

Speciale Distribuzione

BOXOFFICE

www.e-duesse.it



L'OFFERTA IN SALA E LE SFIDE DEI PROSSIMI MESI

I distributori presentano i listini del primo semestre 2023, si confrontano sulle urgenze del settore e cercano proposte in grado di riattivare il legame con il pubblico

ROMA
LAZIO
FILM
COMMISSION

MADE FOR CINEMA WHERE CINEMA IS MADE



CONTRADA SAN PELLEGRINO
VITERBO



WWW.ROMALAZIOFILMCOMMISSION.IT



REGIONE
LAZIO

ROMA



Italian Film Commissions

ITALY for
MOVIES

Capital Regions for Cinema



A European Network

cine-regio

filming Europe

afci ASSOCIATION OF
FILM COMMISSIONERS
INTERNATIONAL



4

- 4 **WARNER BROS. ENTERTAINMENT ITALIA**
- 6 **THE WALT DISNEY COMPANY ITALIA**
- 8 **UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL ITALY**
- 10 **EAGLE PICTURES**
- 12 **01 DISTRIBUTION**
- 14 **LUCKY RED**
- 16 **VISION DISTRIBUTION**
- 22 **NOTORIOUS PICTURES**
- 24 **BIM DISTRIBUZIONE**
- 26 **I WONDER PICTURES**
- 28 **VERTICE 360**
- 30 **ADLER ENTERTAINMENT**
- 32 **PLAION PICTURES**
- 33 **ACADEMY TWO**
- 34 **EUROPICTURES**



14



6



16



8



22



10



24



26



12



28

SPECIALE DISTRIBUZIONE

Direttore responsabile Vito Sinopoli
Responsabile di redazione Paolo Sinopoli
Redazione Valentina Torlaschi
Grafica e fotolito Emmegi Group Milano

I.R. Riservato ai lettori di *Box Office*

Registrazione Tribunale di Milano n. 238 del 7/5/94 -
 Iscrizione Registro Nazionale della Stampa
 n. 9380 del 11/4/2001 - ROC n. 6794

Le informazioni sui listini (crediti non definitivi)
 provengono dalle rispettive aziende
Stampa Galli Thierry Stampa srl Milano

Tutte le immagini presenti in questo speciale
 sono state gentilmente concesse
 dalle rispettive case di distribuzione

RIABITUARE alla SALA



ANDREA ROSELLI, Director of Theatrical Sales di Warner Bros. Discovery

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

Warner Bros. sta per compiere 100 anni di attività e lo studio, come di consueto, non mancherà di proporre per il prossimo semestre un listino pieno di emozioni che potrà contare su un mix di generi per tutti i gusti. Il primo gennaio distribuiremo *Tre di troppo* che vedrà Fabio De Luigi nel doppio ruolo di regista e attore, affiancato dalla talentuosa Virginia Raffaele. Una commedia per tutta la famiglia che stupirà per la sua intelligente e commovente ironia. Il 19 gennaio i più piccoli avranno la possibilità di ritrovare al cinema i loro beniamini Luì e Sofì in *Me Contro Te Il Film - Missione Giungla*. Il franchise, che vede protagonisti i due famosi youtuber, ha fatto registrare incassi per più di 18 milioni di euro. Restando nel campo dei sequel, passiamo a *Magic Mike - The Last Dance*. Il film, il terzo della serie, è un caleidoscopio di ballo, sen-

sualità ed emozioni diretto da Steven Soderbergh con Channing Tatum e Salma Hayek. A fine febbraio sarà il turno del divertente animation *Mum-mie - A spasso nel tempo*, seguito a inizio marzo dal primo titolo di MGM (frutto del neonato accordo di distribuzione internazionale): *Creed III*. I primi due film, già distribuiti da Warner Bros. Discovery Italia, hanno incassato più di 12 milioni di euro e il trailer del nuovo episodio ha registrato più di 5 milioni di visualizzazioni nei primi sette giorni dal suo lancio. Ad aprile i fan dell'horror avranno pane per i propri denti con *Evil Dead Rise*, remake del cult anni '80 *La Casa* di Sam Raimi. Il 16 marzo sarà poi il turno del DC movie *Shazam! Furia degli dei*, mentre l'attesissimo DC *The Flash* arriverà nelle sale il 22 giugno. Per conto di Sony Pictures distribuiremo tra gli altri, a Natale 2022, il biopic di Whitney Houston, *Whitney - Una voce diventata leggenda*. Il premio Oscar Tom Hanks sarà invece il protagoni-

sta di *Non così vicino (A Man Called Otto)*, una commedia dai buoni sentimenti, remake dell'omonimo titolo svedese candidato come miglior film in lingua straniera agli Oscar 2016.

Quali sono le criticità e le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare per riprendersi il prima possibile?

Il mercato cinematografico italiano sembra stia ancora faticando a riprendersi con una percentuale di recupero minore sulle medie 2017-2019 rispetto a quella di altre nazioni europee. Questo potrebbe corrispondere ad alcune peculiarità del nostro territorio: la stagionalità, problema tanto vetusto quanto annoso; lo scarso grado di modernizzazione del settore ma anche, e forse soprattutto, alla disaffezione cronicizzata delle masse di pubblico verso l'esperienza cinematografica, processo che era già in corso prima della pandemia ma che si è acuito durante gli ultimi due anni e mezzo. Crediamo che la criticità maggiore sulla quale conviene interrogarsi sia proprio quella di riportare il pubblico in sala. Come abbiamo visto dagli ottimi incassi di alcuni titoli di punta (e non solo) di quest'anno, così come dal successo della promozione Cinema in Festa, c'è tanta voglia di grande schermo e pop-corn da parte delle persone. Il vero problema è quello di ricreare un'abitudine a frequentare la sala. L'esperienza cinematografica non può essere legata (o meglio relegata) solo ai film evento o alle promozioni di settore. Questa crediamo sia l'urgenza principale intorno alla quale dovremmo concentrare le azioni di tutti gli operatori, concorrendo insieme a una vittoria per tutti.

Proposte o suggerimenti per riattivare il legame con il pubblico?

Continuiamo a credere che la parola d'ordine debba essere "esperienza cinematografica". Dobbiamo tutti impegnarci a comunicare (o a ricordare) costantemente agli spettatori l'unicità del grande schermo. Questo si traduce nel portare in sala titoli con una chiara potenzialità commerciale, comunicandoli al meglio e creando sempre un piccolo evento intorno ad ogni progetto; ma anche accogliere gli spettatori in sale tecnologicamente al passo con i tempi e capaci di intrattenere con i loro avventori uno scambio costante e diretto. I cinema che si sono impegnati in questo processo (innovazione, ristrutturazione e offerta di servizi sempre maggiori e di migliore qualità) hanno potuto riscontrare il beneficio di un ritrovato interesse nei loro confronti. Dobbiamo quindi ricucire il rapporto con il pubblico, che si è logorato negli ultimi anni, perché è la chiave per ritornare ad avere un mercato solido e prospero. Logicamente si impone un ingente sforzo da parte di tutti gli operatori, dalla produzione di contenuti più aderenti ai gusti e alle richieste del pubblico, ad una distribuzione conscia e capace di selezionare i film da immettere nel mercato cinematografico, fino all'esercizio, che sappia portare attraverso la sua rete capillare di distribuzione delle opere, i film al pubblico. È un onere necessario per salvaguardare il Cinema, asset culturale ed economico imprescindibile per il sistema Paese. **BO**

© courtesy of Warner Bros. Discovery (4)



A inizio marzo uscirà il sequel Creed III



Fabio De Luigi e Virginia Raffaele sono protagonisti della commedia Tre di troppo (1 gennaio), diretta sempre da De Luigi



Il cinecomic targato DC Shazam! Furia degli dei (16 marzo)

ESSENZIALE COLLABORARE INSIEME



DANIEL FRIGO, amministratore delegato di The Walt Disney Company Italia

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

Per le feste natalizie, il 14 dicembre uscirà *Avatar: La via dell'acqua*, sequel del film di maggior incasso della storia. Ambientato più di dieci anni dopo gli eventi del primo film, inizia a raccontare la storia della famiglia Sully, di dove sono disposti ad arrivare per tenersi al sicuro a vicenda, delle battaglie che combattono per rimanere in vita e delle tragedie che affrontano. Il primo semestre del 2023 sarà poi caratterizzato da una serie di proposte per un pubblico molto vario. Il 2 febbraio è prevista l'uscita de *Gli spiriti dell'isola* diretto da Martin McDonagh, che ha messo d'accordo critica e pubblico alla recente Mostra internazionale d'arte cinematografica di Venezia, riscuotendo un grandissimo successo.

Dopo il grande risultato della riedizione di *Avatar* lo scorso settembre, il 9 febbraio, a ridosso di San Valentino,

sarà la volta della re-release di uno dei film più amati degli ultimi decenni, *Titanic*, e ci aspettiamo possa regalarci grandi soddisfazioni.

Il 15 febbraio *Ant-Man and The Wasp: Quantumania* darà ufficialmente il via alla Fase 5 del MCU. Tornano Paul Rudd, Evangeline Lilly, Michael Douglas e Michelle Pfeiffer. I supereroi Ant-Man e The Wasp si ritroveranno, con la famiglia, a esplorare il Regno Quantico in una spettacolare avventura che li spingerà oltre i limiti di ciò che pensavano fosse possibile.

L'emozionante *Empire of Light*, in uscita il 23 febbraio, è un film sui legami umani e sulla magia del cinema. Tantissimi premi Oscar coinvolti, dal regista Sam Mendes agli attori Olivia Colman e Colin Firth, fino al direttore della fotografia Roger Deakins.

Il 20 aprile sarà in sala il prossimo film del poliedrico Taika Waititi. Protagonista è Michael Fassbender, in un film capace di combinare commedia, dramma e temi rilevanti, con leggerez-

za e profondità al tempo stesso, con il tocco inconfondibile del regista.

