

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

BOXOFFICE

www.boxofficebiz.it

ANNO XXIX - N. 1 - gennaio 2025



I PROTAGONISTI
E LE PRINCIPALI
SOCIETÀ

CINEXPERT
I numeri dietro il ritorno
dei giovani in sala

SCENARI
Confronto aperto tra
i Trade Marketing Manager

INCASSI
Analisi del box office
italiano nel 2024

CASE STUDY
Parthenope, l'eleganza
di un successo

Gabriele D'Andrea

CIRCUITO CINEMA, CONIUGANDO BUSINESS E CULTURA

L'AMMINISTRATORE DELEGATO CREDE NELLA FORTE IDENTITÀ ALL'INSEGNA DELLA QUALITÀ CHE CARATTERIZZA LA CATENA CINEMATOGRAFICA C+C, REDUCE DA UN ANNO IN CRESCITA DEL 10% SUL 2023, E RESTA CONVINTO CHE LA SFIDA SUL CAMPO SIA SEMPRE LA STESSA: DIMOSTRARE CHE CON LA CULTURA SI POSSA FARE PROFITTO E RESTITUIRE UN VALORE SOCIALE

HUGH BONNEVILLE

EMILY MORTIMER

JULIE WALTERS

CON OLIVIA COLMAN

CON ANTONIO BANDERAS



CON LA VOCE DI
FRANCESCO MANDELLI

PADDINGTON IN PERÙ

COLUMBIA PICTURES AND STAGE 6 FILMS PRESENTS STUDIOCANAL PRESENTS A MARMALADE PICTURES PRODUCTION "PADDINGTON IN PERÙ"
IM BROADBENT · EARLA TOUS · CHARLOTTE WALTER · ANICK ANGEL & CATHERINE BRIEPPS · DARIO MARIANELLI · MARILYN WASSBROT · PABLO GRILO · ANA NI DÍOGHAILE A.C. · ANDREW KELLY · PERIK A. WILSON ·
ANNA MARSH · ROX WALPERN · TANY MACRAE · PAUL KING · JEFFREY CLIFFORD · ROB SIDA · TIM WELLS · MICHAEL BOND · PAUL KING · SIMON FARINAY · MARK BURTON · MARK BURTON · JOY FOSTER & JAMES LAMONT · ROSIE AUSON · DOUGAL WILSON

STUDIOCANAL

MARMALADE PICTURES

#PaddingtonInPerù

**DAL 20 FEBBRAIO
AL CINEMA**

SONY

COLLEMAN PICTURES

LD



LA POSITIVA IMPREVEDIBILITÀ DEL CINEMA



Si sa, il nostro mercato non è noto per il suo ottimismo. Sarà per scaramanzia, o per poca lungimiranza, ma resta il fatto che il più delle volte le opinioni spesso pessimistiche sull'andamento futuro del box office che circolano tra gli addetti ai lavori diventano anche l'appiglio per una narrazione negativa da parte di un certo giornalismo che non sa leggere attentamente i dati del nostro settore. Eppure, fortunatamente, il mercato cinematografico – e quindi il pubblico – ha smentito ancora una volta la quasi totalità delle previsioni che lo scorso ottobre davano la performance totale del 2024 in netto calo sull'anno precedente. Il 2024, infatti, si è chiuso con circa 493,9 milioni di euro e 69,7 milioni di biglietti venduti, rispettivamente -0,4% di incassi e -1,3% di presenze sull'anno precedente. Un risultato importante per un anno che ha dovuto fare i conti con le conseguenze degli scioperi di Hollywood del 2023, che hanno inciso negativamente sul primo semestre (molte grandi produzioni americane sono state posticipate, o slittate direttamente al 2025), e con Europei di calcio e Olimpiadi estive a drenare buo-

na parte dell'attenzione degli italiani. Sicuramente a fine anno ha inciso positivamente anche la campagna di comunicazione del MiC, sbloccata all'ultimo, della durata di 10 giorni e del valore di circa 1 milione di euro, che ha promosso i grandi film in sala nelle festività natalizie. Ma salta all'occhio anche la positiva imprevedibilità del cinema, che negli ultimi due anni ha riservato grandi sorprese, spesso in contrasto con le previsioni del settore.

Si poteva fare di più? Si poteva chiudere l'anno con risultati migliori? Probabilmente sì, come sempre e in ogni ambito, specialmente a cavallo tra la fine del 2024 e l'inizio dell'anno nuovo dove si è assistito a sovrapposizioni che hanno portato molti cinema a smontare film che registravano ancora incassi rilevanti. Ma è inutile piangere sul latte versato. Piuttosto bisogna fare tesoro di quanto fatto nel 2024, nel bene e nel male, e correggere il tiro sul 2025. Anche perché quest'anno i titoli non sembrano mancare e se il primo semestre promette bene, la seconda parte dell'anno riserverà molti altri titoli di appeal per il grande schermo.

di Paolo Sinopoli



ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER
DI **BOXOFFICE**



10
COVER STORY
**CIRCUITO CINEMA,
CONIUGANDO
BUSINESS E CULTURA**
Intervista a Gabriele D'Andrea, amministratore delegato della catena cinematografica C+C, che nel 2024 è cresciuta del 10% sul 2023

18
RICERCHE
**I NUMERI DIETRO IL RITORNO
DEI GIOVANI AL CINEMA**
Dati CinExpert alla mano, scopriamo come il target più giovane sia tornato ad affollare le sale cinematografiche e in quali modalità

28
SCENARI
INSIDE TRADE MARKETING
Una visione condivisa, tanta creatività e le stesse difficoltà riscontrate tra varie realtà. Cinque trade marketing manager si confrontano sulle loro attività

38
INCASSI ITALIA
**2024, UN ANNO SFIDANTE
(MA POSITIVO)**
Una fotografia dettagliata dell'andamento di incassi e presenze delle sale cinematografiche italiane grazie ai dati Cinetel e CinExpert

50
CASE STUDY
**PARTHENOPE, L'ELEGANZA
DI UN SUCCESSO**
Ripercorriamo i numeri registrati dall'ultimo film di Paolo Sorrentino, soffermandoci sui diversi segmenti di pubblico, sulle migliori performance in sala e sui trend attorno al film

56
CASE STUDY
**DIETRO LE QUINTE DELLA
CAMPAGNA DI PARTHENOPE**
La direttrice marketing e comunicazione di PiperFilm, Emanuela Semeraro, svela i retroscena della campagna di *Parthenope*, dalle anteprime a mezzanotte al tour promozionale di Sorrentino

58
CONVEGNI
**ITALIA E FRANCIA: DUE UNIVERSI
CINEMATOGRAFICI A CONFRONTO**
Il panel organizzato da Box Office ha aperto le Giornate Professionali di Cinema di Sorrento mettendo a tema il rapporto tra distribuzione ed esercizio in questi due Paesi

62
PREMI
**SORRENTO, I VINCITORI
DELLE TARGHE DI BOX OFFICE**
Assegnati i riconoscimenti ai distributori che si sono distinti alle ultime Giornate professionali di cinema ricevendo il maggior numero di voti da una selezione di esercenti

64
GALLERY
FOTOGRAFIE DA SORRENTO
Uno sguardo ai protagonisti della 47ª edizione delle giornate professionali di cinema, forte di oltre 1.700 accreditati

**IN ALLEGATO
SPECIALE
IL CHI È CHI DEL CINEMA**
I protagonisti e il management delle principali società di distribuzione, esercizio e produzione cinematografica, ma anche di associazioni, festival, istituzioni, film commission e piattaforme




**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



BOXOFFICE

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

Anno XXIX N. 1
Gennaio 2025

Direttore responsabile

Vito Sinopoli

Responsabile di redazione Paolo Sinopoli

Redazione Valentina Tortaschi

Hanno collaborato: Cristiano Balla, Marco Cacioppo, Gabriele Niola

Impaginazione e fotolito Emmegi Group Milano

Responsabile coordinamento grafico Alda Pedrazzini

Coordinamento tecnico Paola Lorusso

plorusso@e-duesse.com

Traffico Elisabetta Pifferi

elisabetta.pifferi@e-duesse.com

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

11/04/2001 - ROC n. 6794

Stampa Graphicscalve spa

Località Ponte Formello 1/3/4

24020 Vilminore di Scalve (BG)

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 Media Network S.r.l., 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 addebi al trattamento, rivolgersi

al Responsabile del trattamento che è il Titolare di Duesse

Media Network S.r.l. - Via Goito, 11 - 20121 Milano.

I dati potranno essere trattati da addetti incaricati preposti agli

abbonamenti, al marketing, all'amministrazione e potranno

essere comunicati a società esterne, per le spedizioni della

rivista e per l'invio di materiale promozionale.

Copyright Tutti i diritti sono riservati.

Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi

forma o rielaborata con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta,

o diffusa, senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e

foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti.

La redazione si è curata di ottenere il copyright delle immagini

pubblicate, nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore

è a disposizione degli aventi diritto per egolare eventuali

spettanze.

DUESSE MEDIA NETWORK S.r.l.

Via Goito, 11 - 20121 Milano

Tel. 02277961 - Fax 0227796300

Questo numero di *Box Office*

è stato chiuso in redazione il 13 gennaio 2025

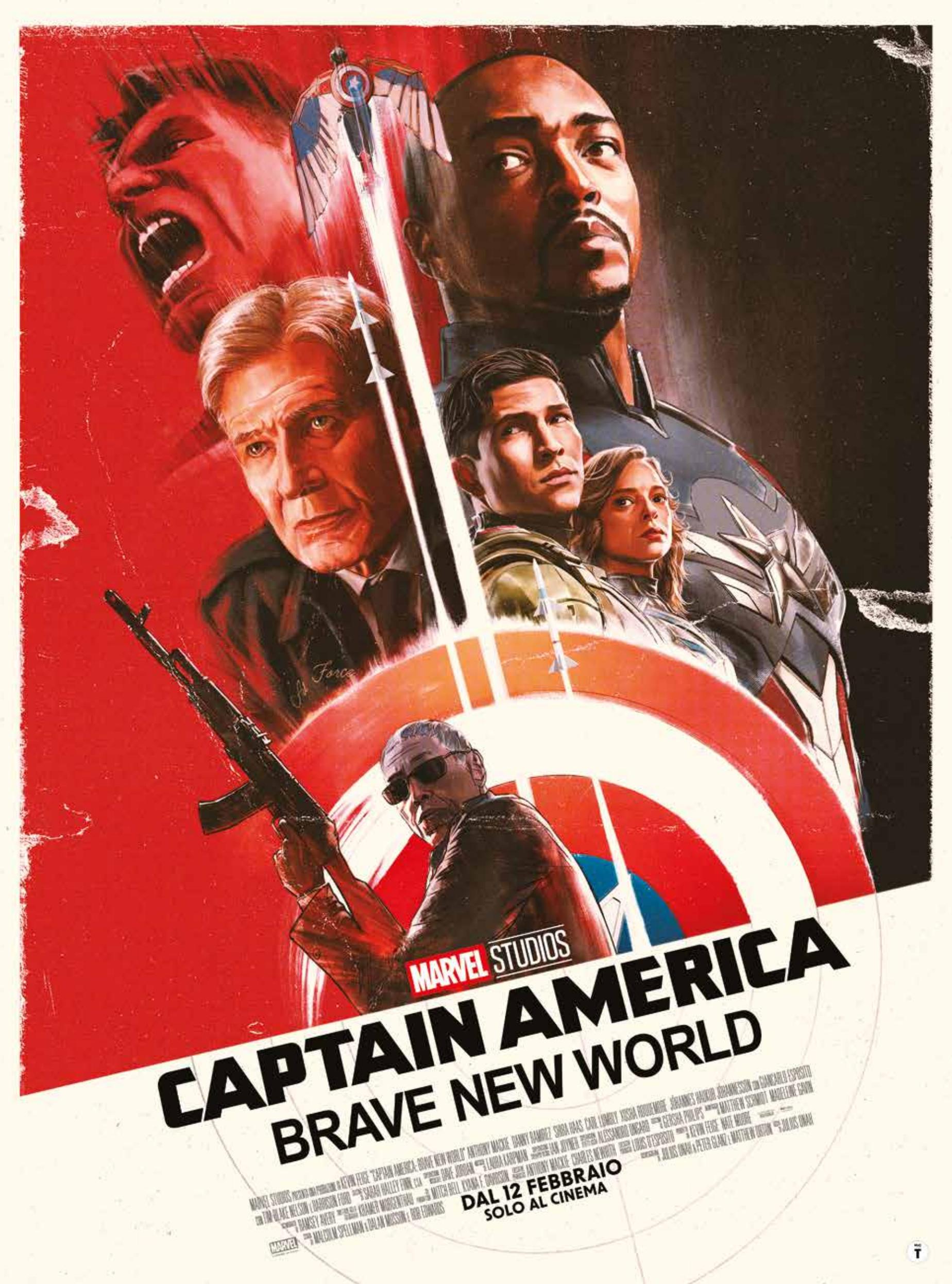
ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE



SCOPRI COME ABBONARSI A BOX OFFICE



Scopri tutte le offerte di abbonamento su:
abbonamenti.e-duesse.com
serviziabbonamenti@e-duesse.com
Tel. 02277961



MARVEL STUDIOS
CAPTAIN AMERICA
BRAVE NEW WORLD

MARVEL STUDIOS PRESENTA UN FILM DI KEVIN FEISE "CAPTAIN AMERICA: BRAVE NEW WORLD" ANTHONY MACKIE DANIEL BRÜLLENBERG SARA HAAS CARL LUMBLY KISHA BOODENBERG JOHANNES VANDER JOHANNESSEN con DANICARLO ESPERITO
con TIM BLAKE NELSON e HARRISON FORD con SARAH HALEY FINK con BOB ODEKUMBA con JONATHAN ARACAPARAN con JONATHAN ARACAPARAN con ALESSANDRO TONICARDI con GERSHA PHILIPS con MATTHEW SCHMIDT con MAGDELINE GAYN
con RANSEY AVERY con KEVIN FEISE
con MALCOLM SPELLMAN e COLAN MOSSON e BOB COOPER con JULIUS ONAH e PETER GLANZ e MATTHEW DORTCH con JULIUS ONAH
MARVEL

DAL 12 FEBBRAIO
SOLO AL CINEMA

BOX OFFICE HABLA



TAMBIÉN ESPAÑOL

POSSIAMO PORTARE IL TUO BUSINESS ANCHE IN SPAGNA

Da quasi 30 anni riferimento
per l'industria cinematografica italiana,
la rivista Box Office ora è leader anche in Spagna.
Una straordinaria opportunità di promozione
e visibilità per le aziende tricolori che desiderano
espandere il proprio business oltreconfine.

