiato per la miglior regia all'ultima edizione di Cartoons on the Bay, o la co-produzione con la Francia *Manodopera* di Alain Ughetti. **BO**

*Bartali*, sul leggendario ciclista italiano, è una co-produzione internazionale guidata da Lynx Studio





# LO SGUARDO ITALIANO SUL CINEMA LISTINO 2023 • 2024



## LA GUERRA DEI NONNI

REGIA DI GIANLUCA ANSANELLI

CON VINCENZO SALEMME, MAX TORTORA,  
HERBERT BALLERINA, BIANCA GUACCERO,  
LUCA ANGELETTI, ANA CATERINA MORARIU

PRODUZIONE GREENBOO PRODUCTION



## L'ULTIMA VOLTA CHE SIAMO STATI BAMBINI

REGIA DI CLAUDIO BISIO

CON FEDERICO CESARI, MARIANNA FONTANA,  
VINCENZO SEBASTIANI, ALESSIO DI DOMENICANTONIO,  
CARLOTTA DE LEONARDIS, LORENZO McGOVERN ZAINI

PRODUZIONE SOLEA, BARTLEBYFILM,  
ROSEBUD ENTERTAINMENT PICTURES



## VOLEVO UN FIGLIO MASCHIO

REGIA DI NERI PARENTI

CON ENRICO BRIGNANO, GIULIA BEVILACQUA

PRODUZIONE IBC MOVIE, COMBO INTERNATIONAL



## SANTOCIELO

REGIA DI FRANCESCO AMATO

CON FICARRA & PICONE, BARBARA RONCHI,  
MARIA CHIARA GIANNETTA

PRODUZIONE TRAMP LTD

### ANTICIPAZIONI



## UN MONDO A PARTE

REGIA DI RICCARDO MILANI

CON ANTONIO ALBANESE, VIRGINIA RAFFAELE

PRODUZIONE WILDSIDE,  
SOCIETÀ DEL GRUPPO FREMANTLE

### ANTICIPAZIONI



## IL NUOVO FILM DE I SOLITI IDIOTTI

REGIA DI FRANCESCO MANDELLI,  
FABRIZIO BIGGIO, MARTINO FERRO

CON FRANCESCO MANDELLI, FABRIZIO BIGGIO

PRODUZIONE ROADMOVIE

### ANTICIPAZIONI



## NON SARÀ SEMPRE COSÌ

REGIA DI FRANCESCO COSTABILE

PRODUZIONE TRAMP LTD



REGISTRATI SUL PORTALE ESERCENTI PER SCARICARE  
I MATERIALI PROMOZIONALI DEI NOSTRI FILM  
esercenti.medusa.it





Una Shirley Temple 37enne viene riconosciuta da un gruppo di studentesse della Friern Secondary School durante una visita alla Torre di Londra (1965)

© Getty Images

EOS EXHIBITION  
ON SCREEN®



★★★★★  
"Imperdibile"  
The Guardian

★★★★★  
"Mozzafiato"  
The Times

★★★★★  
"Epocale"  
Financial Times

★★★★★  
"Coinvolgente"  
The Independent

DALLA MOSTRA SOLD OUT CON 650.000 VISITATORI DA 113 PAESI  
LA PIÙ RICCA RETROSPETTIVA MAI DEDICATA ALL'ARTISTA DELLA  
**RAGAZZA CON L'ORECCHINO DI PERLA**

# VERMEER

## THE GREATEST EXHIBITION

LA MOSTRA DEFINITIVA

EXHIBITION ON SCREEN PRESENTS IN ASSOCIATION WITH SEVENTH ART PRODUCTIONS 'VERMEER: THE GREATEST EXHIBITION'  
MUSIC ASA BENNETT EXECUTIVE PRODUCER PHIL GRABSKY PRODUCER AMANDA WILKIE DIRECTOR DAVID BICKERSTAFF

Photo: Ivo Hoekstra

AL CINEMA **SOLO IL 2•3•4 OTTOBRE**  
INFO E BIGLIETTI SU **NEXODIGITAL.IT**

sky arte

RADIO CAPITAL

mymovies.it

ASSOCIAZIONE

HEXO

T



# ASSASSINIO A VENEZIA

DAL 14 SETTEMBRE  
AL CINEMA

Dall'autrice del best-seller **wonder**

**ARIELLA  
GLASER**

**ORLANDO  
SCHWERDT**

CON **GILLIAN  
ANDERSON**

E **HELEN  
MIRREN**

DALL'ACCLAMATO REGISTA DI  
**NON COSÌ VICINO** E **NEVERLAND**

# wonder White Bird

LIONSGATE PRESENTA IN ASSOCIAZIONE CON PARTICIPANT UNA PRODUZIONE LIONSGATE/MANDEVILLE FILMS IN ASSOCIAZIONE CON ZOUX PRODUCTIONS UN FILM DI MARC FORSTER "WHITE BIRD" ARIELLA GLASER ORLANDO SCHWERDT  
BRYCE GHEISAR CON GILLIAN ANDERSON E HELEN MIRREN CASTING DI KATE DOWD, COG DI THOMAS NEWMAN COSTUMI DI JENNY BEAVAN MONTAGGIO DI MATT CHESSE, ACE SCENOGRAFIA DI JENNIFER WILLIAMS DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA DI MATTHIAS KÖNIGSWIESER  
PRODUTTORI EXECUTIVI JEFF SKOLL ROBERT KESSEL KEVAN VAN THOMPSON ALEXANDER YOUNG RENÉE WOLFE MARK BOMBACK PRODUTTORE DI TODD LIEBERMAN, P.G.A. DAVID HOBERMAN, P.G.A. R.J. PALACIO BASATO SUL LIBRO DI R.J. PALACIO SCENEGGIATURA DI MARK BOMBACK

**DAL 21 SETTEMBRE**  
**#SOLOALCINEMA**

DIRETTO DA MARC FORSTER  
LIONSGATE  
Dolby Atmos