Marvel Studios torna il 3 maggio con *Guardiani della Galassia Vol. 3*, sempre per la regia di James Gunn. I nostri eroi saranno impegnati in una missione che, se non sarà portata a termine con successo, potrebbe portare alla fine dei Guardiani così come li conosciamo.

A seguire, il 24 maggio avremo *La Sirenetta*, l'adattamento live-action di uno dei Classici Disney più amati di tutti i tempi. Il 2023 proseguirà con altri grandi titoli, tra cui il nuovo film Pixar *Elemental*, il quinto capitolo di Indiana Jones, *The Marvels*, il nuovo capitolo delle avventure del Poirot di Kenneth Branagh *A Haunting in Venice* e il film Walt Disney Animation Studios *Wish*, che onorerà il centenario della Company, che cadrà l'anno prossimo.

Quali sono le criticità e le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare per riprendersi il prima possibile?

È stato un periodo difficile per le sale e i numeri che stiamo vedendo danno ancora indicazioni ambigue rispetto alla situazione pre-pandemia. Crediamo nell'esperienza della sala e continuiamo a sostenere il cinema attraverso un robusto calendario di uscite sul grande schermo - anche durante i mesi estivi, tradizionalmente meno dinamici. Il successo della recente riedizione di *Avatar* suggerisce che l'esperienza al cinema è senza paragoni e che, quando ne ha la possibilità, il pubblico preferisce l'esperienza in sala. Noi guardiamo piuttosto al 2023

come a un migliore indicatore delle nuove potenzialità di mercato, vista la programmazione complessiva che prevede una maggiore concentrazione di film di grande richiamo.

Proposte o suggerimenti per riattivare il legame con il pubblico?

Dobbiamo ricordare al pubblico l'unicità dell'esperienza in sala, e questo significa che la collaborazione tra distributori ed esercenti è più cruciale che mai. Nessuno conosce il proprio pubblico meglio degli esercenti: sono loro a sapere come emozionare e coinvolgere gli spettatori nel modo più efficace, e vogliamo attingere a questa esperienza. In sostanza, l'intera filiera deve lavorare insieme per ideare soluzioni che rendano il ritorno in sala vasto e sostenibile. Campagne come Cinema in Festa si sono dimostrate molto efficaci e credo che possiamo trarne molti insegnamenti. Ormai sappiamo che le finestre obbligatorie non aiuteranno nessuno di noi a raggiungere i nostri obiettivi, e la recente ricerca del Ministero della Cultura indica che non avrebbero un impatto positivo sulle presenze. Infatti, le finestre non solo limitano l'offerta e la scelta, ma espongono tutti noi anche a un maggiore rischio di pirateria. Dovremmo valutare con attenzione questi e altri dati futuri prima di prendere qualsiasi decisione finale. Ci impegneremo a lavorare con gli esercenti e con l'intero settore per sviluppare campagne che favoriscano l'affluenza al cinema. **BO**



L'attesissimo sequel di James Cameron Avatar: La via dell'acqua, al cinema dal 14 dicembre



Il 15 febbraio Ant-Man and The Wasp: Quantumania darà ufficialmente il via alla Fase 5 del MCU



L'adattamento live-action del classico Disney La Sirenetta (24 maggio)

NECESSARIE IDEE DIROMPENTI



MASSIMO PROIETTI, Deputy Managing Director di Universal Pictures International Italy

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

Dopo un'estate 2022 segnata dal grande successo di *Minions 2*, chiudiamo l'anno con *Il gatto con gli stivali - L'ultimo desiderio*, ancora un secondo capitolo animato ma soprattutto il ritorno di uno spin-off nato dalla franchise di *Shrek*. L'anno prossimo sarà nuovamente un grande anno per Universal all'insegna dell'animazione e avremo *Super Mario - Il film*, frutto della collaborazione tra Illumination e Nintendo ad aprile, il nuovo original targato Dreamworks *Meet the Gilmans* per l'estate, *Trolls 3* ancora da DreamWorks in autunno e, infine, a Natale il nuovo original di Illumination *Migration*. Poi tanti film per un listino che ad oggi conta 20 titoli e tra i tanti, oltre agli animation già citati, mi piace ricordare il nuovo film di M. Night Shyamalan *Busano alla porta* (febbraio), l'ultimo capitolo della serie *Fast X* (maggio), per la prima volta girato ed ambientato

in Italia, il primo film con Universal del maestro Christopher Nolan *Oppenheimer* (estate) e ad ottobre il ritorno in sala con un film completamente nuovo di un'icona cinematografica come *L'Esorcista*.

Quali sono le criticità e le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare per riprendersi il prima possibile?

L'anno che si sta per chiudere segnerà un dato di presenze di circa 40 milioni (quanto sopra questa cifra, o quanto sotto, dipenderà dalle ultime due settimane dell'anno e dalla performance dei film previsti in uscita per le feste di Natale). Un dato nettamente superiore ai due anni passati 2020 e 2021, ma ancora decisamente insoddisfacente rispetto alla media del triennio pre-covid 2017/2018/2019 (91,5 milioni di presenze). La pandemia ha sicuramente amplificato alcune tendenze che già esistevano prima di questo periodo e l'Italia è probabil-

mente uno dei mercati più complicati e che più lentamente sta tornando alla normalità. Sono comunque ottimista e credo davvero che il cinema rimarrà sempre una fantastica esperienza collettiva, irriproducibile da qualsiasi altra forma di intrattenimento. Tuttavia, abbiamo chiaramente bisogno di un forte grado di innovazione a tutti i livelli e probabilmente di qualche idea dirompente per il mercato.

Proposte o suggerimenti per riattivare il legame con il pubblico?

Dai dati che emergono dalla ricerca CinExpert, un numero importante di persone non è ancora tornato al cinema nel periodo post-covid. Indicativamente dalla tarda primavera di quest'anno, di settimana in settimana questo numero tende a diminuire, quindi stiamo riconquistando il nostro pubblico, ma lo stiamo facendo troppo lentamente. Inoltre, il tasso di frequenza al cinema è molto basso, perché il pubblico sta selezionando molto più che in passato i film da vedere in sala. A farne le spese sono soprattutto i cosiddetti film medi/piccoli e i film italiani. I grandi titoli stanno soffrendo meno. Quindi dobbiamo accelerare il ritorno in sala di chi non è ancora tornato ed aumentare la frequenza di chi è già tornato. Come già detto, servirebbe qualche idea fortemente innovativa che dia un forte segnale di discontinuità rispetto al passato. Ad esempio:

- è possibile immaginare un biglietto mensile illimitato che consenta all'acquirente di vedere tutti i film che vuole, in qualsiasi cinema in quel mese? Questa forma di abbonamento (non dissimile all'abbonamento di una piattaforma stre-

aming) andrebbe incontro soprattutto alle esigenze di due fasce di popolazione: i più giovani (under 24 anni) e i più adulti (over 65 anni).

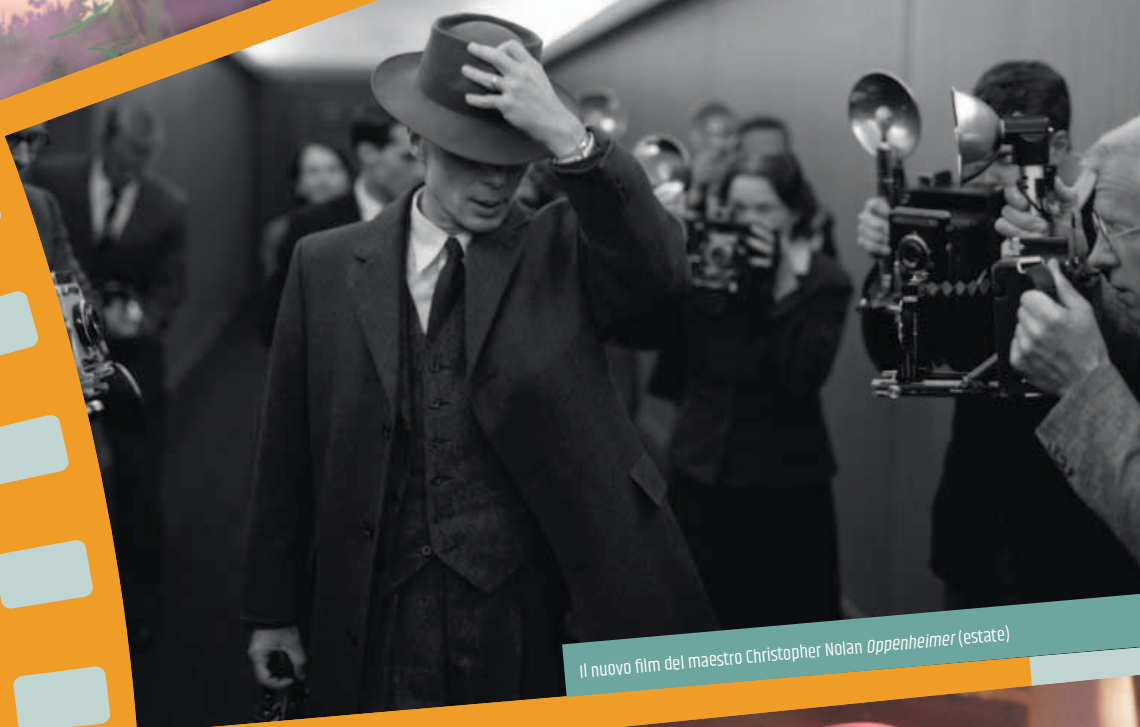
- è possibile immaginare un'app di biglietteria online unica per tutti i cinema in Italia? Trovo che l'acquisto dei biglietti online sia ancora troppo complicato nel nostro Paese. In alcuni casi l'esperienza è frustrante, specialmente per un consumatore che ormai è abituato a comprare di tutto online con un semplice ed unico click.