Contattaci



DUESSE MEDIA NETWORK
WE ARE PUBLISHERS

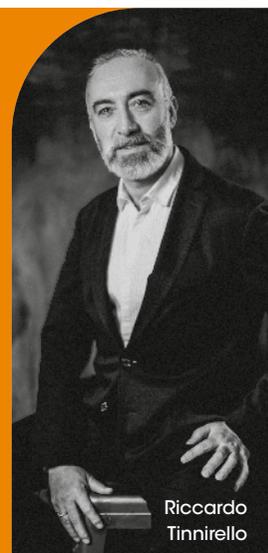


Arturo
De Simone

WARNER BROS. DISCOVERY, PROMOSI DE SIMONE E TINNIRELLO

Novità ai vertici della squadra della divisione theatrical del gruppo Warner Bros. Discovery, guidato da Alessandro Araimo. Arturo De Simone è stato promosso Vice President Theatrical Marketing & Digital Distribution Italy & Spain e Local Production Italy, entrando così a far parte del management di Alessandro Araimo, General Manager Italia e Iberia di

Warner Bros. Discovery, a suo diretto riporto. Inoltre, nell'anno in cui WBD ha avuto importanti tour promozionali tra cui *Dune: Part Two*, *Challengers* e tre film selezionati al Festival di Venezia (con il Leone d'Oro assegnato a *La stanza accanto* di Pedro Almodóvar), è stato promosso anche Riccardo Tinnirello nel ruolo di Senior Director Publicity Italy & Spain.



Riccardo
Tinnirello

ITALIAN FILM COMMISSION, JACOPO CHESA NUOVO PRESIDENTE

Cambia il coordinamento di Italian Film Commission, l'associazione composta da 19 Film Commission diffuse su tutto il territorio. A ricoprire il ruolo di presidente è ora Jacopo Chessa, direttore di Veneto FC, che prende così il posto di Cristina Priarone. Insieme a lui arrivano in IFC come vicepresidenti anche Alessandra Miletto di FC Valle d'Aosta e Fabio Abagnato di Emilia Romagna FC; il segretario generale sarà invece Francesca Valente, che attualmente ricopre la stessa carica in Veneto FC.



È MORTO ANTONIO SANCASSANI, FONDATORE DEL CINEMA MEXICO

Lutto nel mondo della settimana arte. Si è spento a 82 anni Antonio Sancassani, fondatore del Cinema Mexico di Milano, cinema che ha gestito per oltre 40 anni. All'inizio degli anni '80 Sancassani ha contribuito a portare in Italia il film culto *The Rocky Horror Pictures Show*, che ancora oggi attira pubblico nell'impianto sito in via Savona. Nel 2011 è stato insignito dell'Ambrogino d'Oro per il suo impegno nel rendere il Cinema Mexico un luogo d'elezione per la cinefilia milanese e non solo.



BEST MOVIE COMICS AND GAMES 2025, ANNUNCIATE LE DATE

Dopo il successo dell'ultima edizione, il Best Movie Comics and Games tornerà nel 2025, sempre a Milano all'interno della splendida location di Superstudio Più in via Tortona 27. La prossima edizione dell'evento organizzato da Duesse Media Network (casa editrice delle riviste *Box Office*, *Best Movie* e *Best Streaming*), dedicato a tutti gli appassionati di cinema e serie Tv, fumetti, giochi da tavolo, videogames, collezionabili e gadget della cultura popolare, si terrà ancora una volta il 7 e 8 giugno 2025. La terza edizione ha confermato la crescita del Best Movie

Comics and Games, con oltre 12mila presenze tra panel con gli ospiti, anteprime, area espositiva tra stand ed esperienze di gioco, per un soggiorno milanese che ha saputo coinvolgere pubblici di tutte le età.



BREVISSIME

- Elisabetta Hoch entra in Notorious Cinemas come Film Booking & Operation Manager
- Mediobanca ha investito 90 milioni di euro in Rainbow, pari a una quota azionaria del 40%
- Eagle Pictures è entrato con il 5% nel fondo saudita Saudi Film Fund
- Mariagrazia Fanchi è la nuova presidente di Lombardia FC
- Roberto Cicutto è stato eletto nuovo presidente del Fondo Eurimages
- Le prossime Giornate professionali di Sorrento saranno dall'1 al 4 dicembre 2025
- Nel 2024 cala il numero di registe donne nella Top 100 degli incassi worldwide, dal 13% del 2023 all'11%
- Tony Chambers è il nuovo presidente dell'area EMEA di The Walt Disney Company
- Vue Cinemas apre la distribuzione Vue Lumière, specializzata in film arthouse e in lingua straniera



FESTA
DEL CINEMA
DI ROMA 2024
GRAND PUBLIC

IL CANDIDATO ALL'OSCAR®

**ANDREW
GARFIELD**

LA CANDIDATA ALL'OSCAR®

**FLORENCE
PUGH**

WE LIVE IN TIME

Tutto il tempo
che abbiamo

DAL REGISTA DI **BROOKLYN**

STUDIOCANAL e FILM4 PRESENTANO UNA PRODUZIONE SUNNYMARCH IN ASSOCIAZIONE CON SHOEBOX FILMS CON IL SUPPORTO DI CANAL+ e CINE+DGS
UN FILM DI JOHN CROWLEY ANDREW GARFIELD FLORENCE PUGH "WE LIVE IN TIME" SCRITTO DA FIONA WEIR PRODOTTO DA GISELA EVERT
REGIA DI IVANA PRIMORAC COSTE LIZA BRACEY SUPERVISORE WICK ANGEL MUSICHE DI BRYCE DESNER MONTAGGI JUSTINE WRIGHT
COSTRUTTORE ALICE NORNINGTON PRODOTTORE STUART BENTLEY EXECUTIVE PRODUTTORI TIM DENNISON PRODUTTORE BENEDICT CUMBERBATCH OLLIE MADDEN DANIEL
BATTSEK DAVID KIMBANGI ANNA MARSH RON HALPERN JOE NAFTALIN PRODUTTORE ADAM ACKLAND LEAH CLARKE GUY HEELEY PRODUTTORE NICK PAYNE
STUDIOCANAL FILM4 CANAL+ LUCKY RED
© 2024 STUDIOCANAL SAS - CHANNEL FOUR TELEVISION CORPORATION

DAL 6 FEBBRAIO AL CINEMA



CIRCUITO CINEMA, CONIUGANDO BUSINESS E CULTURA

L'AMMINISTRATORE DELEGATO **GABRIELE D'ANDREA** CREDE NELLA FORTE IDENTITÀ ALL'INSEGNA DELLA QUALITÀ CHE CARATTERIZZA LA CATENA CINEMATOGRAFICA C+C, REDUCE DA UN ANNO IN CRESCITA DEL 10% SUL 2023, E RESTA CONVINTO CHE LA SFIDA SUL CAMPO SIA SEMPRE LA STESSA: DIMOSTRARE CHE CON LA CULTURA SI POSSA FARE PROFITTO E RESTITUIRE UN VALORE SOCIALE

di **Paolo Sinopoli** – foto di **Simone Martellacci**



Quando a fine 2023 Gabriele D'Andrea è stato nominato amministratore delegato di Circuito Cinema, il manager conosceva già a fondo l'identità e le strategie aziendali della catena cinematografica improntata sul cinema di qualità. In quanto direttore theatrical di Lucky Red (carica che continua a ricoprire), socio distributore di maggioranza di C+C, D'Andrea curava da tempo diversi aspetti legati alla comunicazione delle sale. Aspetti che nell'ultimo anno, alla luce del suo nuovo ruolo, ha saputo integrare e ampliare, portando avanti una visione strategica che non ha paura di percorrere strade meno battute: dalle numerose rassegne e iniziative mirate ai più giovani, a scelte anticonvenzionali come quella di non voler mostrare spot commerciali prima dell'inizio delle proiezioni. Un piano che nel 2024 ha portato Circuito Cinema a registrare risultati addirittura superiori del 10% sul 2023. E sul mantenere il giusto equilibrio dei soci distributori (Lucky Red, Bim, Europictures e Officine Ubu) nella valorizzazione del prodotto, D'Andrea ripone piena fiducia

nell'imparzialità e nella lunga esperienza del responsabile della programmazione Fabio Fefè, partendo dal principio assoluto che «la gerarchia è data dal valore del film e non dalla distribuzione che lo propone».

È ormai trascorso un anno dalla sua nomina di amministratore delegato di Circuito Cinema. Quali sono state le principali sfide da affrontare e quali cambiamenti interni ha portato?

In termini di cambiamenti interni, c'è stato un semplice avvicendamento tra me e Andrea Occhipinti, quindi tutto il resto è rimasto invariato. Già collaboravo con Circuito Cinema dal 2022 con un occhio sul marketing, questo mi ha permesso di acquisire alcune conoscenze e velocizzare il mio inserimento come amministratore. A livello personale, questa è una grande opportunità per arricchire le mie conoscenze e avere una visione completa sui processi distributivi. La sfida è coniugare business e cultura, dimostrare che con la cultura si può fare profitto e restituire un



valore sociale: per questo Circuito Cinema sceglie i film da programmare applicando un criterio di selezione orientato a queste premesse. Abbiamo anche molto rispetto per i distributori, un'etica che si traduce in un rapporto di chiarezza e coerenza: se prendiamo un accordo, che sia commerciale, di marketing o programmazione, quell'accordo verrà rispettato e non cambiato in corsa in modo unilaterale. È tutto parte integrante della stessa visione, il rispetto per i distributori e per le altre componenti del business è lo stesso che abbiamo per gli spettatori: in entrambi i casi non guardiamo solo all'aspetto economico.

Come si è chiuso il 2024 per C+C? È soddisfatto dei risultati raggiunti?

Sì, sono molto soddisfatto. Chiudiamo con un segno positivo di oltre il 10% rispetto al 2023, che pure era stato un anno in crescita rispetto al 2022. Detto questo, è anche importante che questi risultati siano stati raggiunti senza tradire la nostra identità di cui sopra e la nostra vocazione verso una certa idea di cinema, continuando a valorizzare film che senza Circuito Cinema rischierebbero di non incontrare mai il loro pubblico. Va poi ricordato l'impegno e la passione di tante professioniste e professionisti che animano l'ufficio di via Delle 4 Fontane e le nostre sale.

Quali sono le sue aspettative per il 2025, alla luce di un'offerta di qualità in parte già definita?

In attesa dei grandi Festival, specialmente Cannes, ci sono titoli interessanti all'orizzonte. In primis quelli candidati agli Oscar, ma anche film di registi italiani che potrebbero proseguire nel solco tracciato a partire da *C'è ancora domani*. Cito per tutti tre film italiani posizionati tra febbraio e aprile: *Follemente* di Paolo Genovese, che ha vinto la targa di *Box Office* come miglior promo alle Giornate professionali di Sorrento, il nuovo film di Gabriele Mainetti, un regista a cui come Circuito Cinema siamo molto affezionati, e infine *Queer* di Luca Guadagnino, uno dei titoli più attesi del primo semestre. In ➤



generale l'auspicio è di avere un maggio e un giugno superiore a quello dell'anno scorso per le sale cittadine, sono ottimista.

Nella compagine societaria di Circuito Cinema rientrano diverse distribuzioni cinematografiche. Come mantenete il giusto equilibrio nella valorizzazione del prodotto, compreso quello di altre società?

Rispetto ai soci distributori, che sono Lucky Red, Bim, Europictures e Officine Ubu, c'è piena fiducia nell'operato del team di programmazione, che gode di una completa autonomia. Abbiamo un responsabile, Fabio Fefè, anche socio fondatore di Circuito Cinema, che per tutto il mercato è garanzia di equilibrio e imparzialità. Il principio industriale è lo stesso, valido per tutti e riconosciuto da tutti, in primis dai soci: la gerarchia è data dal valore del film e non dalla distribuzione che lo propone. Una cosa poi è garantita: in Circuito Cinema i film hanno la possibilità di avere una lunga tenuta e sviluppare i risultati nel tempo; per fare un paio di esempi, un film come *Anora* ha avuto una programmazione ininterrotta dal 7 novembre fino al 6 gennaio, lo stesso è accaduto la scorsa primavera con *La zona di Interesse*. E non sono film di soci.

Ci racconti la strategia di comunicazione di Circuito Cinema e come si declina tra i vari media.

Oggi il mezzo che presidiamo meglio è quello digitale, dove riusciamo a dare visibilità e conversione alle varie attività che compongono il nostro palinsesto editoriale. Penso a format originali come "Poltroncine", incontri di approfondimento, rassegne verticali su autori, proiezioni in formati speciali come il 70mm, campagne di abbonamento attive tutte l'anno ma che variano a seconda della stagione, anteprime di mezzanotte, serate particolari come quella del 31 dicembre, le anteprime della domenica mattina, promozioni speciali soprattutto per i film family (per *Inside Out 2* abbiamo omaggiato un popcorn a tutti gli under 14), una ricerca costante della versione originale, incontri per presentazioni di libri che hanno qualche rilevanza col cinema, ecc. Tutto parte dalla nostra idea di cinema e finisce nella sala come spazio fisico: in mezzo c'è un'attività di comunicazione molto curata che coinvolge il nostro pubblico a 360 gradi.

Un'attività particolarmente apprezzata dal vostro pubblico sono le proiezioni della domenica mattina. Quali sono i punti di forza di questa iniziativa?

È una rassegna iniziata con il Centro Sperimentale sotto la guida di Marta Donzelli e che, in un secondo momento, con Cesare Petrillo, Andrea Occhipinti e Fabio Fefè abbiamo deciso di



proporre autonomamente al pubblico come Circuito Cinema. Cesare, coadiuvato da Simone Fabio Ghidoni, ha fatto un lavoro accurato di selezione e organizzazione di classici suddivisi per aree tematiche che da subito ha mostrato di avere un grande seguito: l'anno scorso la commedia americana di Lubitsch, Hawks e dell'epoca d'oro di Hollywood, quest'anno il noir americano degli anni 40 e 50. Tutto rigorosamente in copie digitali di alta qualità, in versione originale con sottotitoli, e le proiezioni sono sempre introdotte da Cesare. La domenica mattina è diventato un rito, un appuntamento fisso per tanti appassionati, al punto che abbiamo deciso di spingerci oltre, affiancando alcune rassegne verticali al Cinema Nuovo Olim-



pia: la rassegna “Queer” della primavera scorsa dedicata al cinema Lgbt, e quella dedicata al cinema di Alfred Hitchcock. Visto il successo, abbiamo deciso di iniziare queste retrospettive anche nelle nostre sale di Torino, precisamente al Cinema Nazionale dove introduce Bruno Ventavoli, mentre l’Anteo di Milano ci ha affiancati sin dal principio. Il prossimo passo sarà portare questo format nelle nostre sale di Firenze.

E per quanto riguarda le anteprime con talent italiani e internazionali in presenza e in collegamento video?

Sono parte integrante della nostra attività. Direi che lo streaming di fatto è partito con Circuito Cinema e siamo ➤



molto contenti che questa opportunità sia arrivata anche ad altri cinema in Italia, soprattutto in provincia. È un utilizzo intelligente della tecnologia. Addirittura, in alcuni casi siamo riusciti a mandare in streaming contenuti alternativi alla semplice presentazione, ad esempio esibizioni live come nel caso di *Foglie al vento*, dove le musiciste del film di Kaurismäki hanno realizzato un concerto reso disponibile per oltre 50 cinema. I talent italiani e internazionali frequentano abitualmente le nostre sale: solo a dicembre abbiamo ospitato Jacques Audiard, Karla Sofia Gascón, Walter Salles, Fernanda Torres, Marianne Jean-Baptiste, Miguel Gomes, Robbie Williams, Michael Gracey, Ferzan Özpetek.

Qual è la ratio dietro la decisione anticonvenzionale di Circuito Cinema di non mostrare spot commerciali prima dell'inizio delle proiezioni? Continuerete su questa linea?

Sì, è una scelta che abbiamo preso un anno e mezzo fa e di cui personalmente sono stato un grande fautore, trovando terreno fertile in Andrea Occhipinti e Antonio Medici. Di fatto abbiamo rinunciato a un introito certo per dare un'esperienza migliore al nostro pubblico. Ho letto le recenti dichiarazioni di Todd Phillips e che risuonano con le motivazioni che ci hanno portato a prendere questa decisione. Nel futuro non abbiamo preclusioni, se ci saranno opportunità di integrare la pubblicità commerciale in un modo che

per noi sia rispettoso dell'idea di esperienza che intendiamo offrire ai nostri spettatori, faremo una valutazione. Oggi questi presupposti non ci sono e siamo contenti di poter dare esclusiva visibilità ai trailer dei distributori, senza porre limitazioni particolari nella durata dei contenuti, come magari sono costretti a fare altri operatori. Se un trailer è bello ed efficace, è giusto che duri quello che deve durare.

In un mondo sempre più digitalizzato, quanto il vostro pubblico è incline all'acquisto online, o attraverso le casse automatiche?

Non abbiamo casse automatiche. Vediamo una crescente propensione all'ac-



L'amministratore delegato di Circuito Cinema Gabriele D'Andrea insieme al responsabile della programmazione Fabio Fefè



quisto online, soprattutto per i film internazionali e per i saluti in sala.

Dedicate grande attenzione anche alle persone con disabilità.

Assolutamente, tutti i nostri cinema e le nostre sale sono accessibili e dotate di tutte le strumentazioni necessarie per favorire la fruizione trasversale dei nostri film.

Che tipo di riscontro avete da scuole e aziende per proiezioni private?

Lavoriamo costantemente con le scuole, solo nei nostri cinema di Roma abbia-

mo portato oltre 30.000 studenti in sala quest'anno. Per la tipologia di film che programiamo la collaborazione è prevalentemente con i licei.

Quanto incide, in percentuale, il cinema italiano sulla performance complessiva di C+C?

Indice in media per circa il 40% ed è una componente saliente della nostra offerta, anche per la possibilità di lavorare con gli artisti e ospitarli nelle nostre sale. Ultimamente, come alcuni analisti hanno fatto notare, c'è una produzione che va verso una tipologia di film più in linea con Circuito Cinema. Per parlare del passato recente, film come *Vermiglio*, *Parthenope*, *Berlinguer*, *Napoli New York* e *Diamanti* hanno avuto una circolazione nelle nostre sale davvero estesa nel tempo, ampia e trasversale. Questo è importante per tanti motivi, i film italiani hanno una maggiore redditività complessiva per il mercato.

Come targettizzate e profilate i vostri clienti? E come questo lavoro di raccolta dati viene utilizzato in sinergia con le distribuzioni?

Per Circuito Cinema la fonte principale di raccolta dati è costituita dal servizio ticketing, attraverso il quale riusciamo a raccogliere le principali informazioni demografiche e, in base agli acquisti, ➤

indicazioni sui gusti cinematografici e gli orari preferiti del pubblico. Tutto questo ci permette migliorare il nostro servizio, ma anche di costruire una comunicazione mirata per il cliente. Un'altra fonte interessante di dati deriva dal servizio abbonamenti e sono numerose le occasioni in cui, insieme alle distribuzioni, abbiamo organizzato eventi attivando la comunicazione su segmenti specifici dei nostri abbonati. In termini generali, è evidente che oggi non parliamo più di target tradizionali e precostituiti ma di nicchie di appassionati molto mutevoli, che cambiano rapidamente, e spesso spontaneamente,

l'oggetto di interesse. Oggi sono da una parte, domani da un'altra, e dentro queste nicchie troviamo profili molto eterogenei, uniti dall'interesse specifico ma molto diversi tra loro. Questo rende il panorama imprevedibile e fluido, ma anche più stimolante e sorprendente, a patto di avere la flessibilità per stare al passo e adattarsi ai cambiamenti.

Nell'ultimo anno Circuito Cinema ha distribuito qualche film in sala. Continuerete in questa direzione?

È un modello che ritengo interessante, ci sono crescenti casi in Europa di que-

sto tipo, l'ultimo in ordine di tempo è Vue in Inghilterra. Se troveremo un partner affidabile con cui costruire un progetto insieme, ci faremo trovare pronti; penso che all'interno di Circuito Cinema ci siano le competenze e le risorse strutturali per sostenere la distribuzione di una certa tipologia di film senza che questo, ovviamente, significhi uno squilibrio rispetto ad altri distributori. Non può esserci ambiguità su questo principio.

Avete in programma nuovi progetti di ristrutturazione e/o aperture imminenti?



Oggi Circuito Cinema programma 130 schermi in tutta Italia secondo un modello ibrido: siamo proprietari o gestori al 100% di alcuni cinema a Roma e Firenze, siamo soci al 50% di diverse sale a Torino, Bologna e Napoli, seguiamo la programmazione di altre strutture in tutta Italia che vanno da Palermo a Milano. Stiamo continuando a rinnovare il parco sale a livello nazionale. Abbiamo già portato il Fiorella a 3 schermi, a gennaio partiranno i lavori del Flora che passerà da 2 a 5 sale e concluderà il percorso di sviluppo su una città per noi strategica come Firenze. Entro la primavera inizieranno i

lavori del Fossolo di Bologna, la parte burocratica è stata completamente espletata e ha chiesto diversi mesi di gestazione: il Fossolo diventerà una bellissima struttura moderna con 3 sale molto capienti. Già oggi è una struttura che risponde in modo incredibile, basti pensare alle oltre 10.000 presenze realizzate con *Diamanti*, ma dopo questa ristrutturazione lo sarà ancora di più. Abbiamo in programma investimenti ingenti perché vogliamo ristrutturare orientati alla ricerca di eleganza, con un occhio di riguardo anche al servizio di ristorazione che vorremmo fosse sempre più gourmet e qualificato,

in linea con i film che programmiamo. Abbiamo già internalizzato i bar del 4 Fontane e del Giulio Cesare, intendiamo continuare su questa strada.

Se potesse cambiare qualcosa nell'industria cinematografica con uno schiocco di dita, cosa farebbe?

In primis cambierei la narrazione. Nella scorsa edizione di CineEurope, dunque non più di 6 mesi fa, nel panel più interessante della manifestazione che si tiene il lunedì mattina che precede l'inizio delle convention, erano riuniti due executive di Paramount e Sony per la distribuzione, altrettanti di Vue e Imax per l'esercizio. A questa stessa domanda che tu mi hai posto, hanno risposto allo stesso modo, in unisono: the endless negative narrative. Posto che il confronto continuo e anche radicale sui grandi temi della nostra industria non dovrebbe mai venire meno perché solo dalla condivisione, dalla pluralità di visioni e di proposte può nascere un autentico sviluppo, troppo spesso si guarda il bicchiere mezzo vuoto, si dà sfogo al pessimismo, ci si abbandona al vittimismo. Questo è un grande spreco di energie. Ho svolto e svolgo tutt'ora ruoli associativi, è evidente che i risultati migliori si sono ottenuti quando si è remato tutti dalla stessa parte, come ha dimostrato il lavoro intrapreso sull'estate a partire dal 2018. **BC**



© Simone Martellacci/Box Office (4); courtesy of Circuito Cinema (7)

I NUMERI DIETRO IL RITORNO DEI GIOVANI AL CINEMA

DATI CINEXPERT ALLA MANO, SCOPRIAMO COME IL TARGET PIÙ GIOVANE SIA TORNATO AD AFFOLLARE LE SALE CINEMATOGRAFICHE E IN QUALI MODALITÀ, PRENDENDO IN CONSIDERAZIONE ANCHE QUALCHE FILM PIÙ ESEMPLIFICATIVO USCITO SUL GRANDE SCHERMO NELL'ULTIMO ANNO

di Gabriele Niola

A

circa tre anni dalla fine della pandemia e a due da un ritorno in sala del pubblico che si avvicina ai livelli pre-pandemici (il 2024 si è chiuso con circa il 28% di biglietti in meno rispetto al 2019 e circa il 1C% in meno rispetto al 2018), sia gli esercenti che le distribuzioni hanno notato che stabilmente la fascia di età che più è tornata al cinema in pianta stabile è quella dei giovani, più precisamente tra i 15 e i 34 anni. Questo pubblico ha determinato il successo dei film americani più spettacolari, ma la novità è che ora è anche quello che può portare al successo i film d'autore internazionali e italiani, un tipo di prodotto che prima della pandemia aveva nel pubblico più adulto il target principale. Ovviamente non è vero per tutti i film: dipende da quanto le distribuzioni sono in grado di intercettare i canali attraverso i quali questo pubblico si informa. Tuttavia, rispetto a prima, se quel target viene raggiunto dalla comunicazione, la risposta si vede. È un mutamento che deriva innanzitutto da un cambio nel cinema d'autore in sé, iniziato



TOTALE PRESENZE PER TARGET - ITALIA

1° semestre 2023 vs 1° semestre 2024



Fonte CinExpert (dati CINETEL raccolti da Ergo research/Vertigo research)

prima della pandemia. Una generazione di nuovi autori e un mutamento nei festival (che sono il bacino nel quale i film ricevono la qualifica d'autore) hanno creato una categoria crossover che attira sia la cinefilia tradizionale sia un pubblico più largo e giovanile. Come vedremo in queste pagine, ne hanno beneficiato ampiamente titoli come *Past Lives*, *La zona d'interesse*, *Povere creature!*, *The Substance* e *Parthenope* di Paolo Sorrentino.

I DATI COMPLESSIVI

Le rilevazioni CinExpert mostrano in generale che negli anni post-pandemici il pubblico più significativo è quello sotto i 35 anni. Nel 2023 il 55% dei biglietti è stato acquistato da questa fascia e il 45% da quella dai 35 anni in su, mentre nel 2022 questa proporzione era stata addirittura del 57% contro il 43%. Un confronto di questi dati con quelli del periodo pre-pandemico chiarisce ogni dubbio: tutte le fasce segnano un calo, tranne quella tra i 15 e i 24 anni, per la quale la media di biglietti acquistati tra il 2022 e il 2023 è del 12% superiore a quella tra il 2017 e il 2019. I più anziani (dai 50 anni in su), che pure nel passaggio tra 2023 e 2024 sono aumentati del 25%, sono quelli che nel complesso contribuiscono di meno. Per il 2024, a partire da marzo, il pubblico tra i 15 e i 24 anni è stato stabilmente quello più rilevante. Tuttavia, l'unico confronto possibile è tra il primo semestre del 2024 e lo stesso periodo del 2023, anche se va considerato che i numeri sono condizionati dalla presenza, nel 2024, di un film come *Inside Out 2*, con un target di riferimento molto giovane e un incasso altissimo, mentre l'anno prima erano stati *Barbie* e *Oppenheimer* a dominare quella stagione, con un target del tutto diverso. Escludendo i picchi dovuti a questi due film, il cui target primario è così diverso, e considerando quanto hanno contribuito all'incasso generale le varie fasce di età, si nota che nel primo semestre del 2023 c'è stata una ripresa dei più adulti (la fascia 35-49 anni è stata quella che ha portato più biglietti), mentre per il medesimo periodo del 2024, fino a poco prima >

TOP 20 DEI TITOLI PIÙ VISTI DAL TARGET 3-14 ANNI

Periodo: primo semestre 2024

Rank TOT	Rank TARGET	+/-	Titolo	Femmine	Maschi	3-14 anni	15-24 anni	Prima program.	Distribuzione	Nazione	ADM
1	1	0	INSIDE OUT 2	2.168.287	1.867.135	1.334.220	1.096.594	19/06/24	WALT DISNEY S.M.P. ITALIA	USA	4.035.422
2	2	0	KUNG FU PANDA 4	692.378	897.495	616.518	391.281	21/03/24	UNIVERSAL S.R.L.	USA	1.589.873
12	3	9	WISH	388.441	262.373	335.327	43.781	21/12/23	WALT DISNEY S.M.P. ITALIA	USA	650.814
19	4	15	ME CONTRO TE - OPERAZIONE SPIE	247.622	176.371	273.551	24.567	30/05/24	WARNER BROS ITALIA S.P.A.	ITA	423.993
11	5	6	WONKA	302.446	375.695	186.005	160.391	14/12/23	WARNER BROS ITALIA S.P.A.	GBR	678.141
6	6	0	IL RAGAZZO E L'AIRONE	453.524	490.948	180.853	253.711	01/01/24	LUCKY RED DISTRIB.	JPN	944.472
25	7	18	IF - GLI AMICI IMMAGINARI	172.319	153.758	169.733	40.708	16/05/24	EAGLE PICTURES S.P.A.	USA	326.077
26	8	18	GARFIELD: UNA MISSIONE GUSTOSA	140.034	174.638	163.811	56.090	01/05/24	EAGLE PICTURES S.P.A.	USA	314.672
35	9	26	EMMA E IL GIAGUARO NERO	136.563	119.511	103.162	25.608	22/02/24	01 DISTRIBUTION	FRA	256.074
4	10	-6	DUNE - PARTE 2	394.609	852.594	95.385	419.153	28/02/24	WARNER BROS ITALIA S.P.A.	USA	1.247.203
15	11	4	GODZILLA E KONG: IL NUOVO IMPERO	184.703	346.783	86.311	157.362	28/03/24	WARNER BROS ITALIA S.P.A.	USA	531.486
57	12	45	SANSONE E MARGOT: DUE CUCCIOLI ALL'OPERA*	54.645	60.378	72.661	11.013	08/02/24	EAGLE PICTURES S.P.A.	RUS	115.023
7	13	-6	TUTTI TRANNE TE	594.445	256.277	70.579	398.496	25/01/24	EAGLE PICTURES S.P.A.	USA	850.722
47	14	33	IL FANTASMA DI CANTERVILLE	74.364	75.041	68.079	17.804	18/01/24	ADLER ENTERTAINMENT S.R.L.	GBR	149.405
23	15	8	GHOSTBUSTERS: MINACCIA GLACIALE	135.283	243.992	66.766	42.294	11/04/24	EAGLE PICTURES S.P.A.	USA	379.275
16	16	0	I SOLITI IDIOTI 3 - IL RITORNO	168.824	335.498	64.273	147.018	25/01/24	MEDUSA FILM S.P.A.	ITA	504.322
20	17	3	COME PUÒ UNO SCOGLIO	170.379	249.833	58.073	81.659	28/12/23	VISION DISTRIBUTION	ITA	420.212
30	18	12	AQUAMAN E IL REGNO PERDUTO	89.778	202.245	55.956	63.867	20/12/23	WARNER BROS ITALIA S.P.A.	USA	292.023
5	19	-14	UN MONDO A PARTE	572.131	487.828	53.453	133.493	28/03/24	MEDUSA FILM S.P.A.	ITA	1.059.959
18	20	-2	PAIRE PARECCHIO PARIGI	193.749	257.937	45.156	34.948	18/01/24	01 DISTRIBUTION	ITA	451.686

* Attenzione base bassa - I risultati devono essere presi con cautela.