Sono solo due proposte sulle quali penso possa essere utile un confronto, ma vanno entrambe nella direzione di offrire al pubblico segnali di novità. Il confronto fra tutti gli operatori della filiera in questa fase è cruciale. La cosa più importante che ci ha insegnato l'esperienza positiva della prima edizione di Cinema in Festa dello scorso settembre è che quando lavoriamo insieme con professionalità, trasparenza e pianificazione, i risultati arrivano. Dobbiamo individuare traguardi comuni sfidanti, ma raggiungibili. Penso che l'obiettivo per il 2023 - faccio mio un pensiero condiviso in un panel dello scorso ottobre da Andrea Occhipinti - sia quello di raggiungere 75 milioni di presenze. Abbiamo davanti a noi un'estate sgombra da appuntamenti calcistici, che sarà "lanciata" dalla prima edizione estiva di Cinema in Festa, in programma da domenica 11 a giovedì 15 giugno. E per tagliare il traguardo prefissato andranno sfruttati al meglio i mesi di giugno, luglio ed agosto.

BO



Universal chiuderà il 2022 con il sequel animato *Il gatto con gli Stivali 2*
- L'ultimo desiderio (7 dicembre)



Il nuovo film del maestro Christopher Nolan *Oppenheimer* (estate)



L'animation *Super Mario Bros. - Il film* (aprile)

PUNTARE all'ECCELLENZA



ROBERTO PROIA, Direttore Area Cinema e Produzione di Eagle Pictures

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

La line up Eagle del prossimo semestre è incredibilmente ricca di film molto diversi fra loro ma dal grande potenziale commerciale. Sarà una stagione entusiasmante. Cominciamo con *L'uomo sulla strada* nel weekend dell'Immacolata, un drama thriller di nostra produzione con una coppia di bravissimi attori protagonisti, Lorenzo Richelmy e Aurora Giovinnazzo. Si tratta di un'opera molto originale, il cui soggetto ha vinto il Premio Solinas nel 2010. Il film è diretto impeccabilmente dall'esordiente Gianluca Mangiasciutti, ed è stato presentato nella sezione Panorama Italia di Alice nella città, riscuotendo un grande successo tra il pubblico. Lorenzo Richelmy, inoltre, ha ottenuto una Menzione Speciale per la sua interpretazione. Il 2023 inizia con *Tremila anni di attesa*, il nuo-

vo visionario film di George Miller, con Tilda Swinton e Idris Elba, una storia epica intrisa di fantasy e romanticismo. Il 19 gennaio è il turno di un altro grande autore, Damien Chazelle, e del suo attesissimo *Babylon*, con protagonisti Brad Pitt, Margot Robbie e l'astro nascente Diego Calva. Il film uscirà il weekend che precede l'annuncio delle nominations agli Oscar, e ci aspettiamo grandi cose. A febbraio portiamo in sala l'horror *The Queen Mary*, ambientato a bordo della nave che dà il titolo al film, mentre a marzo arriva il blockbuster *Dungeons & Dragons - L'onore dei ladri*, con un cast di grandi star tra cui Chris Pine, Michelle Rodriguez, Regé-Jean Page e Hugh Grant, solo per citarne alcuni. È un film sorprendente, spettacolare, ricco di azione e di umorismo, prodotto da Jeremy Latcham (*Guardiani della Galassia*), che diventerà un pubblico vastissimo e di tutte le età. Marzo si conclude

con un altro horror, *Scream 6*, e nello stesso mese porteremo al cinema la commedia *Da grandi*, remake del film cult di Franco Amurri, diretta da Fausto Brizzi, con Enrico Brignano, Ilenia Pastorelli, Luca Bizzarri e Paolo Kessisoglu. A marzo poi comincerà la nostra avventura con Sony Pictures, di cui siamo diventati i distributori per il territorio italiano. A primavera ci sarà spazio per un'altra divertente commedia, *Maybe I Do*, interpretata da mostri sacri della cinematografia: Richard Gere, Susan Sarandon, Diane Keaton e William H. Macy. A giugno, infine, distribuiremo un altro titolo Paramount: *Transformers - Il risveglio*, diretto dal talentuoso Steven Caple Jr e ambientato nella caotica New York degli anni '90. Questo film sarà il primo capitolo di una nuova trilogia dei Transformers. A luglio tornano le avventure di Ethan Hunt! Uscirà finalmente *Mission Impossible: Dead Reckoning - Parte Uno* di Christopher McQuarrie, con un cast di grandissime star, capitanate dall'inossidabile Tom Cruise.

Quali sono le criticità e le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare per riprendersi il prima possibile?

Le criticità sono note a tutti e oggetto continuo di discussione e dibattito fra gli operatori del settore: il pubblico deve avere ben chiaro che ciò che vede in sala può trovarlo solo lì, per un periodo più o meno lungo ma che deve essere noto, e al meglio delle possibilità per quanto riguarda la qualità audio-video e delle sedute. Quindi inserisco fra le urgenze i temi della cronologia e della qualità delle sale cinematografiche, che ovviamente non possono che andare di pari passo con la qualità del prodotto che si porta in sala. Le piatta-

forme possono essere delle "occasioni", solo però se si capisce che ci sono tipologie di film che il pubblico vede volentieri a casa e altre per le quali paga volentieri un biglietto al cinema. C'è ancora molto da studiare e da capire in questo senso, ma pensare che tutto possa andare al cinema è controproducente: un certo tipo di offerta, che punta molto alla quantità, va bene per le piattaforme ma non per i cinema. Il mercato, infatti, soffre spesso di sovraffollamenti di prodotto medio che disorientano il pubblico e inesorabilmente lo frammentano, invece che moltiplicarlo, scontentando tutti.

Proposte o suggerimenti per riattivare il legame con il pubblico?

Il legame del pubblico con le sale si è certamente allentato a causa del Covid, ma c'è ancora. Le sale devono cercare di essere all'altezza del prodotto cinematografico che accolgono e viceversa, in una virtuosa gara che punta all'eccellenza: lo spettatore deve poter vivere una esperienza soddisfacente sotto tutti i punti di vista in modo da indurlo a ripeterla al più presto, magari coinvolgendo altre persone che da tanto non la vivono, in modo che esista un passaparola positivo, tanto importante per i film quanto per l'"esperienza cinema" nel suo complesso. L'emozione condivisa, la socialità, la tecnologia audio-video all'avanguardia, l'alto comfort delle sedute e l'esperienza immersiva che si può vivere nel buio della sala sono patrimonio esclusivo delle sale cinematografiche e devono essere, oggi più che mai, un plus ben comunicato al pubblico. **BO**



Damien Chazelle firma la regia di *Babylon* (19 gennaio), con Brad Pitt, Margot Robbie e Diego Calva



A marzo arriva il fantasy/action *Dungeons & Dragons - L'onore dei ladri*, con Chris Pine, Michelle Rodriguez, Regé-Jean Page e Hugh Grant



Lorenzo Richelmy e Aurora Giovino sono i protagonisti del drama thriller *L'uomo sulla strada*, prodotto da Eagle

INNESCIAMO un PASSAPAROLA POSITIVO



LUIGI LONIGRO,
direttore di 01 Distribution

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


Il 7 dicembre partiamo con *Chiara* di Susanna Nicchiarelli con Margherita Mazzucco nelle vesti di Santa Chiara d'Assisi. Il 22 dicembre, con anteprime nel weekend precedente, arriverà negli schermi italiani quello che possiamo definire senza timore di smentita un assoluto capolavoro, il nuovo meraviglioso lavoro di Steven Spielberg *The Fabelmans*, presentato alla Festa del cinema di Roma con straordinario successo dopo la Prima trionfale al Festival di Toronto e che

sarà la nostra proposta per le festività natalizie.

Il 2023 si aprirà nel segno del cinema d'autore con *Le vele scarlatte* di Pietro Marcello, presentato all'ultimo festival di Cannes, seguito a fine gennaio da *The Son* di Florian Zeller (*The Father*) con Hugh Jackman, Laura Dern e Antony Hopkins. Cambio di registro dal 14 febbraio con la divertentissima commedia di e con Alessandro Siani *Tramite amicizia*, con Matilde Gioli e Max Tortora a completare un cast super affiatato. Sarà la nostra anteprima alle giornate professionali di Sorrento e saremo molto curiosi di

vedere come reagiranno gli esercenti ad un Alessandro Siani tornato ai suoi massimi livelli. Il 23 marzo, in day and date mondiale, distribuiremo *John Wick 4*, quarto episodio della saga campione di incassi con Keanu Reeves assoluto protagonista.

Ed ora i titoli importantissimi le cui date d'uscita sono ancora in fase di definizione a partire dal nuovo film di Gabriele Salvatores, *Il ritorno di Casanova*, con Toni Servillo e Fabrizio Bentivoglio, per passare a *Mixed by Erry* di Sydney Sibilia. Sul fronte internazionale distribuiremo *Golda* con la straordinaria Helen Mirren nei panni della premier israeliana. In arrivo, in ordine alfabetico, ancora tanto grandissimo cinema italiano con *La conversione* di Marco Bellocchio, *Io capitano* di Matteo Garrone, *Il sol dell'avvenire* di Nanni Moretti e *La chimera* di Alice Rohrwacher. Per chiudere con due grandi maestri del calibro di Roman Polanski col suo *The Palace* e finalmente l'attesissimo *Killers of the Flower Moon* di Martin Scorsese. Sicuramente altri importanti titoli si andranno ad aggiungere alle nostre proposte per il primo semestre del 2023. È davvero impressionante anche solo leggere le grandi firme italiane e internazionali che comporranno la nostra offerta fino a giugno 2023, e sono certo che anche i listini delle altre distribuzioni saranno ricchi di proposte interessanti, e tutto questo lascia davvero



Keanu Reeves torna il 23 marzo nel quarto capitolo della saga action John Wick 4

ben sperare per il futuro del mercato theatrical nei prossimi anni.

Quali sono le criticità e le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare per riprendersi il prima possibile?