In azzurro i profili non definitivi

NOTA: la colonna (+/-) mostra lo scarto rispetto alla posizione occupata nella classifica totale delle presenze del primo semestre 2024

Fonte CinExpert (dati CINETEL raccolti da Ergo research/Verfigo research)

di giugno, quando è uscito *Inside Out 2*, i dati CinExpert mostrano che è stata la fascia 15-24 anni a dominare. In seconda posizione si alternano gli spettatori tra i 25-34 e quelli tra i 35-49 anni. Infine, nel secondo semestre del 2023, dopo il fenomeno *Barbenheimer*, la fascia 25-34 è stata quella cruciale. Si può quindi dire che per quasi un anno il pubblico under 34 è stato il più rilevante, e che prima del 2024 è stata comunque questa fascia a tornare con più decisione al cinema. Analizzando nel dettaglio i singoli film del 2024 si scopre inoltre che, come già anticipato, questo risultato deriva anche dal fatto che i più giovani sono stati decisivi per titoli che prima della pandemia non lo erano mai stati.

I FILM PER CUI I GIOVANISSIMI FANNO LA DIFFERENZA

Tra i film più visti dal target 15-24 anni, le prime quattro posizioni sono quelle che è più lecito aspettarsi (*Inside Out 2*, *Dune - Parte 2*, *Tutti tranne te* e *Kung Fu Panda 4*). Dalla quinta posizione iniziano le sorprese, con *Povere creature!*, film distribuito da Disney con talent importanti, che ha vinto la Mostra del Cinema di Venezia 2023 e uscito in Italia in piena corsa Oscar 2024 (il 47% del pubblico aveva tra i 15 e i 34 anni). Ancora più sorprendente è la presenza, subito dopo, di *Challengers* di Luca Guadagnino, un prodotto d'auto-re aiutato da una star vicina al pubblico giovane come Zendaya, ma dal linguaggio e dalla tipologia lontani dall'incasso facile



per ragazzi. *Challengers*, dal sesto posto, scivola al 14° se si guarda la classifica dei film più visti in generale in Italia nel 2024. Qualcosa di simile è accaduto per un titolo ancora più "difficile", *Past Lives*, con attori coreani e una trama romantica non di immediato accesso: 17° negli incassi globali e 12° per questo target di riferimento. Il 53% del suo pubblico, infatti, appartiene alla fascia 15-34 anni (29% tra i 15 e i 24 anni, e 24% tra i 25 e i 34 anni). Questo tipo di rilevazioni sono «frutto degli investimenti messi in campo da Anica, Anec, Cinetel e tutti i distributori partecipanti che hanno permesso a CinExpert di esistere», ricorda Davide Novelli, amministratore delegato di Cinetel. «Questo trend dimostra

che la domanda di cinema è elastica, che se rinunciamo alla ricerca di formule che valgono per tutti i film, ci accorgiamo che il pubblico cinematografico è molto più ampio di quello che pensiamo e risponde velocemente agli stimoli quando questi vengono correttamente veicolati dalla produzione nella realizzazione dei film, dalla distribuzione nella diffusione degli stessi e dalle sale cinematografiche nella loro accoglienza e programmazione. Non è più solo una questione di prodotto, ma di sinergia che si crea tra i componenti di tutta la filiera cinematografica». È anche grazie ai dati CinExpert che alcune distribuzioni hanno avuto una base solida per immaginare strategie di distribuzione diverse. ➤



A sinistra il sequel sci-fi *Dune - Parte due*

IL CASO DI PARTHENOPE E PIPERFILM

Per *Parthenope* il caso è ancora più clamoroso. Storicamente, il cinema italiano d'autore ha raggiunto i risultati migliori quando è riuscito a coinvolgere il pubblico più adulto. L'ultimo film di Paolo Sorrentino, invece, ha segnato il maggior incasso della carriera del regista proprio grazie al pubblico giovane. A novembre 2024, quando il film è uscito, il 40% dei biglietti sono stati venduti a spettatori tra i 15 e i 34 anni. Questo risultato è stato frutto di una scelta del distributore di posizionare il film su quel target e di attuare una strategia di promozione mirata: «Già dopo Cannes abbiamo cominciato a costruire creativamente i materiali che poi abbiamo liberato negli ultimi mesi», ha spiegato Massimiliano Orfei, presidente di PiperFilm. «C'è stata una trasformazione che ha portato i giovani a tornare nelle sale. Questo ci ha sorpresi, ma i dati >

TOP 20 DEI TITOLI PIÙ VISTI DAL TARGET 15-24 ANNI

Periodo: primo semestre 2024

Rank TOT	Rank TARGET	+/-	Titolo	Femmine	Maschi	3-14 anni	15-24 anni	Prima program.	Distribuzione	NaZIONE	ADM
1	1	0	INSIDE OUT 2	2.168.287	1.867.135	334.220	.096.594	19/06/24	WALT DISNEY S.M.P. ITALIA	USA	4.035.422
4	2	2	DUNE - PARTE 2	394.609	852.594	95.385	419.153	28/02/24	WARNER BROS ITALIA S.P.A.	USA	1.247.203
7	3	4	TUTTI TRANNE TE	594.445	256.277	70.579	398.496	25/01/24	EAGLE PICTURES S.P.A.	USA	850.722
2	4	-2	KUNG FU PANDA 4	692.378	897.495	616.518	391.281	21/03/24	UNIVERSAL S.R.L.	USA	1.589.873
3	5	-2	POVERE CREATURE!	726.218	560.245	39.978	325.532	25/01/24	WALT DISNEY S.M.P. ITALIA	USA	1.286.463
14	6	8	CHALLENGERS	284.074	297.032	17.265	259.808	24/04/24	WARNER BROS ITALIA S.P.A.	USA	581.106
6	7	-1	IL RAGAZZO E L'AIRONE	453.524	490.948	180.853	253.711	01/01/24	LUCKY RED DISTRIB.	JPN	944.472
9	8	1	SUCCEDE ANCHE NELLE MIGLIORI FAMIGLIE	395.964	415.052	37.970	171.552	31/12/23	01 DISTRIBUTION	ITA	811.016
11	9	2	WONKA	302.446	375.695	186.005	160.391	14/12/23	WARNER BROS ITALIA S.P.A.	GBR	678.141
15	10	5	GODZILLA E KONG: IL NUOVO IMPERO	184.703	346.783	86.311	157.362	28/03/24	WARNER BROS ITALIA S.P.A.	USA	531.486
16	11	5	I SOLITI IDIOTI 3 - IL RITORNO	168.824	335.498	64.273	147.018	25/01/24	MEDUSA FILM S.P.A.	ITA	504.322
17	12	5	PAST LIVES	308.108	182.965	9.983	143.836	14/02/24	LUCKY RED DISTRIB.	USA	491.073
10	13	-3	LA ZONA D'INTERESSE	358.130	340.434	21.946	140.299	22/02/24	I WONDER PICTURES S.R.L.	GBR	698.564
5	14	-9	UN MONDO A PARTE	572.131	487.828	53.453	133.493	28/03/24	MEDUSA FILM S.P.A.	ITA	1.059.959
8	15	-7	PERFECT DAYS	434.395	393.190	38.846	120.450	04/01/24	LUCKY RED DISTRIB.	JPN	827.585
29	16	13	THE FALL GUY	136.284	156.279	20.378	100.955	01/05/24	UNIVERSAL S.R.L.	AUS	292.563
31	17	14	BAD BOYS: RIDE OR DIE	89.342	191.443	30.404	100.098	13/06/24	EAGLE PICTURES S.P.A.	GBR	280.785
22	18	4	IL REGNO DEL PIANETA DELLE SCIMMIE	143.654	246.135	41.354	96.384	08/05/24	WALT DISNEY S.M.P. ITALIA	USA	389.789
28	19	9	BACK TO BLACK	154.645	147.053	24.847	88.592	18/04/24	UNIVERSAL S.R.L.	GBR	301.698
13	20	-7	C'E' ANCORA DOMANI	337.955	251.235	26.326	85.169	26/10/23	VISION DISTRIBUTION	ITA	589.190

* Attenzione base bassa - I risultati devono essere presi con cautela. In azzurro i profili non definitivi. NOTA: la colonna (+/-) mostra lo scarto rispetto alla posizione occupata nella classifica totale delle presenze del primo semestre 2024

Fonte CinExpert (dati CINETEL raccolti da Ergo research/Vertigo research)



3 VINCITORE DI GOLDEN GLOBES®

MIGLIOR FILM
DRAMMATICO

MIGLIOR ATTORE
DRAMMATICO
ADRIEN BRODY

MIGLIOR REGIA
BRADY CORBET



THE TELEGRAPH



TIME OUT



THE TIMES



THE GUARDIAN

"L'EVENTO CINEMATOGRAFICO DELL'ANNO"

AWARDS WATCH



FINANCIAL TIMES



EMPIRE



SCREEN RANT



HEYUGUYS

THE BRUTALIST

SCRITTO E DIRETTO DA
BRADY CORBET



ADRIEN BRODY
FELICITY JONES
GUY PEARCE

FOCUS FEATURES PRESENTS IN ASSOCIATION WITH PROTAGONIST PICTURES LIPSYNC
RICHMOND PICTURES MEYOHAS STUDIO CARTE BLANCHE AND PIERCE CAPITAL ENTERTAINMENT
A BROOKSTREET PICTURES AND KAPLAN MORRISON PRODUCTION
IN ASSOCIATION WITH INTAKE FILMS AND ANDREW LAUREN PRODUCTIONS
WRITTEN BY BRADY CORBET & MONA FASTVOLD
"THE BRUTALIST" ADRIEN BRODY FELICITY JONES GUY PEARCE
JOE ALWYN RAFFEY CASSIDY STACY MARTIN
WITH SAACH DE BANVILLE AND ALESSANDRO NIVOLA (DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY) LOL CRAWLEY (ESC
PRODUCTION DESIGNER) JAY BECKER (EDITOR) SAMO JANCIC (HEE COSTUME DESIGNER) KATE FORBES
MUSIC BY DANIEL BLUMBERG (MUSIC SUPERVISOR) JAMES A. TAYLOR
PRODUCED BY TREVOR MATTHEWS (ACK GORDON) BRIAN YOUNG
ANDREW MORRISON ANDREW LAUREN D.J. GILBERT III
EDITED BY BRADY CORBET & MONA FASTVOLD (DIRECTED AND PRODUCED BY BRADY CORBET)

DAL 6 FEBBRAIO AL CINEMA

thebrutalist-film.it [@focusfeaturesit](https://www.facebook.com/focusfeaturesit) [@universalspicturesit](https://www.instagram.com/universalspicturesit) [#TheBrutalistFilm](https://www.twitter.com/TheBrutalistFilm)



parlano chiaro, e con Paolo Sorrentino abbiamo capito che *Parthenope* aveva le potenzialità per attirarli». La strategia ha previsto anche una serie di antepremiere a mezzanotte, pensate appositamente per attrarre il pubblico giovane, e ha coinvolto Sorrentino stesso, che contrariamente al solito ha presenziato attivamente con i content creator, sui canali YouTube e nei podcast. Secondo Orfei, «è stato un apporto fondamentale. Tuttavia, non credo che tutto questo si possa replicare per film meno vicini a quel target. Spesso si finisce per snaturare un prodotto per obiettivi distributivi legati a finalità economiche, ma è un errore: bisogna saper cogliere la natura del film e accompagnarlo al suo sbocco e target naturali».

LA SCOPERTA DI I WONDER E THE SUBSTANCE

Anche I Wonder Pictures ha lavorato intensamente per riportare il pubblico giovane al cinema con una proposta di qualità. Il Ceo dell'azienda, Andrea Romeo, ha spiegato come nel 2022 avesse notato per la prima volta l'esistenza di un pubblico per questi film con *The Whale*, e come *Ritorno a Seoul* avesse confermato questa tendenza. E questo, nonostante in quel momento non fosse ancora chiaro cosa avesse portato più giovani del solito a vedere quei film. L'anno successivo, il risultato di *La zona*

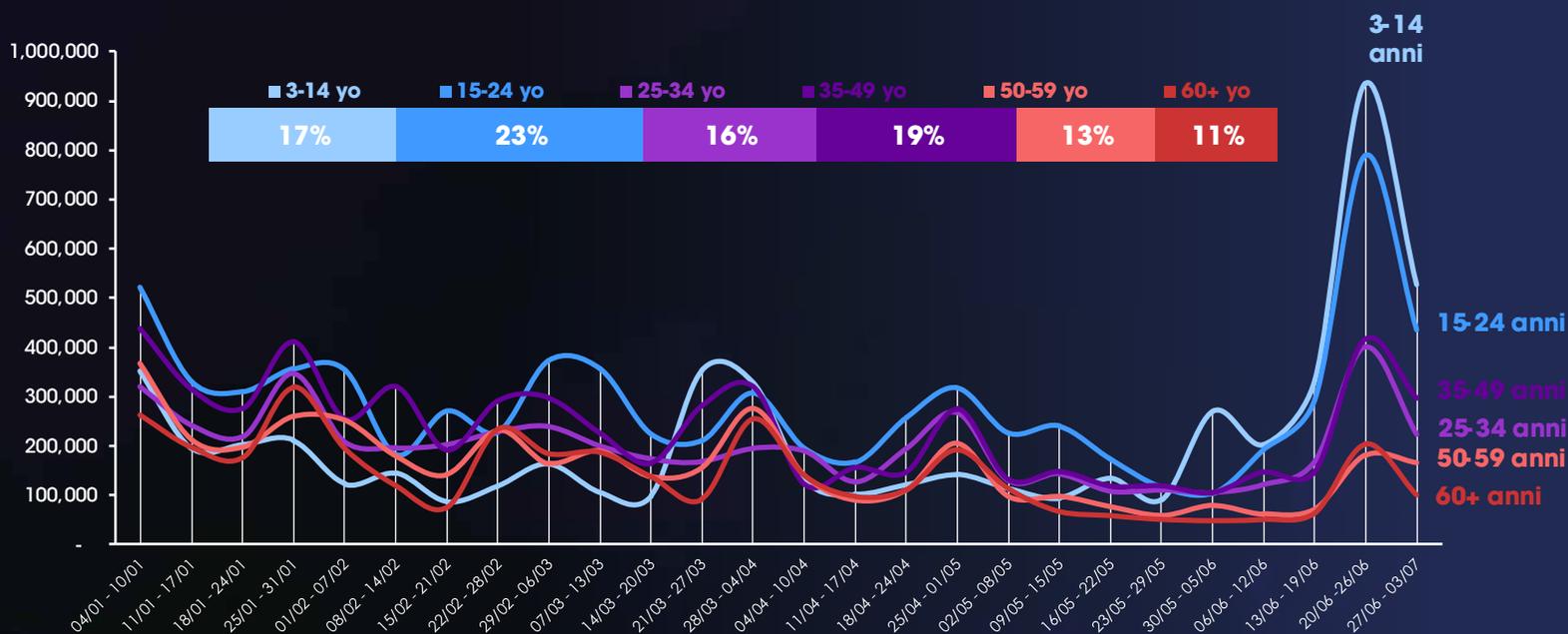


Sopra, Emma Stone in *Povere creature!*; a destra, *La zona di interesse*

d'interesse, arrivato dopo una campagna promozionale ispirata a quella di *The Whale*, è stata la conferma definitiva: «Quello era un film che conteneva ovviamente una parte di pubblico legata alla memoria e alla cinefilia, ma la risposta da parte degli spettatori più giovani è arrivata forte e chiara, portandolo subito oltre le aspettative, fino a 4,8 milioni di euro di incasso». Anche in quel caso, il pubblico tra i 15 e i 24 anni ha inciso per il 20,1%, più di quanto abbia fatto quello tra i 25 e i 34 (13%), e allo stesso livello di quello tra i 35 e i 49 (20,5%). Per la campagna di *The Substance*, I Wonder ha deciso di puntare su alcuni elementi chiave che avevano attribuito ai buoni risultati precedenti. ➤



IL CONTRIBUTO DELLE CLASSI D'ETÀ ALLE PRESENZE SETTIMANALI



IGINIO STRAFFI e ALESSANDRO USAI PRESENTANO UNA PRODUZIONE COLORADO FILM IN ASSOCIAZIONE CON MEDUSA FILM

FABIO DE LUIGI

VALENTINA LODOVINI

10 GIORNI CON I SUOI

REGIA DI
ALESSANDRO GENOVESI



IGINIO STRAFFI e ALESSANDRO USAI PRESENTANO UNA PRODUZIONE COLORADO FILM IN ASSOCIAZIONE CON MEDUSA FILM "10 GIORNI CON I SUOI" FABIO DE LUIGI VALENTINA LODOVINI DINO ABBRESCIA GIULIA BEVLACQUA ANGELICA ELLI
BIANCA USAI MATTEO CASTELLUCCI GABRIELE PIZZURRO LEONE ELIA CARDACI e CON LA PARTECIPAZIONE DI MARCELLO CESENA SOGGETTO E SCENEGGIATURA DI GIOVANNI BOGNETTI e ALESSANDRO GENOVESI CASTING VALERIA MIRANDA (U.I.C.O.)
AIUTO REGIA MIGUEL LOMBARDI DIRETTORE DI PRODUZIONE MATTEO TACCHIA SUONO IN PRESA DIRETTA PIERGIUSEPPE FANCELLO SCENOGRAFIA TONINO ZERA COSTUMI OLIVIA BELLINI MONTAGGIO CLAUDIO DI MAURO (A.M.C.)
MUSICHE ORIGINALI ANDREA FARRI FOTOGRAFIA LUCA ESPOSITO ORGANIZZATORE GENERALE SIMONE TACCHIA EXECUTIVE PRODUCER PIER PAOLO LUCIANI PRODUTTORI IGINIO STRAFFI e ALESSANDRO USAI REGIA DI ALESSANDRO GENOVESI

DAL 23 GENNAIO SOLO AL CINEMA

LaserFilm

Senside

prime

MEDUSA

La risposta è stata altrettanto positiva: «Ora possiamo dire che esiste un pubblico di cinefili giovane che ha trovato il modo di dialogare con noi». In particolare, I Wonder ha lavorato per creare una narrazione molto prima dell'uscita, disseminando non tanto il racconto del film, quanto i suoi valori puri: «Demi Moore nel ruolo che la porterà all'Oscar; Margaret Qualley come astro nascente; addirittura, abbiamo fatto una cosa che non si fa mai: due campagne diverse con poster distinti, uno che punta sulla qualità drammaturgica e il cast, e l'altro sul genere horror/sconvolgente». Inoltre, è stato realizzato un lavoro incrociato tra social, eventi e oggetti fisici. Ad esempio, sono stati collocati cartoncini del bagno del film nelle sale durante le anteprime, per essere fotografati e condivisi; sono stati distribuiti gadget brandizzati, poster disegnati da artisti italiani, e «tutto ciò che di fisico, quindi di prossimità, può ingaggiare il pubblico fin dal primo giorno delle anteprime». Tutto questo porta Andrea Romeo a riflettere sul passato: gli inviti rivolti ai giovani nelle promozioni del cinema, tipo «Venite a scoprire la magia del cinema» o «Venite a vedere film importanti», erano «inviti ex cathedra penalizzanti, che generavano ribellione». Ora, invece, i ragazzi sono animati da un senso di appropriazione: «Lo diciamo noi cosa è importante». **BO**



Sopra, la commedia romantica *Tutti tranne te*; a sinistra, *Parthenope* di Paolo Sorrentino



© iStock (3); Walt Disney Pictures/Pixar Animation Studios (1); Warner Bros./Legendary Entertainment/Vileneuve Films/Eagle Pictures/New Zealand Film Commission/Ubisoft Abu Dhabi/FGM/The Royal Film Commission/Origo Film Studio (1); Element Pictures/Film4/Fruit Tree/Hungarian Tax Credit/Searchlight Pictures/TSG Entertainment (1); A24/Access Entertainment/Film4/JW Films/Extreme Emotions/House Productions/Polish Instytut Sztuki Filmowej/Silesian Film Fund (1); Columbia Pictures/Roth/Kirschbaum Films/SK Global/Fifty-Fifty Films/Olive Bridge Entertainment/Australian Government/TSG Entertainment/The New South Wales Government (1); courtesy of PipeFilm (1)

HELENA
ZENDEL

FINN
WOLFHARD

CON EMILY
WATSON

E WILLEM
DAFOE

LÀ FUORI
C'È QUALCOSA
DI NUOVO

THE
**LEGEND OF
OCHI**

A24 I WONDER PICTURES Unipol Biografilm

DAL 6 MARZO
SOLO AL CINEMA



INSIDE TRADE MARKETING

UNA VISIONE CONDIVISA, TANTA CREATIVITÀ E LE STESSE DIFFICOLTÀ RICONTRATE TRA VARIE REALTÀ. CINQUE TRADE MARKETING MANAGER SI CONFRONTANO SULLE LORO ATTIVITÀ, METTENDO IN EVIDENZA ASPETTI VIRTUOSI, CRITICITÀ, MA ANCHE NUOVE OPPORTUNITÀ PER MIGLIORARE ULTERIORMENTE IL RAPPORTO TRA DISTRIBUZIONE ED ESERCIZIO

di Cristiano Bolla

D

icasi trade marketing: l'insieme di strategie marketing che si rivolgono agli intermediari commerciali, come distributori, grossisti e, nel caso del cinema, esercenti. All'interno di questa generica definizione si nascondono, però, varie sfumature e un'infinità di attività messe in campo nei foyer, nelle stesse sale, all'esterno delle strutture e nel mondo digital. Pur condividendo lo stesso obiettivo, i trade marketing manager delle case di distribuzione lavorano con creatività e fantasia per promuovere sì il proprio prodotto, ma cercando di farlo in comunione con l'esercente stesso e a beneficio del pubblico. Ma quali sono le attività che funzionano meglio e quelle che faticano maggiormente? Come si può migliorare ulteriormente l'efficacia del trade marketing? In che modo esercenti e distributori possono collaborare al meglio su questo fronte? Ne abbiamo discusso con Stefania Angelaccio (Sales and Trade Marketing Manager di Lucky Red), Maria Falcone (Media Planning & Promotion Manager per Eagle Pictures) Paola Graci (Trade Marketing Manager di Warner Bros. Discovery), Federico Marelli (Senior Media and Trade Marketing Man-

ager di The Walt Disney Company Italia) e Francesca Rumi (Trade Marketing Manager di Universal Pictures International Italy).

LA VERA NATURA DEL TRADE MARKETING

Nonostante tutti conoscano la definizione da vocabolario, nella pratica quotidiana ogni realtà ha una propria visione di cosa significhi fare trade marketing per il cinema. Lavorare con gli esercenti, certo, ma l'occhio è sempre rivolto al consumatore finale: «L'obiettivo è quello di coinvolgere il pubblico, regalando-gli la possibilità di vivere l'esperienza del film non solo quando è presente in sala, ma anche prima e dopo la visione del film», spiega Federico Marelli, Senior Media and Trade Marketing Manager di The Walt Disney Company Italia. «Ci piace pensare che possiamo attivare un dialogo con il pubblico attraverso diversi touch point, nel foyer dei





The Walt Disney



A destra, Federico Marelli, Senior Media and Trade Marketing Manager di The Walt Disney Company Italia; a sinistra e sotto, alcune recenti attività di trade marketing targate Disney per *Oceania 2*, *Mufasa - Il re leone* e *Wish*



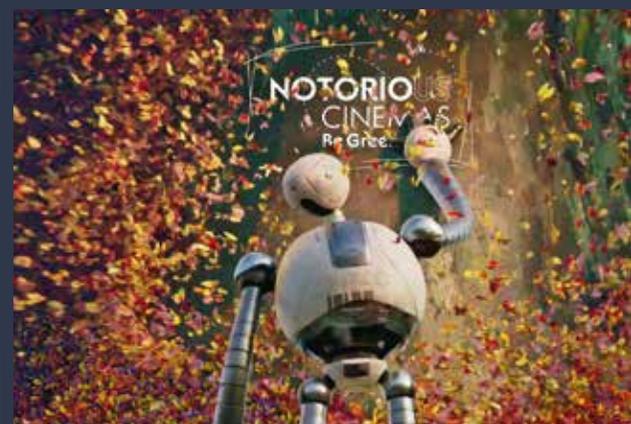
cinema, nelle sale, a casa quando si acquista il biglietto o ci si informa sul film o sui social. Il cinema è sempre di più spettacolo, condivisione, divertimento, leggerezza; il grande pubblico ama il cinema che deve essere sempre un connubio di tutte queste esperienze». Paola Graci, Trade Marketing Manager di Warner Bros. Discovery, fa un'ulteriore specifica, aggiungendo che tramite il trade marketing è possibile «rivolgere a persone che hanno già compiuto la scelta di frequentare la sala, è un interlocutore d'elezione per il messaggio che veicoliamo. Non spariamo nel mucchio, ma parliamo a chi ha già un interesse sull'argomento». Anche per Lucky Red, etichetta che tratta titoli meno blockbuster o di grandi franchise rispetto alle altre realtà interpellate, questa è una voce importante nell'investimento marketing, come spiega Stefania Angelaccio, Sales and Trade Marketing Manager di Lucky Red: «Oltre a cre-



dere fermamente che la promozione di un film debba essere intrapresa innanzitutto lì dove questo è fruito e goduto al meglio dal pubblico, crediamo anche che l'unione di forze tra il distributore e la sala cinematografica, vera conoscitrice dei propri spettatori e del proprio territorio, garantisca una possibilità unica di promozione capillare ed efficace, e possa prolungare i suoi effetti nel tempo attraverso il passaparola del pubblico. Cerchiamo quindi di fare in modo che nessuna sala resti mai sguarnita dei materiali di promozione basilari e invitiamo sempre tutti i cinema ad attivarsi anche sui social».