Dobbiamo riportare al centro il consumo di cinema in sala, deve tornare ad essere un'abitudine e non un'eccezione andare in sala a vedere un bel film in compagnia. E per far sì che ciò possa accadere in tempi brevi ci servono tanti bei film che possano generare un passaparola positivo assoluto e non relativo ad un singolo film. Poi dobbiamo riprendere a pensare ad un mercato lungo dodici mesi, senza pause, con tutti i grandi titoli internazionali in uscita in contemporanea con i principali mercati europei, e anche la produzione nazionale dovrà fare la sua parte nei mesi tardo primaverili ed estivi. Dobbiamo continuare a pensare a progetti speciali per riportare in sala chi ancora non ci è tornato dopo la pandemia, a partire dai giovani. Sono allo studio una serie di iniziative che siamo certi daranno nuovo slancio al mercato. Infine, le sale cinematografiche devono continuare a migliorarsi in un percorso di modernizzazione che è già partito ma che speriamo possa proseguire con sempre maggiore incisività.

BO



Il sol dell'avvenire di Nanni Moretti



Killers of the Flower Moon di Martin Scorsese, interpretato da Leonardo DiCaprio

COLTIVARE la RELAZIONE con gli SPETTATORI



GABRIELE D'ANDREA, direttore distribuzione di Lucky Red

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

A Natale proporremo *Masquerade - Ladri d'amore*, una commedia dai toni crime ambientata nel magnifico scenario della Costa Azzurra, firmata da Nicolas Bedos, regista de *La Belle Époque*. Il film è uscito in Francia dove ha registrato circa 80.000 presenze solo nel primo giorno di programmazione. Il 4 gennaio uscirà *Close*, in collaborazione con Bim. È il nuovo film di Lukas Dhont, anche questo presentato a Cannes dove si è aggiudicato il Gran Premio della Giuria. Una storia tenera, potente e struggente sul rapporto di amicizia tra due giovani ragazzi, Léo e Rémi.

Il 26 gennaio uscirà nelle sale italiane *Profeti*, opera seconda di Alessio Cremonini che, dopo il successo di *Sulla mia pelle*, si riunisce con Jasmine Trinca nei panni di una giornalista italiana rapita da un gruppo estremista islamico. Il film racconta di un profon-

do e intenso incontro/scontro fra due donne che incarnano mondi e culture molto distanti tra loro. A gennaio sarà anche la volta di *The Plane*, che il nostro partner Universal curerà nel booking and billing e che segna il ritorno di Gerard Butler nel nostro listino dopo i successi di *Greenland*, *Nella tana dei lupi* e *Attacco al potere 3*. Il film uscirà day and date con gli Stati Uniti, dov'è distribuito da Lionsgate. Il 2 febbraio uscirà poi l'attesissimo *Decision to Leave*, nuova opera del maestro del cinema coreano Park Chan-wook, regista di *Old Boy*. Un thriller drammatico e toccante dove un detective deve venire a capo di un omicidio, ma nel mentre si innamora della misteriosa vedova dell'uomo ucciso. Il film è stato presentato al Festival di Cannes, dove ha vinto il premio per la Migliore Regia.

A San Valentino proporremo la commedia romantica *What's Love?*, dai produttori di *Bridget Jones* e *Love Actually*, lo studio britannico Working Title. Il film, con protagoniste Lily Ja-

mes ed un'eccellente Emma Thompson, ha vinto il premio per la miglior commedia alla Festa del Cinema di Roma (consegnato da Carlo Verdone). Ad aprile avremo *The Lost King*, nuovo film del regista inglese Stephen Frears, che torna nel nostro listino dopo i successi di *Philomena* e *Florence*. Lo sceneggiatore è lo stesso di *Philomena* e *Stanlio e Ollio*. Il film è ispirato a fatti realmente accaduti e narra la storia di Philippa Langley, interpretata dalla candidata all'Oscar per *La forma dell'acqua* Sally Hawkins, che grazie alla sua forza di volontà sovvertirà tutto ciò che è stato sempre detto e raccontato su Riccardo III. Ispirato a un'incredibile storia vera, è stato paragonato a un piccolo Codice Da Vinci.

Entro l'estate dovrebbe arrivare il nuovo film di Luc Besson, *DogMan*, con un magnetico e folgorante Caleb Landry Jones, già vincitore della Palma a Cannes come migliore attore per *Nitram*. Per quanto riguarda la programmazione estiva abbiamo in serbo una nuova rassegna di titoli dello Studio Ghibli, che la scorsa estate nella sua prima edizione ha portato in sala circa 200.000 spettatori; attendiamo poi l'uscita del nuovo film del maestro Miyazaki, uno dei grandi eventi cinematografici del 2023.

Quali sono le criticità e le urgenze che il mercato è chiamato ad



Per San Valentino arriverà in sala la commedia romantica *What's Love?* con Lily James ed Emma Thompson

L'opera seconda di Alessio Cremonini *Profeti* (26 gennaio) con Jasmine Trinca

Il 2 febbraio uscirà il thriller *Decision to Leave* del regista coreano Park Chan-wook (*Old Boy*)

affrontare per riprendersi il prima possibile?

Le necessità sono tante e le soluzioni cambiano rapidamente: alla base di tutto, però, resta fondamentale mantenere un rapporto di fiducia con il pubblico e coltivare la relazione con gli spettatori. Se un film è in grado di intercettare o suscitare l'interesse del pubblico, quel film è la priorità: non è più il tempo di scelte di programmazione calate dall'alto sugli spettatori, si rischia solo di allontanarli in un momento storico dove la priorità è riavvicinarli.

Proposte o suggerimenti per riattivare il legame con il pubblico?

Si parla molto di iniziative, promozioni, prezzo del biglietto, prodotto, qualità delle strutture, etc. Tutto è interconnesso, non c'è un unico problema e un'unica soluzione. La promozione resta fondamentale per eventizzare i film e renderli attraenti e rilevanti; il pubblico va richiamato con contenuti all'altezza ma i cinema devono essere in grado di garantire un'esperienza appagante e di value for money; la distribuzione nelle sale può essere più creativa e coraggiosa. L'estate prossima sarà una delle più ricche di sempre in termini di offerta: la priorità è lavorarci da subito e strutturare al meglio la seconda edizione di Cinema in Festa, prevista a metà giugno del 2023, per lanciare i film dell'estate.

BO

CONOSCERE MEGLIO il PUBBLICO



DAVIDE NOVELLI, Distribution Director
di Vision Distribution

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

Siamo felicissimi di iniziare questa nuova stagione cinematografica con *Le otto montagne*, un film pieno di elementi di successo: un regista candidato agli Oscar, Felix Van Groeningen (questa volta accompagnato alla regia da Charlotte Vandermeersch), una coppia di attori affiatata e amata dal pubblico come Alessandro Borghi e Luca Marinelli, una storia italiana, emozionante, toccante, tratta da un romanzo premio Strega che ha venduto oltre mezzo milione di copie, la qualità certificata dalla vittoria del premio della Giuria all'ultimo Festival di Cannes. Elementi che si mescolano in un prodotto di rara bellezza, che parla ad un pubblico molto ampio e che rappresenta un'offerta unica nel suo genere durante le feste natalizie.

Torniamo poi a valorizzare l'asset principale della cinematografia italiana, che tanto manca al nostro box office: dopo i successi di *Belli ciao* e

Corro da te, riprendiamo il filone della grande commedia italiana con un film in due parti, girato da Edoardo Leo e Massimiliano Bruno, che con simpatia, cinismo e un pizzico di cattiveria raccontano gli italiani durante le feste comandate: la prima parte (in uscita l'1 gennaio) racconterà il Natale, il Capodanno, San Valentino e la festa delle donne; la seconda parte (in uscita il 20 aprile) tratterà invece le feste del 1 maggio, Ferragosto, Halloween per poi chiudere di nuovo a Natale, un anno dopo. Un cast eccezionale li accompagnerà negli otto episodi che si dividono nei due film, tra cui, oltre agli stessi registi, Anna Foglietta, Luca Argentero, Claudia Gerini, Claudia Pandolfi, Max Tortora, Anna Ferzetti, Neri Marcorè, Stefano Fresi, Giuseppe Battiston, Fabrizio Bentivoglio, Renato Carpentieri, Rocco Papaleo, Greta Scarano e molti altri.

A seguire un'altra azzecatissima commedia di Riccardo Milani, *Grazie ragazzi*, che torna a dirigere Antonio Albanese, insieme a Vinicio Marchioni,

Sonia Bergamasco e Giacomo Ferrara, in una storia di riscatto ambientata in un carcere, dove un gruppo di reclusi mette in scena *l'Aspettando Godot* di Beckett. Il film uscirà il 19 gennaio.

Cambiamo genere il 23 febbraio con la prima produzione targata Vision-Universal, *L'ultima notte di amore* per la regia di Andrea Di Stefano e con protagonista un Pierfrancesco Favino che non finisce mai di stupirci. Un film di genere, di grande qualità, con un look internazionale in linea con il curriculum del suo regista.

Di nuovo alla commedia con quella che sarà la sorpresa della prossima primavera: Pilar Fogliati, alla sua prima regia, attraversa l'universo femminile interpretando quattro donne piene di umanità, di umorismo, di sentimenti e di risate. Un altro film ad episodi, in uscita l'8 marzo, per consentire a donne di qualsiasi ceto sociale, regione, età e professione di celebrarlo al cinema.

Torna alla regia Rocco Papaleo, che insieme alla voce di Giorgia, sorprendente nel ruolo di attrice, ri-attraversa dopo *Basilicata Coast to Coast* la sua terra, per ritrovare le sue origini in un lungo viaggio che lo porterà fino all'uscita in sala il prossimo 30 marzo.