A sinistra, Francesca Rumi, Trade Marketing Manager di Universal Pictures International Italy; a destra e sotto, diverse iniziative Universal realizzate per *Nosferatu*, *Il robot selvaggio* e *Cattivissimo Me 4*



LE MILLE E UNA ATTIVITÀ POSSIBILI

Quando si entra nel merito delle attività messe in campo, si spalanca un universo di possibilità e di esempi virtuosi in cui le parole d'ordine sono solo due: creatività e adattabilità. Perché non esiste un manuale di attività da applicare pedissequamente: «Valutiamo le varie potenzialità dei film nello specifico della sala, dipende dal ciascun titolo», sottolinea Maria Falcone, Media Planning & Promotion Manager per Eagle Pictures. «Di recente abbiamo investito di più ne *Il Gladiatore II* e in quei film che si prestano ad attività che possono coinvolgere gli esercenti in modo innovativo, che vadano oltre il semplice traileraggio e allestimento, che resta la base». Ma Eagle non distribuisce solo film commer-

ciali che si prestano più facilmente ad attività dal forte impatto mediatico (per *Bob Marley - One Love*, ad esempio, Eagle ha allestito cabine karaoke e organizzato momenti di musica live nei foyer), oltre a titoli non facili da "piazzare" come il maggior incasso italiano del 2024, *Il ragazzo dai pantaloni rosa*: «Non permetteva chissà quali attività divertenti ovviamente, ma abbiamo lavorato molto sugli incontri, portando la madre di Andrea Spezzacatena (il 15enne vittima di cyberbullismo la cui storia è raccontata nel film diretto da Margherita Ferri, ndr) e il cast in alcune sale, facendo parlare i protagonisti con il pubblico. È un film che si prestava a un approfondimento di questo tipo», e questo nonostante, per

ammissione della stessa Falcone, Eagle non punti normalmente molto su questo tipo di attività: «Siamo molto restii al classico saluto in sala, non perché non ci crediamo ma perché dipende dal film. A volte lo chiedono le sale più di profondità e città, per loro è importante che il pubblico abbia l'occasione di incontrare registi o cast, ma tendiamo a non farlo per ragioni di budget e perché il rischio di una sala vuota o di un'attività che non performa al massimo è molto alto». Chi porta avanti questa strategia di approccio a film più autoriali è invece Lucky Red, che negli ultimi anni si sta rendendo protagonista di numerose attività di grande spessore anche mediatico. Da oltre un anno, infatti, la distribuzione di Andrea Occhipinti ha lavorato costantemente ad anteprime ed >

**DA 20 ANNI
PRODURRE CINEMA
È LA NOSTRA
GRANDE AMBIZIONE.**



GRAZIE

ALLE ISTITUZIONI ITALIANE ED EUROPEE CHE CI HANNO SOSTENUTO
AI NOSTRI COPRODUTTORI ITALIANI E INTERNAZIONALI
A TUTTI COLORO CHE HANNO LAVORATO DIETRO LA MACCHINA DA PRESA NEI NOSTRI FILM
ALLE ATTRICI E AGLI ATTORI CHE LI HANNO INTERPRETATI
ALLE AUTRICI E AGLI AUTORI CHE LI HANNO SCRITTI E DIRETTI
AI DISTRIBUTORI E AGLI ESERCENTI CHE LI HANNO PORTATI NELLE SALE CINEMATOGRAFICHE
ALLA NOSTRA SPLENDIDA SQUADRA DI IERI E DI OGGI, SENZA DI LORO NULLA SAREBBE STATO E SAREBBE POSSIBILE

MARTA DONZELLI e GREGORIO PAONESSA

eventi in sala con il cast e i registi, non più solo in presenza ma anche in collegamento streaming: «Questo ci ha permesso di allargare la possibilità di eventizzare un film svincolandolo dalla presenza fisica del cast in sala e costruendo un vero e proprio format abbinato a interviste, Q&A, o vere e proprie performance live», spiega Stefania Angelaccio. «Abbiamo inaugurato questa felice formula con una diretta di Woody Allen da Roma per la presentazione di Un colpo di fortuna a settembre 2023 e l'abbiamo proseguita con praticamente tutti i film della passata stagione, ma il culmine è stata la presentazione di *Better Man* con il mini-concerto a Roma di Robbie Williams, in esclusiva per le sale collegate in streaming». Lucky Red, quindi, punta su esperienze vive e attive: «Un'intervista o un Q&A con il cast, un reading o un concerto in sala, un quiz o un'estrazione a premi prima del film, un firmacopie di un'artista che produce qualcosa di esclusivo per i nostri film, sono tutte attività che pratichiamo più o meno regolarmente, tanto apprezzate da essere oggetto di

imitazione da parte di altri distributori o di richiesta stessa da parte dell'esercizio».

Major come Universal, Warner Bros. e Disney puntano invece ad animare foyer e mondo digitale con i propri franchise più famosi, come dimostrato nei mesi scorsi con le attività legate a grandi film. Per *Cattivissimo Me 4*, ad esempio, è stato realizzato «un van totalmente personalizzato che ha portato in giro per l'Italia i nostri amati costume characters, raggiungendo più di 5.000 persone lungo 5 tappe dislocate in tutta Italia, non solo nei cinema ma anche in diverse arene estive», spiega

Francesca Rumi (Universal). Per *Beetlejuice Beetlejuice* è stato avviato «il tour degli shrinkers, dove abbiamo cercato di far familiarizzare il pubblico con questi personaggi, facendogli fare sbigliettamento, vendita di popcorn e molto altro», spiega Paola Graci (Warner). «Ma era prevista anche un'attivazione digitale sviluppata dal team internazionale legata a un'esperienza nell'aldilà, altro tema del film». La Casa di Topolino, invece, con film animati Disney come *Inside Out 2*, *Oceania 2* e l'universo Marvel, oltre alle varie photo opportunity, domination adv e concorsi a premi, da qualche anno porta avanti un'attività che la contraddistingue: il Disney Preshow. «È un contenitore di due minuti che ogni settimana, in tutti i cinema, sale e spettacoli di UCI Cinemas, The Space Cinema, Giometti Cinema, Il Regno del Cinema e Notorious Cinemas, racconta con trailer, dietro le quinte e clip esclusive tutte le novità cinematografiche targate Disney in arrivo nei mesi successivi», spiega Federico Marelli. «Viene prodotto internamente e aggiornato ogni settimana, è >



A destra, Maria Falcone, Media Planning & Promotion Manager di Eagle Pictures; A sinistra e sopra, le foto di alcuni allestimenti di Eagle Pictures per *Bob Marley - One Love* e *Transformers One*





CINE 1

BORN TO MOVIE

IL CINEMA AL 1° POSTO

Cultura Presenza **Amicizia** Know-How **Network**
Passione Esperienza **Etica** Velocità **Competenza** Efficienza **Flessibilità**
Cooperazione



PRODUZIONE

CASTING & LOCATION

TAX CREDIT

POST-PRODUZIONE

LOGISTICA & NOLEGGIO

BANDI

OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

Cine 1 Italia aderisce all'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile indicato dall' Agenzia per la Coesione Territoriale (<https://www.agenziacoesione.gov.it/comunicazione/agenda-2030-per-lo-sviluppo-sostenibile/>)



www.cine1italia.it





Paola Graci, Trade Marketing Manager di Warner Bros. Discovery. A destra e sotto, alcune attività di Trade Marketing di Warner Bros. Discovery per Beetlejuice Beetlejuice e Joker: Folie à Deux

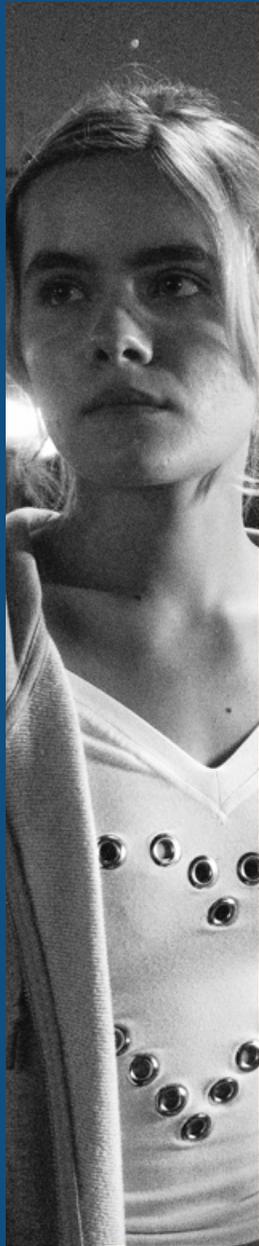
uno strumento veramente molto efficace e apprezzato dal pubblico, come confermato dalle nostre ricerche».

COSA NON VA E COME MIGLIORARE

Non è tutto oro quello che luccica nei foyer, però. Come per ogni settore con una forte componente relazionale, infatti, anche il trade marketing si scontra con ostacoli e difficoltà. Per lo stesso Marelli (Disney), il problema principale è che «il mercato è molto frammentato e con moltissime sale indipendenti, questo rende il nostro lavoro più complesso e impegnativo, soprattutto per poter accontentare tutte le richieste che ci arrivano dai cinema. Anche la concentrazione di tanti film in alcuni periodi dell'anno complica ulteriormente il nostro e il lavoro degli esercenti, riducendo la durata delle stesse attività e costringendo talvolta gli esercenti a doverne sceglierne una a discapito di un'altra». Anche per Paola Graci (Warner), l'obiettivo è quello di allargare il "campo di visione": «Cerchiamo di trovare opportunità dove ci sono difficoltà e facciamo sempre

il tifo perché il sistema cinema vada bene, ma la vera criticità è pensare in termini di partnership. Ci sono esercenti più virtuosi, vediamo la differenza tra chi gestisce la sala come un'impresa e chi no. La responsabilità dell'esercizio è quella di conoscere a fondo la propria platea, mentre la profilazione dei clienti procede ancora molto lentamente». La pensa così anche Francesca Rumi: «Una delle criticità più impattanti nel settore è la mancata condivisione dei dati sugli spettatori. Avere accesso a queste informazioni per- ➤





FILMCLUB DISTRIBUZIONE
BY MINERVA PICTURES
PRESENTA

CIAO BAMBINO

UN FILM DI EDGARDO PISTONE

DAL 23 GENNAIO AL CINEMA

"TOCCANTE,
CRUDO E CORAGGIOSO"
IL MATTINO

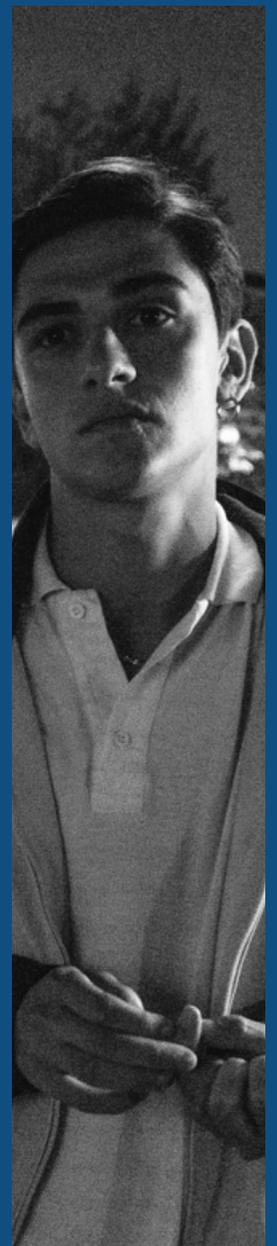
"FOLGORANTE,
SORPRENDE E SPIAZZA"
THE HOT CORN

FESTA DEL CINEMA DI ROMA 2024
WILDER SPIRIT PRIMA

UN FILM DI EDGARDO PISTONE

"TOCCANTE,
CRUDO E CORAGGIOSO"
IL MATTINO

"FOLGORANTE,
SORPRENDE E SPIAZZA"
THE HOT CORN



NEO-NOIR

PROSSIMAMENTE AL CINEMA

DAL 13 FEBBRAIO

FILMCLUB DISTRIBUZIONE
BY MINERVA PICTURES
PRESENTA

ISABELLE HUPPERT in
UNA VIAGGIATRICE A SEOUL
di HONG SANG-SOO

SOLO IN VERSIONE ORIGINALE SOTTOTITOLATA

Silver Bear
74° Festival
de Berlinale 2024

COGNOME E DELICIAMENTE
MISTEVOSO

STAVANO, COACCA E CINCO
DELICATE E IMPROVISE

PROFONDAMENTE LIEVI, SOTTILI E
INAFFRABILI COME LA NIEVE

UN'AVVISTA E ENTUSIASTICA
PROSSIMAMENTE AL CINEMA

DAL 13 FEBBRAIO AL CINEMA

ISABELLE HUPPERT IN
UNA VIAGGIATRICE A SEOUL - DI HONG SANG-SOO
ORSO D'ARGENTO - GRAN PREMIO DELLA GIURIA AL FESTIVAL DI BERLINO
DRAMA

A MARZO

MINERVA PICTURES - FILMCLUB DISTRIBUZIONE
PRESENTA

Cloud
di Kiyoshi Kurosawa

PROSSIMAMENTE
AL CINEMA

CLOUD - DI KIYOSHI KUROSAWA
PRESENTATO ALLA MOSTRA INTERNAZIONALE DEL CINEMA DI VENEZIA
E AL TORONTO FILM FESTIVAL
CYBER THRILLER

A GIUGNO

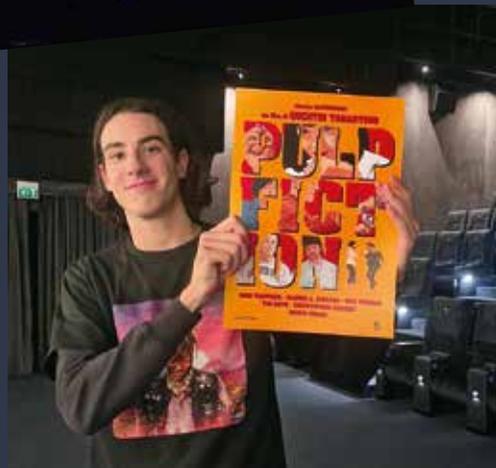
MINERVA PICTURES - FILMCLUB DISTRIBUZIONE
PRESENTA

**YOU'LL NEVER
FIND ME**
NESSUNA VIA D'USCITA

PRESENTATO AL TRIBECA FILM
TRA I MIGLIORI ESORDI HORROR DEL DECENNIO
HORROR

metterebbe di creare attività e campagne più personalizzate e mirate, capaci di aumentare il coinvolgimento del pubblico e magari anche il loro livello di frequenza». E ancora: «A volte è difficile convincere gli esercenti, vediamo i titoli in maniera diversa» dice Maria Falcone, mentre per Stefania Angelaccio «l'esercizio è molto collaborativo e volenteroso, ma troppe volte è ancora poco flessibile in termini di procedure e tempistiche nella comunicazione con il pubblico». In particolare, la manager di Lucky Red lamenta una certa rigidità nel concedere ai distributori il passaggio in sala di un trailer un po' più lungo del solito e i ritardi nell'apertura delle anteprime: «I tempi di reazione sono molto lunghi e in più di qualche caso si arriva a 3 giorni dall'uscita senza che il cinema abbia ancora aperto la prevendita e/o l'abbia promossa sui social».

Come si possono risolvere questi problemi? La terza parola d'ordine, dopo creatività e adattabilità, è dialogo: «È fondamentale una comunicazione trasparente e diretta per costruire e proporre attività che rispondano effettivamente alle esigenze degli spettatori», afferma Francesca Rumi, sostenuta anche in questo caso da Paola Graci, secondo cui questo «è ancora un mercato relazionale in cui il dialogo ha la sua parte di validità,



bisogna evitare di arroccarsi nelle rispettive torri, dobbiamo cercare un punto di contatto». Non è un caso allora che quasi tutti gli intervistati abbiano citato AnecLab, appuntamento rivolto agli esercenti e al personale coinvolto nella programmazione, comunicazione e gestione della sala cinematografica: «Ci permettono di avere un canale diretto con tutto l'esercizio in cui confrontarsi per migliorare sempre di più la nostra comunicazione e collaborazione», spiega Marelli. «Sono serviti a capire chi si ha di fronte», aggiunge Maria Falcone. Molti cambiamenti, grazie anche a questi eventi, sono già in corso, ma dalla distribuzione arriva un messaggio forte e chiaro indirizzato all'esercizio: dialogare, lavorare insieme alle campagne e fare squadra per lo stesso obiettivo, ovvero riportare il pubblico in sala.