Chiudiamo i sei mesi con la proposta del mese di maggio. *Quando*, regia di Walter Veltroni, con Neri Marcoré e Valeria Solarino: cosa succede se un uomo entra in coma durante il funerale di Berlinguer e si risveglia trent'anni dopo? La memoria e lo sguardo di Walter Veltroni ripercorrono la storia politica e sociale italiana con l'ironia di Neri Marcoré, interprete di un personaggio a cui non sarà possibile non affezionarsi.

Limonov, altra produzione di largo



I MIGLIORI GIORNI

DI
MASSIMILIANO BRUNO
E **EDOARDO LEO**

UNA PRODUZIONE
ITALIAN INTERNATIONAL FILM
E **VISION DISTRIBUTION**

PRODOTTO DA
FULVIO E FEDERICA LUCISANO

CON
**EDOARDO LEO, MASSIMILIANO BRUNO, ANNA FOGLIETTA,
MAX TORTORA, PAOLO CALABRESI, LUCA ARGENTERO,
VALENTINA LODOVINI, GRETA SCARANO, CLAUDIA GERINI,
STEFANO FRESI**

DAL 1 GENNAIO AL CINEMA

CREDITI NON CONTRATTUALI

VD VISION
DISTRIBUTION



GRAZIE RAGAZZI

DI
RICCARDO MILANI

UNA PRODUZIONE
PALOMAR, WILDSIDE
E **VISION DISTRIBUTION**

IN COLLABORAZIONE CON
SKY, PRIME VIDEO
E **TEODORA FILM**

CON
ANTONIO ALBANESE, SONIA BERGAMASCO, VINICIO MARCHIONI,
GIACOMO FERRARA, GIORGIO MONTANINI, ANDREA LATTANZI,
NICOLA RIGNANESE, IMMA PIRO, GERHARD KOLONECI,
LILIANA BOTTONE, BOGDAN IORDACHIOIU
E CON **FABRIZIO BENTIVOGLIO**

DAL 19 GENNAIO AL CINEMA

CREDITI NON CONTRATTUALI

 **VISION**
DISTRIBUTION



L'ULTIMA NOTTE DI AMORE

DI
ANDREA DI STEFANO

UNA PRODUZIONE
**INDIANA PRODUCTION,
MEMO FILMS,
ADLER ENTERTAINMENT,
VISION DISTRIBUTION**

CON
**PIERFRANCESCO FAVINO, LINDA CARIDI, ANTONIO GERARDI,
FRANCESCO DI LEVA**

DAL 23 FEBBRAIO AL CINEMA

CREDITI NON CONTRATTUALI

VD VISION
DISTRIBUTION



ROMANTICHE

DI E CON
PILAR FOGLIATI

UNA PRODUZIONE
INDIANA PRODUCTION
E **VISION DISTRIBUTION**

IN COLLABORAZIONE CON
SKY E PRIME VIDEO

DALL'8 MARZO AL CINEMA

CREDITI NON CONTRATTUALI

VD VISION
DISTRIBUTION



Le otto montagne di Felix Van Groeningen e Charlotte Vandermeersch
(in uscita a Natale), con Alessandro Borghi e Luca Marinelli

respiro di Vision Distribution che torna ad avere ambizioni festivaliere e internazionali con questo film tratto dall'omonimo romanzo biografico di Emmanuel Carrère, che ha venduto più di due milioni e mezzo di copie nel mondo. La regia di Kirill Serebrennikov ci guida attraverso la vita di un poeta ribelle, tra la Russia, la Francia e gli Stati Uniti durante la seconda metà del XX secolo.

Proposte o suggerimenti per riattivare il legame con il pubblico?

Ho deciso di lasciare tanto spazio di questa intervista al prodotto perché è dal prodotto che dobbiamo partire per riportare la gente al cinema: un prodotto che racconti storie che parlino agli spettatori, con un cast riconoscibile, registi affidabili, e che possieda leve di marketing importanti per scuotere un pubblico impigrito dalla crisi pandemica. Per ritrovare il nostro pubblico dobbiamo innanzitutto conoscerlo meglio, più di quanto abbiamo fatto in passato: valutazioni più orientate all'utenza devono informare le nostre scelte produttive, distributive, di posizionamento, di lancio. Dobbiamo capire chi è tornato al cinema rispetto a chi è ancora in ritardo e perché, e ricostruire quell'abitudine alla sala che era alla base dei numeri che facevamo prima e che difficilmente ritroveremo continuando ad eventizzare le uscite. La sala deve tornare ad essere la normalità. Ogni proposta che facciamo dovrà essere relativa al valore per il pubblico finale, e non ai rapporti tra i componenti della filiera. **BO**



L'ultima notte di amore di Andrea Di Stefano
con Pierfrancesco Favino



Grazie Ragazzi di Riccardo Milani

PORTARE un VALORE AGGIUNTO



ALICE PANADA, Head of Theatrical Distribution
di Notorious Pictures

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

Alle giornate professionali di Riccione abbiamo annunciato che per Notorious Pictures il meglio doveva ancora venire, ed ecco che i primi mesi del 2023 daranno inizio a un anno di cruciale importanza per la nostra azienda. Considerando le nuove abitudini di consumo del prodotto cinematografico, ci siamo focalizzati su una linea editoriale che prevede tre macrocategorie: grandi franchise, grandi storie e cast, e grandi film per tutta la famiglia.

Tra le grandi IP, in uscita il 2 febbraio, l'atteso ritorno in live-action dei due celebri galli con *Asterix & Obelix - Il Regno di Mezzo*, tratto dall'opera di Albert Uderzo e René Goscinny e diretto

da Guillaume Canet. Nel cast Vincent Cassel nei panni di Giulio Cesare, Marion Cotillard nel ruolo di Cleopatra e l'eccezionale partecipazione di Zlatan Ibrahimovic che interpreterà il romano Caius Antivirus e darà al film la possibilità di allargare ulteriormente il target di riferimento. A Pasqua sarà la volta di un'altra property importante: *I tre moschettieri - D'Artagnan* di cui è già previsto un seguito a fine 2023 con *I tre moschettieri - Milady*. Un progetto ad alto budget con Vincent Cassel, François Civil, ed Eva Green nei panni della misteriosa e affascinante Milady.

Tra le grandi storie e grandi cast rientra *Mindcage - Mente criminale*, un thriller psicologico con il candidato all'Oscar® John Malkovich e il celebre Martin Lawrence, rispettivamente nei

ruoli di un serial killer in prigione e di un detective che entra in contatto con lui per risolvere un caso di omicidi.

La candidata all'Oscar® Anna Kendrick sarà *Alice in Alice, Darling*, un profondo ed emozionante film drammatico su una storia d'amore e di abusi, acclamato dalla critica all'ultimo Film Festival di Toronto. A marzo, la candidata all'Oscar® Maria Bakalova affiancherà Lucas Bravo, co-protagonista della serie di successo *Emily in Paris*, e Asim Chaudhry, celebre comico inglese, nell'esilarante buddy comedy *The Honeymoon - Come ti rovino il viaggio di nozze*, importante produzione internazionale Notorious Pictures.

Ultima ma non ultima, la categoria dei grandi film family vedrà il 1° gennaio *Charlotte M. Il Film - Flamingo Party*, a febbraio *Argonuts - Missione Olimpo* e a marzo *Mavka e la foresta incantata*. *Charlotte M.* è una creator, cantante e ballerina seguita da oltre 3 milioni di teenager e arriva per la prima volta sul grande schermo con una commedia teen divertente e romantica prodotta da Notorious Pictures. Con *Argonuts - Missione Olimpo*, passiamo ai film d'animazione e ci catapultiamo nella mitologia greca con una topolina di nome Pixie, grande avventuriera e fan di Giasone e le gesta degli Argonauti con cui finalmente riuscirà a partire per un'impresa esilarante. Restando in tema di miti e leggende, sarà il momento di *Mavka*, una bellissima ninfa protettrice della foresta e amica degli animali che si innamorerà di un umano gentile e sensibile e cambierà per sempre la sua vita e quella della foresta.

Quali sono le criticità e le urgenze che il mercato è chiamato ad af-

frontare per riprendersi il prima possibile?

La problematica maggiore è data sicuramente dalla crisi economica che stiamo vivendo e che difficilmente migliorerà nei prossimi mesi. Lo spropositato incremento del costo dell'energia e dei beni primari porterà gli italiani a fare delle scelte e a tagliare le spese meno necessarie, tra cui quelle legate alle attività ludiche. Dall'altro lato, anche i costi operativi delle sale cinematografiche stanno raggiungendo livelli non sostenibili. Sarà di fondamentale importanza un intervento governativo a favore delle famiglie e del mercato, ma sarà ancora più importante non perdere pubblico e supportare le sale che a loro volta saranno chiamate a sostenere le distribuzioni in un circolo virtuoso.

Proposte o suggerimenti per riattivare il legame con il pubblico?

Il prodotto da proporre alle sale e agli spettatori diventa sempre più un elemento chiave; deve necessariamente portare un valore aggiunto all'esperienza cinematografica. A sua volta il cinema dev'essere un valore aggiunto per il film, proponendo un'esperienza fuori casa confortevole, piacevole e tecnologicamente adeguata. A un buon prodotto in una sala accogliente è infine necessario associare un adeguato supporto in termini di marketing e di trade marketing: il contatto diretto con il pubblico è fondamentale e la collaborazione tra distribuzione ed esercizio fa la differenza sia per la distribuzione che per l'esercizio.

BO



Anna Kendrick è protagonista di *Alice, Darling*, film drammatico su una storia d'amore e di abusi



La buddy comedy *The Honeymoon - Come ti rovino il viaggio di nozze* (marzo), una produzione internazionale Notorious Pictures



L'animation *Mavka e la foresta incantata* su una bellissima ninfa protettrice della foresta che si innamorerà di un umano

IDEARE PROGETTI a LUNGO TERMINE



ANTONIO MEDICI, amministratore delegato di Bim Distribuzione

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

Il nostro film di Natale, in uscita il 7 dicembre, è *Il corsetto dell'imperatrice*, la cui protagonista Vicky Kieps ha ottenuto il premio come migliore attrice in *Un Certain Regard* a Cannes. Il film ha vinto il London Film Festival ed è stato presentato anche alla Festa del Cinema di Roma dove ha molto emozionato gli spettatori. Per la potenza delle immagini e delle interpretazioni, è un film che va visto sul grande schermo ed è la proposta perfetta per una controprogrammazione natalizia.