Stefania Angelaccio, Sales and Trade Marketing Manager di Lucky Red. Sopra e a destra, qualche operazione di Lucky Red, tra cui il concerto live di Robbie Williams per l'anteprima nazionale di *Better Man* e altre attività all'interno dei cinema



© courtesy of The Walt Disney Company Italia (7); courtesy of Universal Pictures International Italy (6); courtesy of Eagle Pictures (4); courtesy of Warner Bros. Discovery (7); courtesy of Lucky Red (6)

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

BOXOFFICE

PRESENTA

il **CHI** **è CHI** del **CINEMA** **2025**

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

ESERCIZIO

DISTRIBUZIONE

PRODUZIONE

FESTIVAL

PIATTAFORME

FILM
COMMISSION

ASSOCIAZIONI,
ENTI, ISTITUZIONI, MERCATI



CHI È CHI GLI SPECIALI DI BOX OFFICE

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

Stampa Graphicscalve spa
Località Ponte Formello 1/3/4
24020 Vilminorio di Scalve (BG)



DISTRIBUZIONE

IV

ESERCIZIO

XI

PRODUZIONE

XVI

FESTIVAL

XXIII

PIATTAFORME

XXVI

FILM COMMISSION

XXIX

ASSOCIAZIONI, ENTI, ISTITUZIONI, MERCATI

XXXI



DISTRIBUZIONE



01 DISTRIBUTION

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

Luigi Lonigro ●
Direttore

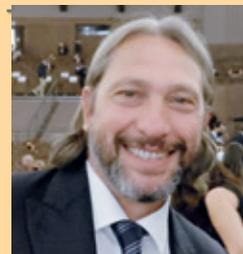
Sonia Dichter ●
Direttore marketing cinema

Francesco Ria ●
Direttore commerciale cinema

Laura Blasi ●
Responsabile commerciale cinema

Lorenzo Lalle ●
Responsabile edizioni

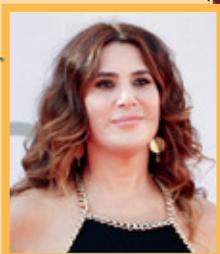
Annalisa Paolicchi ●
Responsabile comunicazione cinema



EUROPICTURES

EUROPICTURES

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



Lucy De Crescenzo ●
Ceo

Daniela Robustelli ●
Direttore theatrical e commerciale

Gianluca Del Prete ●
Coordinamento e amministrazione

Lavinia Della Gatta ●
Festival e comunicazione

Vittoria Piracci ●
Editoriale



ADLER ENTERTAINMENT

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



Marco Colombo ●
Amministratore delegato

Mattia Della Puppa ●
Managing Director

Aldo Lemme ●
Head of Theatrical Distribution

Simona Montisci ●
Sales Manager



BIM DISTRIBUZIONE

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



Antonio Medici ●
Amministratore delegato

Giulio Bruno ●
Responsabile area cinema

Eleonora Loiacono ●
Responsabile sfruttamenti digitali



EAGLE PICTURES

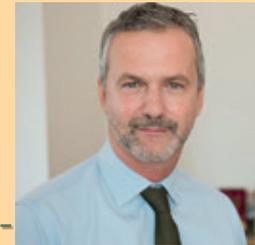
Via Pompeo Magno, 1
00192 Roma
Tel. 06/3269101
info@eaglepictures.com
www.eaglepictures.com



Tarak Ben Ammar
Presidente



Andrea Goretti
Amministratore delegato



Simone Bencini
Direttore generale

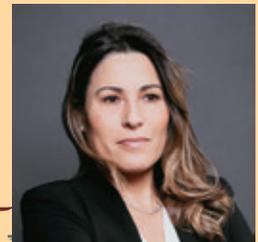
Roberto Proia
**Direttore area cinema
e produzione**



Giuseppe Davalli
**Direttore commerciale
Theatrical**



Riccardo Sacchi
**Direttore divisione
Home Video**



Federica Diomei
**Direttore della
Comunicazione**

Alessia Garulli
**VP Marketing&Distribution
Sony Pictures product**



I WONDER PICTURES

Via della Zecca, 2
40121 Bologna
distribution@iwonderpictures.it
www.iwonderpictures.com



Andrea Romeo
Founder and Ceo



Emanuela Ceddia
**Vice President
and Head of Marketing**



Benedetta Caponi
**Head of
Theatrical Sales**

DISTRIBUZIONE

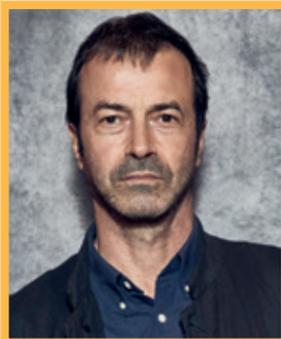
LUCKY RED

LUCKY RED

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

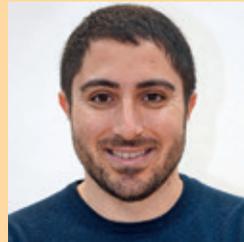


Stefano Massenzi
**Acquisizioni
& Business Affairs**



Andrea Occhipinti
Ceo

Gabriele D'Andrea
Distribuzione



Serena Sostegni
Produttore creativo



Sara Giannini
HR



Giorgio Rinaldi
Legale

Riccardo Filangieri
Finance

Emmanuelle Lucidi
Commerciale

Valerio Scarinci
Marketing

Alessandra Tieri
Ufficio stampa

Romina Franzini
**Edizioni e
post-produzione**

Mauro Moscardi
**Strategic Finance/M&A
Specialist**

Marco Alessi
Produttore esecutivo

Valerio Scarinci
Marketing strategico



MEDUSA FILM

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



Pier Silvio Berlusconi
Presidente

Giampaolo Letta
**Vicepresidente e
amministratore delegato**

Antonio Sfondrini
Vicedirettore generale

Paolo Orlando
**Direttore
della distribuzione**

Andrea Lazzarin
Direttore marketing

Lucia Cereda
**Responsabile
ufficio editoriale**

Tiziana Mazzola
Capo ufficio stampa





NOTORIOUS PICTURES

SEDE LEGALE
Largo Brindisi, 2
00182 Roma

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



Guglielmo Marchetti
Ceo & Chairman

Irene Tomio
**Head of Communication
& Marketing Local
Production**



Katia Mitelli
Theatrical Sales Director

Giorgia Marchetti
Theatrical Marketing Director

Alberto Alfieri
Marketing Manager

Elena Perico
Social Media Manager

Loris Sirilli
**Media, Trade & Partnership
Manager**



PIPERFILM

PIPERFILM

Via Parigi, 11
00185 Roma
www.piper.film

Massimiliano Orfei
Amministratore Delegato

Luisa Borella
Direttore Generale

Davide Novelli
Direttore della Distribuzione

Emanuela Semeraro
Direttore Marketing e Comunicazione

Catia Rossi
Direttore Vendite Internazionali

Maria Scoglio
Responsabile Editoriale



DISTRIBUZIONE



NEXO DIGITAL

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

Franco Di Sarro ●
Ceo

Giorgio Verdi
Direzione Commerciale

Elena Ratti, Diana Roddi
Direzione Marketing

Luana Solla
Ufficio stampa



TEODORA FILM

TEODORA FILM DISTRIBUZIONE

Via Flaminia, 61
00196 Roma
Tel. 06/87979000
www.teodorafilm.com



Stefano Finesi ●
**Presidente e responsabile
comunicazione**

Gianluca Buttari ●
**Responsabile
marketing e edizioni**



Daniela Graziano ●
**Direzione
amministrativa**



Beatrice Gulino ●
**Responsabile
acquisizioni
e vendite**



Mario Papini ●
**Direzione
commerciale**



UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL ITALY

Via Po, 12
00198 Roma
www.universalpictures.it

Xavier Albert ●
**Direttore Generale
e Amministratore Delegato**



Giorgia Di Cristo ●
Direttore Marketing



Marco D'Andrea ●
Direttore Commerciale



Barbara Casucci ●
Direttrice Edizioni



Matilde Marinai ●
Senior Publicity Manager





VISION DISTRIBUTION

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

Massimo Proietti ●
Ceo

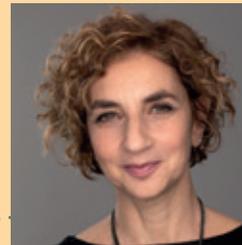
Laura Mirabella ●
**Marketing &
Communication Director**

Guido Tundis ●
**Business Affairs &
Commercial Director**

Barbara Bladier ●
Distribution Manager

Marinella Di Rosa ●
Senior Publicity Manager

Alessia Schettini ●
Senior Marketing Manager



THE WALT DISNEY COMPANY ITALIA

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

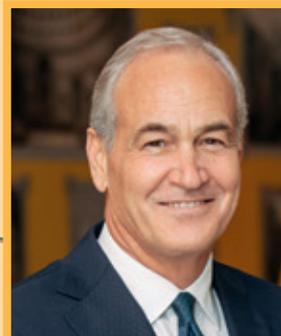
Daniel Frigo ●
**Amministratore delegato
The Walt Disney
Company Italia**

Giulio Carcano ●
Director, Theatrical Distribution, Sales

Davide Romani ●
**Director, Head of Marketing Studios &
Integrated Marketing**

Simone Raineri ●
**Director PR & Communication Corporate,
Studios, Disney+,
CSR & Internal comms**

Vera Capraro ●
Communication Manager



DISTRIBUZIONE



WARNER BROS. DISCOVERY

Via Giacomo Puccini, 6 - 00198 Roma
www.warnerbros.it

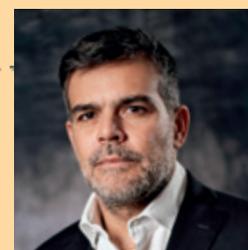
Alessandro Araimo
EVP & MD Italy & Iberia

Carlos Prada
**VP Theatrical Distribution Italy & Spain and
TH Local Production Italy & Spain**

Andrea Roselli
Director of Theatrical Distribution, Italy

Arturo De Simone
**VP Theatrical Marketing Italy and Spain &
Italian Local Production**

Riccardo Tinnirello
Director of Publicity Italy and Spain



ALTRI DISTRIBUTORI

ALTRE STORIE

info@altrestorie.it
www.altrestorie.it
amministratore: Cesare Fragnelli
direttore distribuzione: Vincenzo Sacco

ACADEMY TWO

www.academytwo.com
info@academytwo.com
managing director:
Alessandro Giacobbe
direzione commerciale:
Sandra Capitano

CINETECA DI BOLOGNA

distribuzione@cineteca.bologna.it
https://distribuzione.ilcinemaritrovato.it/
direttore: Gian Luca Farinelli
responsabile distribuzione:
Andrea Peraro

FANDANGO

fandango@fandango.it
www.fandango.it
amministratore delegato:
Domenico Procacci
Direzione editoriale cinema e tv:
Laura Paolucci
direttore marketing e distribuzione:
Gianluca Pignataro

FILMCLUB DISTRIBUZIONE BY MINERVA PICTURES

info@minervapictures.com
www.minervapictures.com
chairman & ceo: Gianluca Curti
**acquisitions, distribution & special
projects manager:** Andrea Curti
digital distribution deputy manager:
Giorgio Curti
**senior operating officer, acquisitions &
domestic distribution:** Ilaria Ricci
**coordinamento theatrical e ufficio
stampa:** Marta Scandorza

LUCE CINECITTÀ

www.cinecitta.com
presidente: Chiara Sbarigia
amministratore delegato: Manuela
Cacciamani
**direttore cinema, documentaristica,
archivio luce cinecittà:** Enrico Bufalini

MOVIES INSPIRED

commerciale@moviesinspired.it
ceo & founder: Stefano Jacono
head of content & business:
Massimiliano Cadeddu
acquisizioni, marketing & legal:
Simona Calcagni
direttore commerciale: Mario Papini

OFFICINE UBU

distribuzione@officineubu.com
www.officineubu.com
direttore generale: Franco Zuliani

PARTHENOS DISTRIBUZIONE

distribuzioneparthenos@gmail.com
renato@borghero.net
ceo e presidente: Renato Borghero

PLAION PICTURES

www.plaionpictures.it
country manager: Luigi Colamusso
film marketing director: Frida Romano
**theatrical sales manager & acquisition
film manager:** Ludovico De Cesare

TUCKER FILM

tucker@tuckerfilm.com
www.tuckerfilm.com
presidente:
Riccardo Costantini
amministratore delegato:
Thomas Bertacche

VERTICE 360

general manager:
Jose Luis Povedano
country manager:
Luigi Bosco
**head of theatrical,
digital & tv sales:**
Aurora Campari
chief marketing advisor:
Francesco Marchetti

WANTED CINEMA

info@wantedcinema.eu
www.wantedcinema.eu
ceo: Anastasia Plazzotta

© Rocco Giurato e Riccardo Ghilardi (1), Courtesy of 01 Distribution (5), Courtesy of Academy Two (1),
Courtesy of Adler Entertainment (3), © Pietro Pesce/Box Office (1), Courtesy of Eagle Pictures (6), Courtesy of
Filming Italy Best Movie Award (1), Courtesy of Europictures (1), Courtesy of I Wonder Pictures (3), Courtesy of
Luce Cinecittà (4), © Gettyimages (1), Courtesy of Lucky Red (4), © Valerio Pardi (1), Courtesy of Notorious
Pictures (3), Courtesy of Officine Ubu (1), Courtesy of Medusa Film (6), Courtesy of Nexo Digital (1),
Courtesy of Plaion Pictures (3), Courtesy of Teodora Film (5), Courtesy of Vertice 360 (4), © Olivier Vigerie/
Courtesy of Universal (1), Courtesy of Universal (4), Courtesy of Vision Distribution (6), © Virginia Bettola/
Courtesy of The Walt Disney Company Italia (1), © Giulia Parmigiani/Courtesy of The Walt Disney Company
Italia (1), Courtesy of The Walt Disney Company Italia (3), Courtesy of Warner Bros. Discovery (5)



ANTEO

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



Lionello Cerri
Amministratore delegato

Sergio Oliva
Responsabile programmazione e organizzazione

Cristiana Mainardi
Responsabile Comunicazione e Iniziative Speciali

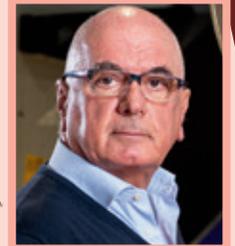
Cristina Gerosa
Responsabile Amministrazione, Finanza e Controllo