Poi abbiamo *Close* di Lukas Dhont, che abbiamo comprato insieme a *Lucky Red*, e una commedia francese molto riuscita, *L'innocent*, diretta e interpretata da Louis Garrel. Con questo film in uscita a gennaio, presentato a Cannes ed a Roma, prosegue la collaborazione con Movies Inspired. A marzo sarà la volta di *Emily* di Frances O'Connor, sulla grande scrittrice Emily Brontë interpretata da Emma Mackey. È un film che, inserendosi nel filone iniziato con *Ragione e sentimento*, racconta cosa si nasconde dietro la creazione di un capolavoro senza tempo come *Cime tempestose*. An-

che in questo caso un film da vedere assolutamente sul grande schermo. Sempre a marzo avremo la nuova opera di François Ozon, *Mon Crime*, giallo corale con uno splendido cast, tra cui Isabelle Huppert, Dany Boon e Fabrice Luchini. Il film uscirà l'8 marzo in Francia in oltre 500 schermi. Poi vorrei citare due italiani: il nuovo film d'animazione di Enzo D'Alò, *Mary e lo spirito di mezzanotte*, tratto da un romanzo di Roddy Doyle, e il primo toccante film da regista di Giuseppe Fiorello, *Stranizza d'amuri*.


In ambito più commerciale avremo *Misanthrope* di Damián Szifron, con Shailene Woodley, una storia sulla scia de *Il silenzio degli innocenti* con un'investigatrice a caccia di serial killer, due titoli horror ed un'animazione dai produttori di *Shrek*. Vorrei citare anche *On the Fringe*, prodotto e interpretato da Penélope Cruz, presentato a Venezia ad Orizzonti, che è già stato definito come un Ken Loach spagnolo.

Quali sono le criticità e le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare per riprendersi il prima possibile?

Di criticità a mio parere ce n'è soprattutto una, ovvero riportare il cinema al centro dell'interesse delle persone. La mia analisi è che il pubblico abbia smesso di andare al cinema solo "per andare al cinema", oggi si sceglie il film: se interessa il film si va al cinema, altrimenti no. La considero una dinamica molto pericolosa, perché significa che ogni volta c'è posto solo per uno o due prodotti, di qualità o commerciale: cosa che rende felice il distributore di turno, ma di certo non rappresenta una tendenza

sana per il mercato. L'urgenza è quella di riportare il pubblico in sala. Oggi gli spettatori scelgono un film sul grande schermo a settimana e tutti gli altri titoli è come se non esistessero. Di cinema e dei film visti non si parla più, tutte le conversazioni ruotano attorno alle serie Tv, buone o meno che siano. Il cinema non è più di moda. Eppure durante la Festa del Cinema di Roma, o durante Cinema in Festa, le sale erano piene. Perché? Perché queste manifestazioni fungono da catalizzatori di interesse.

Quali proposte o suggerimenti avanzerebbe per riattivare il legame con il pubblico?

Intanto non si può pensare di recuperare il pubblico in un mese. Bisogna ideare un progetto a lungo termine, che duri almeno fino all'estate 2023. Un'azione che veda produttori, distributori, esercenti, istituzioni e mondo della cultura uniti nello sforzo congiunto di riportare il Cinema al centro dell'interesse del pubblico. L'interesse deve essere ri-sollecitato. I film restano fondamentali, ma bisogna anche differenziare l'esperienza della sala da quella casalinga. Infine, distributori ed esercenti dovrebbero lavorare di più insieme: gli esercenti conoscono il loro pubblico e sanno come stimolarlo, i distributori possono avere una visione più ampia. Le due cose andrebbero messe insieme per valorizzare la proposta cinematografica. Bisogna puntare all'interazione: tante azioni, piccole e grandi, messe insieme nel lungo periodo. 



On the fringe, prodotto e interpretato da Penélope Cruz



Emily di Frances O'Connor, sulla scrittrice Emily Brontë interpretata da Emma Mackey



L'animation di Enzo D'Alò, Mary e lo spirito di mezzanotte, tratto da un romanzo di Roddy Doyle

FAVORIRE la COMPETIZIONE tra TITOLI



ANDREA ROMEO, Ceo & General Manager
di I Wonder Pictures

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

La configurazione dei label editoriali di I Wonder ha ormai acquisito una forza consolidata dopo il semestre appena trascorso. Ogni listino - I Wonder Pictures, I Wonder Classic, Arthouse, Animation - presenta grandissimi film che arricchiscono la nostra offerta commerciale per il 2023 in maniera trasversale. Capolistino di I Wonder Pictures in arrivo nel febbraio 2023 è *The Whale* di Darren Aronofsky. Il film vede il ritorno al cinema di Brendan Fraser, stella action degli anni 2000, che troviamo ora trasfigurato nel corpo e in un ruolo drammatico magistralmente interpretato. Per lui e per il film interminabili minuti di ovazione alla première alla 79ª Mostra del Cinema di Venezia e condivisibili voci di nomination agli Oscar. Un cast d'eccezione in stato di grazia, con le giovanissime star Sadie Sink (*Stranger Things*) e Ty Simpkins (*Avengers: Endgame*), Samantha Morton (*Animali fantastici e dove trovarli*) e Hong Chau, per un film dalle prove attoriali ineccepibili.

Il 2023 di I Wonder Pictures porta con sé un listino con molti titoli che meritano di essere citati. Aprirà il semestre *Un vizio di famiglia* di Sébastien Marnier, elegantissimo noir al femminile contro il patriarcato, con due interpreti già care ad I Wonder: Doria Tillier (*La Belle Époque*) e Laure Calamy (*Call My Agent*) in questo film particolarmente ispirate. Ritroviamo Laure Calamy anche in *Angry Annie* di Blandine Lenoir, in uscita il 2 marzo. Non a caso arriva dalla Francia questo titolo che senza timore porta in primo piano il quanto mai attuale dibattito sulla libertà di scelta sul difficile terreno dell'aborto. L'acclamato Leone d'oro a Venezia *All the Beauty and the Bloodshed* di Laura Poitras ci aspetta in sala a marzo con la vita epica dell'artista-attivista internazionale Nan Goldin in un intreccio tra passato e presente. E il 23 marzo vedremo il sorprendente thriller erotico *Sanctuary* di Zachary Wigon, interpretato da una Margaret Qualley e un Christopher Abbott belli da non sembrar veri.

I Wonder Classic cavalca il semestre riportando sul grande schermo

indimenticabili tesori cinematografici. Per citarne solo alcuni: a febbraio *Wittgenstein* di Derek Jarman, geniale omaggio del visionario regista inglese alla figura del controverso filosofo austriaco, a trent'anni dalla vittoria del Teddy Award alla Berlinale; a marzo *La maman et la putain* di Jean Eustache, parabola degli anni '70, in bilico continuo tra commedia brillante e dramma cupo; a giugno *Essere e avere* di Nicolas Philibert, documentario d'autore e blockbuster per caso, un piccolo capolavoro sull'etica dell'insegnamento.

I Wonder Animation ci aspetta a Natale con il nuovo capitolo della fortunata saga di *Ernest & Celestine*, alle prese con *L'avventura delle 7 note*, e *Il piccolo Nicolas - Cosa stiamo aspettando per essere felici?* da non perdere a Pasqua.

Infine chiudiamo con Arthouse. Sintesi ed evoluzione della nostra passione per il cinema d'essai, ha tanto in programma per il suo pubblico di appassionati. Citiamo solo *EO*, emozionante favola attraverso l'Europa e l'empatia; *Monica*, il nuovo film di Andrea Pallaoro, delicata celebrazione del potere del perdono e della riconciliazione; *I peggiori di tutti*, trionfatore a Cannes di *Un Certain Regard* 2022, acuto metafilm sul rapporto tra obiettivo della telecamera e corpi oggetto di sguardo, con straordinari, giovanissimi attori non professionisti, che echeggia *I 400 colpi* di Truffaut.

Quali sono le criticità e le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare per riprendersi il prima possibile?

Il nostro mercato ha necessità di una onda d'urto che lo riattivi per inte-

ro. In quest'ottica sta la nostra scelta di diversificare il prodotto: un listino per ogni pubblico perché ogni pubblico merita il suo listino. Gli appassionati cinefili sono e rimangono la grande risorsa per la sala, ma non si può proporre un cinema solo ed esclusivamente d'essai. Occorre un ragionamento volto alla targettizzazione fatta con criterio, con originalità. La competizione tra titoli, se non ostacolata ma lasciata circolare, anche nella modalità di multiprogrammazione, può essere la chiave per consentire al comparto di trovare un nuovo alveo su cui far defluire l'onda lunga dei film che possano soddisfare le aspettative di chi va in sala, seguendo il proprio gusto e il proprio ingaggio culturale o di entertainment.

Come riconquistare il rapporto con il pubblico cinematografico?

Il pubblico non si è definitivamente disaffezionato alla sala e in fondo ha voglia e bisogno come non mai di godere di momenti di visione collettiva. I meccanismi di promozione tradizionali funzionano, ma occorre ragionare sempre di più in termini di buzz. La presenza dei registi, la possibilità di incontrare attori e autori attraverso la formula dell'uscita eventizzata, è fondamentale per dare all'esperienza in sala quel valore aggiunto che dobbiamo al pubblico per fargli scegliere una visione non domestica. E le sale devono andare verso il futuro aggiornando le tecnologie e le strutture, perché l'esperienza diventi ancora più polisensoriale, comoda, indimenticabile.

BO

Capolista di I Wonder Pictures in arrivo nel febbraio 2023 e The Whale di Darren Aronofsky, con Brendan Fraser

Il 23 marzo uscirà il thriller erotico Sanctuary di Zachary Wigton, con Margaret Qualley e Christopher Abbott

A Pasqua arriverà l'animation Il piccolo Nicolas - Cosa stiamo aspettando per essere felici?

TORNIAMO a RISCHIARE



AURORA CAMPARI, Head of Theatrical, Digital and TV Sales di Vertice 360

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

Il nostro listino 2023 è decisamente ricco e con i titoli del primo semestre copriremo generi diversissimi, dall'horror insolito e inquietante di *The Offering*, a film di qualità come *Mother's Instinct* con Anne Hathaway e Jessica Chastain, da action puri come *In the Land of Saints and Sinners* con Liam Neeson, a commedie come *Freelance* con John Cena e Alison Brie, a film impegnati come *Lee*, il biopic ispirato alla vita e alla carriera della fotografa americana Lee Miller, interpretata da Kate Winslet con Alexander Skarsgård e Marion Cotillard. Più che di film di punta preferirei quindi parlare di sfide, per riportare in sala il pubblico con prodotti di genere, impegnandoci ad uscire sul grande schermo con produzioni sempre di qualità (come sono quelle garantite da Lionsgate, Millenium, FilmNation e A24) e comunicando agli spettatori che le sanno apprezzare.

Quali sono le criticità e le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare per riprendersi il prima possibile?

Le criticità sono tante, l'urgenza una: riportare il pubblico nelle sale e recuperare il legame con lo spettatore disorientato anche dalla poca chiarezza sul tema delle finestre di sfruttamento. Serve una nuova regolamentazione chiara e per tutti. Nuove regole che saranno certo diverse da quelle pre-pandemia ma che aiuteranno tutti a fare ordine, limitando la confusione percepita sia dall'industria che dal pubblico. Ogni settimana che passa senza che i cinema tornino a riempirsi è una settimana che ci allontana dal nostro pubblico, che è fatto di persone abitudinarie, ma che allo stesso tempo sono pronte a sostituire un intrattenimento con un altro. Il cinema deve ritornare ad essere un appuntamento fisso nel tempo libero degli italiani e non qualcosa di sporadico finalizzato solo alla visione

del film evento del momento. In particolare, il pubblico più adulto stenta ancora moltissimo a rientrare in sala. Sono i film italiani a pagare il prezzo più forte, insieme al cinema di qualità. Anche se le alternative sono molte, lo streaming ha saputo farsi largo non solo grazie a campagne aggressive e a un contesto, quello pandemico, che ha favorito alcuni player e sfavorito altri, ma anche grazie a comunicazioni innovative, intuizioni, voglia di rischiare e di tentare strade nuove. Oggi lo "spazio mentale" che 10 anni fa occupava il cinema è occupato da altre entità. Dobbiamo tornare a rischiare con campagne diverse, flessibilità e collaborazione. E questo è quello che con Vertice 360 stiamo cercando di fare con tutti i nostri interlocutori: cerchiamo chi voglia intraprendere insieme a noi tentativi di battere strade nuove per lanciare e comunicare fuori dagli schemi. Siamo parte di una importante holding che include molte società diverse, canali Tv e un centro media, è quindi naturale che sia questo lo spirito con cui Vertice 360 si affaccia sul mercato Italiano e confidiamo di contagiare con il nostro entusiasmo quanti più partner possibili: non possiamo far sognare gli spettatori se non torniamo a sognare noi per primi.

Proposte o suggerimenti per riattivare il legame con il pubblico?

È fondamentale uscire dallo schema del "film-evento" per ridare al cin-

ema un ruolo centrale: il pubblico deve tornare a scegliere il cinema come forma di intrattenimento a prescindere dal prodotto. Oggi si va in sala quasi solo per vedere un film specifico; noi vorremmo che innanzitutto si scegliesse di passare una serata davanti al grande schermo, per poi decidere con quale film. Le grandi ristrutturazioni di alcuni dei cinema più importanti in Italia sono un segnale forte di impegno anche da parte dell'esercizio nel riportare in sala un pubblico disaffezionato. L'esperienza della visione condivisa resta insostituibile ma il prezzo del biglietto deve ripagare lo spettatore con la tecnologia, il comfort e la qualità delle sale. Gli ottimi risultati delle varie Feste del Cinema dimostrano che, se ben stimolato, il pubblico è pronto a reagire. Durante i Festival le sale sono piene e anche film "minori" fanno sold out, mentre quegli stessi film quando approdano in sala non smuovono lo stesso interesse. Perché? È questa la domanda che ci dobbiamo porre, il cambiamento che dobbiamo interpretare. Evento, quindi, non è solamente un film di forte richiamo. Evento è un contesto, uno stato d'animo, un'aspirazione. Ecco, noi di Vertice 360 crediamo che sia importante cogliere questi segnali per tornare a giocare con le aspirazioni e con i sogni per contribuire affinché l'evento sia anche la sala e non solo il film. **BO**

© courtesy of Vertice 360 (4)



L'azione con Liam Neeson in *The Land of Saints and Sinners* (maggio)



Antonio Banderas in *The Enforcer* (febbraio)



Il biopic *Lee*, ispirato alla vita e alla carriera della fotografa americana Lee Miller, con Kate Winslet, Alexander Skarsgård e Marion Cotillard

RIEDUCHIAMO il PUBBLICO



ALDO LEMME, Head of Theatrical Distribution di Adler Entertainment

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

I film Adler che usciranno nel primo semestre 2023 saranno quasi tutte sfide italiane, ad eccezione dell'action francese *Novembre*, di Cédric Jimenez e con Jean Dujardin, sui giorni degli attentati di Parigi nel novembre 2015 nei quali, per mano dell'Isis, morirono 137 persone inclusi gli attentatori. Tornando ai prodotti italiani usciranno con la nostra coproduzione *Conversazioni con altre donne*, remake dell'omonimo film americano del 2005 (allora interpretato da Aaron Eckhart ed Helena Bonham Carter), diretto da Filippo Conz e con Valentina Lodovini e Francesco Scianna. Segue l'incontro

tra due ex che, dopo tanto tempo, realizzano di essere ancora innamorati l'uno dell'altra e, allo stesso tempo, di non essere in grado di stare insieme. È un film intenso sulle maschere che indossiamo contrapposte a chi siamo veramente. A gennaio usciranno con *Il ritorno* di Stefano Chiantini, che segna il debutto da protagonista di una straordinaria Emma Marrone alle prese con un personaggio complicato: una donna segnata dalla vita che, dopo un lungo periodo in carcere, torna dal figlio che aveva lasciato bambino e che ritrova adolescente. Usciranno poi con *Delta* di Michele Vannucci, interpretato da Alessandro Borghi e Luigi Lo Cascio, prodotto da Groenlandia, incentrato sulla caccia a un uomo nelle zone uniche del



Delta di Michele Vannucci, con Alessandro Borghi e Luigi Lo Cascio, sulla caccia a un uomo nelle zone uniche del delta del Po

delta del Po. Infine avremo un'altra coproduzione Adler: *Suspicious Minds* di Emiliano Corapi. Tra le anticipazioni vorrei ricordare *Quicksand*, *Mr. Blake at Your Service*, *Kina* e *Yuk* e *Artist in Residence*, tutti film internazionali acquisiti, in sala tra la seconda parte del 2023 e il 2024.

Quali sono le criticità e le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare per riprendersi il prima possibile?

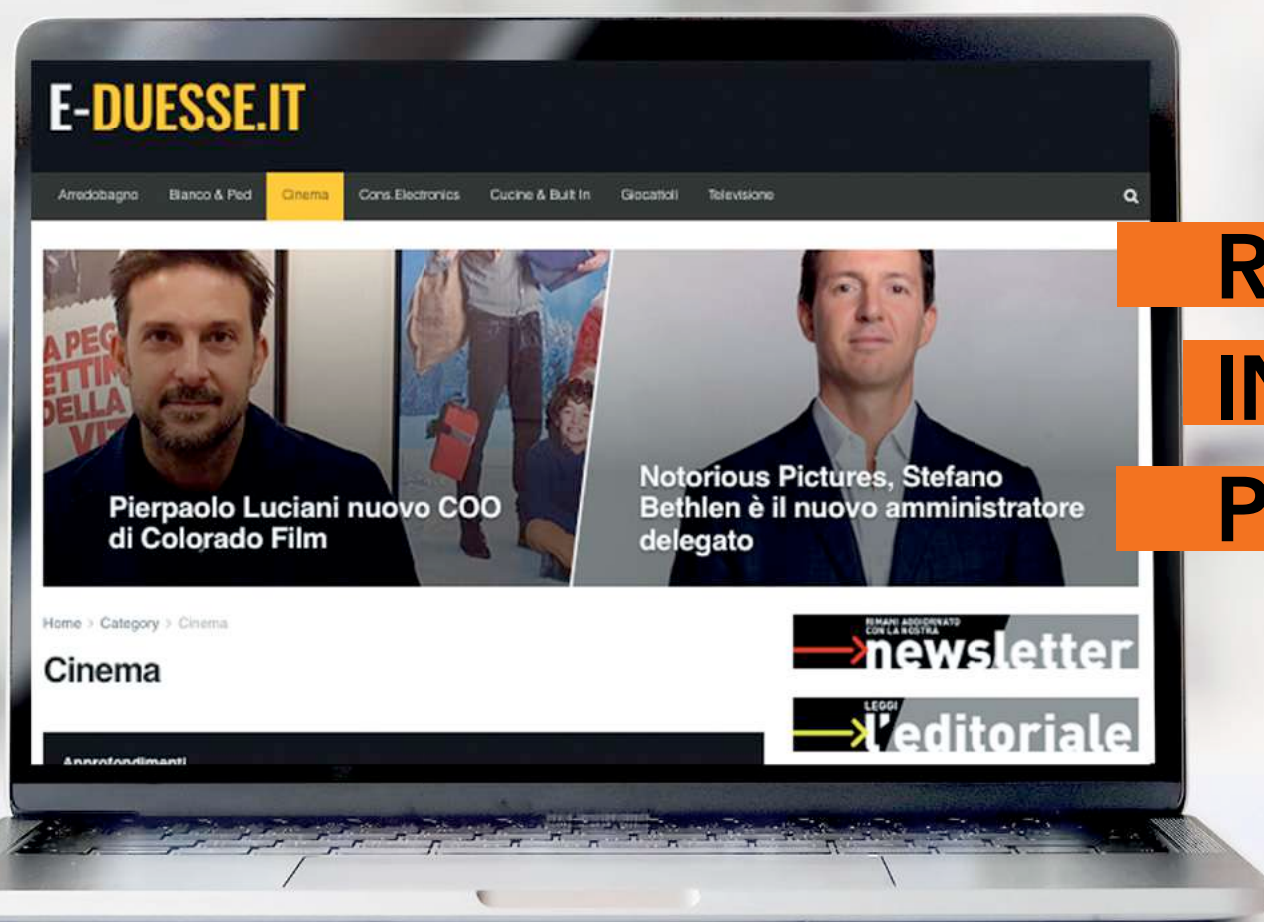
C'è una forbice inammissibile fra gli incassi dei grandi film e quelli dei film medi. Lo spettatore sembra disposto ad andare al cinema solo per vedere titoli ritenuti imperdibili e non procrastinabili, come se tutto il resto di prodotto fosse tacitamente rimandabile alla fruizione casalinga. Questa era una tendenza già accennata prima del Covid ma che negli ultimi due anni si è consolidata con conseguenze drammatiche per l'esercizio e per la distribuzione theatrical. La ricetta magica per far tornare in sala gli spettatori anche per i titoli meno altisonanti è rieducare il pubblico più anziano, che prima della pandemia andava molto al cinema, e i più giovani che tendono a non andare in sala. Non è facile immaginare come innescare questo processo, ma sicuramente l'attenzione al prodotto, la qualità dell'esperienza in sala, la regolamentazione delle finestre di sfruttamento sono tutti punti che vanno affrontati con urgenza a livello aziendale, istituzionale e normativo.



© courtesy of Adler Entertainment (2)

E-DUESSE.IT SI RINNOVA

L'ATTUALITÀ DEI MERCATI
DI RIFERIMENTO IN UN'UNICA NUOVA
PIATTAFORMA CON NOTIZIE IN TEMPO
REALE E APPROFONDIMENTI.



RETAIL

INDUSTRY

PEOPLE

NUOVA LINFA e CORAGGIO



UMBERTO BETTINI, Country Manager
di Plaion Pictures

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

Il nostro 2023 inizierà con un'animazione a target femminile, un film incantevole, ricco di suspense, umorismo e magia, dal titolo *La fata combinaguai* in uscita il prossimo 12 gennaio. La storia è incentrata sull'incontro fortuito tra una ragazzina e una fata pasticciona che darà inizio ad un incredibile viaggio che insegnerà ad entrambe il valore dell'amicizia. Proseguiamo poi con due perle targate Midnight Factory. Ad aprile saremo in sala con *Talk to me*, un teen horror in stile *Ouija* con la star Miranda Otto,

dai produttori di *Babadook* e *The Nightingale*. Il secondo horror, un vero e proprio gioiellino di genere, uscirà a giugno, e si chiama *Winnie the Pooh: Blood and Honey*. Liberamente ispirato al classico libro per bambini, si tratta della rivisitazione in chiave orrorifica e slasher di una delle più dolci storie per i piccoli. Il trailer ha registrato oltre 9 milioni di visualizzazioni in meno di due settimane dal suo rilascio, diventando un trending topic.

Quali sono le criticità e le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare per riprendersi il prima possibile?

Queste criticità non sono risolvibili con urgenza. È cambiato il modello di business dell'intrattenimento, ma pretendiamo che il cinema, in virtù del ricordo di un'emozione e di grandi incassi svaniti, rimanga inalterato nonostante il mondo attorno sia cambiato. La vera criticità è che la direzione di questo mercato è inevitabilmente verso la nicchia. Se riteniamo che sia veramente questa la direzione, allora l'industria sta sbagliando tutto. Scontare il biglietto agli heavy user è follia. Spendere soldi di comunicazione su un prodotto che non ha un valore percepito per la massa, rasenta l'incoerenza. Non investire sulla qualità delle sale è un suicidio. Se non si instaura una reale e trasparente collaborazione fra distributori, produttori, esercenti e Ministero combatteremo solo quattro battaglie diverse. Pretendere che produttori, distributori o major siano realmente interessati al cinema è un'utopia, quando tutti ormai investono su piattaforme di proprietà o meno. La soluzione? Investimenti in sala e reale e fattiva collaborazione fra esercizio e distribuzione riportando il consumatore al centro. Serve linfa nuova e coraggio.



L'animazione a target femminile *La fata combinaguai*, in uscita il prossimo 12 gennaio

SERVONO TITOLI "TRAINO"



ALESSANDRO GIACOBBE, Managing Director di Academy Two

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

A Natale proponiamo l'ultima opera di Aleksandr Sokurov, *Fairytale*, che è stata presentata ai Festival di Locarno e Torino. Si tratta di un film originalissimo e tecnicamente molto interessante nel suo sforzo di costruire una fiaba morale che fa recitare, in un "limbo" disegnato come per la *Divina Commedia* da Gustave Dorè, i veri volti dei protagonisti della seconda guerra mondiale da Hitler a Stalin, da Mussolini a Churchill con l'utilizzo di immagini di repertorio rielaborate. Pura "controprogrammazione" per gli amanti del cinema d'autore. Nel primo trimestre

del 2023 poi avremo *Holy Spider*, film del regista iraniano Ali Abbasi già candidato all'Oscar per *Border*. Il film è stato presentato in concorso a Cannes 2022, dove la protagonista ha vinto la Palma come migliore attrice. Si tratta di un thriller ambientato in una città "santa" dell'Iran, dove *Zodiac* incontra *Memorie di un assassino*. Avremo poi *Peter Von Kant* di François Ozon, brillante e coloratissima rivisitazione di un capolavoro della storia del Cinema con attori strepitosi, e il vincitore del Far East Festival *Miracle* di Jang Hoon Lee, una commovente favola coreana che gli esercenti hanno molto apprezzato alle Giornate Fice di Mantova.

Quali sono le criticità e le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare per riprendersi il prima possibile?

Abbiamo riscontrato qualche segnale positivo nelle ultime settimane. La voglia di tornare in sala c'è, ma servono titoli "traino" ed un aiuto meteorologico. L'estate infinita non ha aiutato la ripresa, basta vedere il picco di presenze che si registra non appena arriva una domenica di pioggia. Certamente non bisogna dimenticare il problema della cronologia: il pubblico deve avere la consapevolezza che un film "per il cinema" non sarà in Tv prima di qualche mese. L'offerta sulle piattaforme svod deve essere meglio regolamentata per un reale sostegno all'esercizio che significa anche supporto al cinema d'autore che nelle sale trova la sua corretta collocazione. Infine, nel post-pandemia è triste constatare come le dinamiche del piazzamento sul mercato non siano migliorate: si continua a intasare le sale con troppe copie di pochi titoli, a discapito di una maggior diversificazione che aiuterebbe ad allargare il bacino d'utenza facendo arrivare anche il cinema d'autore in profondità.



© courtesy of Academy Two (2)

DIALOGARE CON TUTTA la FILIERA



LUCY DE CRESCENZO,
Ceo di Europictures

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

Il film di punta del nostro listino è sicuramente la commedia francese *The New Toy* di James Houlte e con Daniel Auteuil, in uscita il prossimo febbraio. In Francia ha raggiunto le 500.000 presenze, è un titolo family molto tenero e divertente, e siamo sicuri che in Italia verrà molto apprezzato.

Come al solito abbiamo anche un occhio di riguardo per il cinema italiano e infatti a dicembre abbiamo ben due titoli: *Orlando* di Daniele Vicari (l'apprezzatissimo regista di *Diaz*) e con Michele Placido, e *Perfetta illusione*, il film di Pappi Corsicato con i giovani talenti Giuseppe Maggio, Margherita Vicario e Carolina Sala. L'anno prossimo, a marzo, usciremo con *Primadonna*, vincitore



A marzo uscirà *Primadonna* di Marta Savina

del premio Panorama Italia ad Alice Nella Città.

È un film molto potente ma anche delicato di una regista talentuosa, Marta Savina, che tratta le vicende drammatiche di una donna forte che ha cambiato la storia del nostro Paese grazie al suo coraggio. Sia *Orlando* che *Primadonna* sono film che portiamo al cinema in collaborazione con Vision Distribution.

Quali sono le criticità e le urgenze che il mercato è chiamato ad affrontare per riprendersi il prima possibile?

Sicuramente si dovrà dialogare costruttivamente con tutta la filiera per trovare un giusto equilibrio tra uscite cinema e prodotto per gli altri sfruttamenti come la piattaforma.

Credo nel prodotto cinematografico ma deve essere di qualità e pensato per la sala, per il grande schermo, ed in questa direzione secondo me devono andare gli sforzi di tutti, dai produttori, ai distributori e agli esercenti.



UNO SPETTACOLO DI TARGET.

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

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

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



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

RED CARPET E TULIPANI MANAGEMENT

PRESENTANO

IN COLLABORAZIONE CON **PRIME VIDEO**

L'INCREDIBILE STORIA DI UNO DEI TALENTI PIÙ AMATI DELLA MUSICA ITALIANA.

MAHMOOD

UN FILM DI **GIORGIO TESTI**

DISPONIBILE SU
prime video


ilbegroup.com



red carpet.