Monica Tomasetti
Responsabile Risorse Umane e Segreteria Generale




ARCADIA

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



Piero Fumagalli
Founder & Ceo

Laura Fumagalli
Responsabile Marketing & Eventi

Paola Fumagalli
Responsabile Risorse Umane

Simona Zerbi
Responsabile Finanza & Amministrazione




CINELANDIA

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



Paolo Petazzi
Presidente onorario

Monica Terraneo
Direttrice generale

Marilena Costanzo
Film Buyer

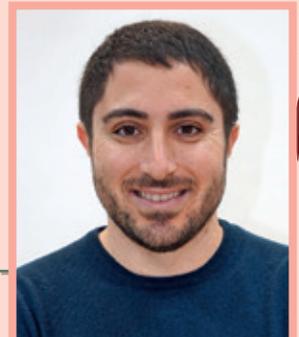
Martina Miatello
Food and Beverage Manager

Nicolò Perri
Operational Manager



CIRCUITO CINEMA

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



Gabriele D'Andrea
Amministratore delegato

Antonio Medici
Presidente

Fabio Fefè
Direttore programmazione

Paola Onorati
Direttore Finanziario e Amministrativo



ESERCIZIO



EPLANET CINEMAS

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



Angelo Tacca
Amministratore unico

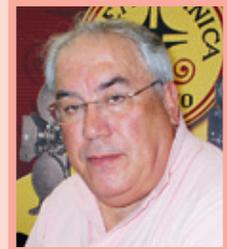
Orazio Brigadieci
Amministratore unico Multicompany

Nora Helena Gomez
Claudio Brigadieci
Claudio Di Martino
Management Team



GIOMETTI CINEMA

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



Giovanni Giometti
Presidente

Massimiliano Giometti
**Direttore commerciale
e tecnico**



Gianluca Giometti
Direttore amministrativo

Silvia Giometti
Direttrice programmazione



IL REGNO DEL CINEMA

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



David Quilleri
**Presidente e
amministratore
delegato**

Tomaso Quilleri
**Amministratore
delegato
programmazione
e marketing**



Jacopo Quilleri
Direttore tecnico

Lorenzo Quilleri
Programmazione



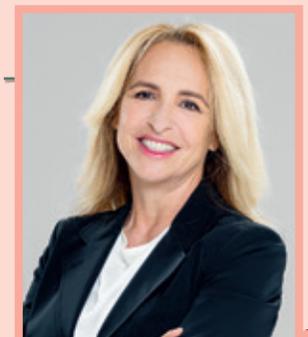
LUCISANO MEDIA GROUP

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



Fulvio Lucisano
Presidente

Federica Lucisano
Amministratore delegato



Paola Lucisano
Consigliere





MASSIMO FERRERO CINEMAS

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



Andrea Diamanti
Amministratore unico



Giorgio Ferrero
Direttore commerciale



MOVIE PLANET

Movie Planet Srl
Via C. Goldoni, 16/2
27029 Vigevano (Pv)
www.movieplanetgroup.it



Cesare Rossi
Presidente



Alessandro Rossi
Amministratore delegato



Maria Vittoria Rossi
Consigliere



Enrica Rossi
Consigliere



Michele Barone
Ufficio programmazione



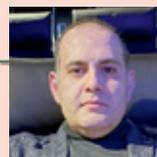
NOTORIOUS CINEMAS

SEDE LEGALE
Largo Brindisi, 2 - 00182 Roma

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



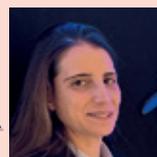
Andrea Stratta
Amministratore delegato



Michele Meniconi
Direttore operazioni e programmazione



Laura Marongiu
Direttore marketing



Elisabetta Hoch
Manager programmazione e operazioni



STARPLEX

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



Tiziano Missaglia
Amministratore delegato

ESERCIZIO

THE SPACE C I N E M A

THE SPACE CINEMA

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

Francesco Grandinetti ●
General manager

Donato Cupertino ●
Director of operations

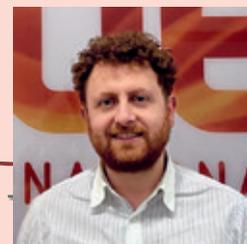
Francesco Di Cola ●
**Director of screen
content & sales**

Andrea De Candido ●
Head of marketing

Pia Ardovino ●
Media & Partnership manager

Veronica Savio Boero ●
Conferencing & Events manager

Luigi Cirillo ●
Head of Pricing



UCI CINEMAS

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

Ramon Biarnes ●
**Managing Director Southern
& Northern Europe**

Gianluca Pantano ●
Italy Film Buying Director

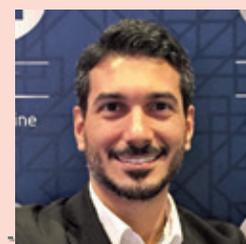
Toni Illa ●
**Commercial Director
Southern Europe**

Eva Valles ●
Operations Director Southern Europe

Cristina Gonzalez Gil ●
Head of Sales Southern Europe

Felicia Byrge ●
**Head of Brand & Marketing
Southern Europe**

Francesco Reitano ●
**Senior Brand & Marketing
Manager Southern Europe**





UNICI

Via Vicenza, 5A
00185 Roma
info@unionecinema.it
www.unionecinema.it



Andrea Malucelli
Presidente

Thomas Bertacche
Andrea Buonaguidi
Simone Castagno
Fabrizio Iezzi
Andrea Malucelli
Leandro Pesci
Paolo Protti
Alessandro Rossi
Enrico Signorelli
Consiglio Direttivo

Massimo Lazzeri
Tesoriere

Enrico Signorelli
Simone Castagno
**Referenti rapporti
con le distribuzioni**

Andrea Malucelli
Fabrizio Iezzi
Pierluca Sforza
Enrico Signorelli
Thomas Bertacche
**Ufficio
Programmazione**

ALTRI CIRCUITI E SIGLE INDIPENDENTI

CINEMA DI ROMA

Via Vicenza, 5/a
Tel. 06 4462527
www.cinemadiroma.it
info@cinemadiroma.it
amministratore delegato: Mario Fiorito
programmazione: Leandro Pesci,
Pierluca Sforza

CINEPLUS SRL

Via Boldrini, 5/b - 40121 Bologna
Tel. 051 4219869
www.cinepark.it
www.cineplus.it
www.apollocinemark.it
info@cineline.it
info@cinemark.it
info@apollocinemark.it
presidente e amministratore delegato:
Erik Protti

CIRCUITO MALUCELLI

Via G. Marconi, 49 - 40122 Bologna
Tel. 051 6486232
www.victoriacinema.it
www.cinedream.it
www.cinepiucorreggio.it
responsabile: Andrea Malucelli

CIRCUITO PERUGINI

Via Velluti, 23
62100 Macerata
Tel. 0733 288107 - 340 5002035
www.multiplex2000.it
www.super8.it
www.cinemaitaliamacerata.it
multiplex2000.cinema@multiplex2000.it
multiplex.amministrazione@multiplexsuper8.it
responsabili: Marcello Perugini,
Monica Perugini
direttore (Super 8): Lorenzo Elisei

MOVIEPLEX/MULTIPLEX MERCOGLIANO

Via Nicola Santangelo
83013 Mercogliano (AV)
www.multiplexmercogliano.it
multiplexmercogliano@libero.it
**amministratore unico (Movieservice srl -
Movieplex Mercogliano):** Alaia Marco
**Direttore (Movieplex Mercogliano -
Movieservice srl):** Menna Lello

MULTICINEMA

Via Federico Fellini, 2
65010 Spoltore (PE)
Tel. 085 413000
multicinema@multicinema.it
www.multicinema.it
presidente e amministratore delegato:
Fabrizio Iezzi

POP UP CINEMA

Black Mamba (Pop Up Cinema Jolly
e Pop Up Medica 4k)
Via Boldrini, 12-14
40121 Bologna
Montegrappa Cinema (Pop Up Cinema
Arlecchino e Pop Up Cinema Bristol)
Via Della Zecca, 2
40121 Bologna
amministrazione@blackmamba.srl
rappresentante legale: Andrea Romeo

PROCINE SRL/PIGIESSE

Via Nieve, 16
46100 Mantova
Tel. 0376 379912
www.cineview.it
amministrazione@cinacitymantova.it
amministrazione@aristonmantova.it
**amministratore unico PIGIESSE e presidente
cda PROCINE:** Paolo Protti
amministratore PROCINE: Silvia Protti

© Valerio Pardi/Box Office (2); Courtesy of Arcadia (2); Courtesy of CineLandia (1); © Pietro Pesce/Box Office (1); © Fabio Lavino (1); Courtesy of Circuito Cinema (2); © Adolfo Franzò/Courtesy of Giometti Cinema (3); Courtesy of Giometti Cinema (1); Courtesy of Il regno del cinema (1); © Valerio Pardi/Box Office (1); Courtesy of Luisano Media Group (3); Courtesy of Massimo Ferrero Cinemas (1); Courtesy of Anec (1); Courtesy of Movie Planet (3); © Valerio Pardi/Box Office (1); © Valerio Pardi/Box Office (1); Courtesy of Natarious Pictures (1); Courtesy of Natarious (2); © Valerio Pardi/Box Office (1); Courtesy of Anleo spazioCinema (1); Courtesy of Starplex (1); © Stefano Pinci (1); Courtesy of The Space Cinema (5); Courtesy of UCI Cinemas (7); Courtesy of Unici (1)

PRODUZIONE

The Apartment
PICTURES
A Fremantle Company

THE APARTMENT

Via Monte Zebio, 24
00195 Roma Italia
infoTA@theapartment.it

Annamaria Morelli
Ceo



Francesca Cualbu
Coo

Manuela Pincitore
Head of Development

Priscilla Pacetti
Supervising Producer



BE WATER
FILM

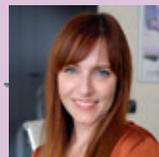
BE WATER FILM

Via Merulana 247
00185 Roma

Mattia Guerra
Amministratore delegato



Eddie Bertozzi
Head of Acquisitions



Alice Panada
Head of Marketing and Distribution



Valentina Piersanti
Head of Editorial



Tommaso Arrighi
Executive Producer



Livia Cortese
Business Affairs

Stefania Petrucci
Administration and Finance



BIBI FILM

BIBI FILM TV

Via Caio Mario, 27
00192 Roma
Tel. 06/5740141
segreteria@bibifilm.com
www.bibifilm.com

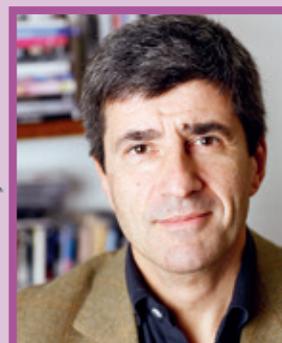
Angelo Barbagallo
Amministratore unico



CATTLEYA
PART OF ITV STUDIOS

CATTLEYA

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



Giovanni Stabilini
Ceo & Chairman

Riccardo Tozzi
Founder, Ceo & Chief Creative Officer

Francesca Longardi
Ceo & Head of Production





COLORADO FILM

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

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

Iginio Straffi ●
Presidente

Thomas J. Ciampa ●
Amministratore delegato

Pierpaolo Luciani ●
Coo

Francesca Accornero ●
Responsabile comunicazione



CINE 1 ITALIA

Sede legale: Via Dei Prati Fiscali, 199 - 00141 Roma
Sede operativa: Via Giuseppe Armellini, 39 - 00143 Roma
Tel. 06/77610481
www.cine1italia.it

Pete Maggi ●
Chairman & Founder

Federica Folli ●
Amministratore delegato

Valentina Bucchi
Business Affair and Legal

Silvia Balugani
Amministrazione e controllo



FANDANGO

FANDANGO

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

Domenico Procacci ●
Responsabile

Laura Paolucci ●
Direzione editoriale cinema e tv

Gianluca Pignataro
Direttore Marketing e Distribuzione



PRODUZIONE

Fremantle

FREMANTLE ITALIA

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

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

segreteria@fremantle.com
www.fremantle.it

Marco Tombolini
Ceo



Vincenzo Molluso
**Co - Head of productions
Unscripted**

Elena Recchia
**Head of productions
Scripted**



Elisabetta Stellato
**Co - Head of productions
Unscripted**



GRØENLANDIA

We are Banijay

GRØENLANDIA

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



Matteo Rovere
Ceo

Sydney Sibilla
Socio



Andrea Paris
Socio

Daniele Beni
General Manager



Iaia Calderaro
**Responsabile legal
e business affair**

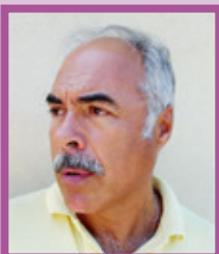


Alessia Polli
Responsabile editoriale



IBC MOVIE

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



Giuseppe Caschetto
Ceo

Anastasia Michelagnoli
**Head of the Development
Department**



Maurizio Feverati
Legal Consultant



ITALIAN INTERNATIONAL FILM

Via Gian Domenico
Romagnosi, 20
00196 Roma
Tel. 06/3611377
iif@iif-online.it



Fulvio Lucisano
Presidente

Federica Lucisano
**Amministratore
delegato**



Paola Lucisano
**Consigliera delegata - Head of
TV Production**





INDIANA PRODUCTION

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

Fabrizio Donvito ●
Founder & Partner

Marco Cohen ●
Founder & Partner

Benedetto Habib ●
Partner & Producer

Daniel Campos Pavoncelli ●
Partner & Producer

Karim Bartoletti ●
Partner & Executive Producer



INDIGO FILM

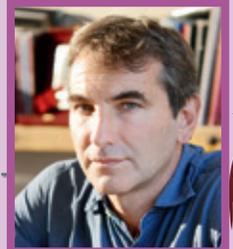
Via Torino, 135
00184 Roma
Tel. 06/77250255
www.indigofilm.it
info@indigofilm.it

Nicola Giuliano ●
Produttore

Francesca Cima ●
Produttore

Carlotta Calori ●
Produttore

Viola Prestieri ●
Produttore



LOTUS PRODUCTION

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

Raffaella Leone ●
Presidente e Ceo

Andrea Leone ●
Presidente e Ceo

Federico Polimanti ●
Chief Operating Officer

Carlotta Galleni ●
Production and Development executive

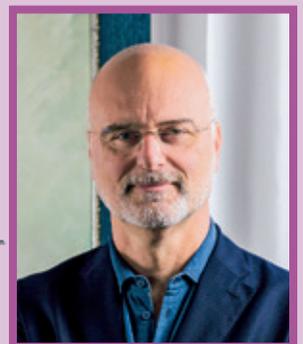


MINERVA PICTURES

Via Marcella, 4-6
00153, Roma
info@minervapictures.com
www.minervapictures.com

Gianluca Curti ●
Chairman & Ceo

Andrea Curti ●
Acquisitions, Distribution & Special Projects Manager



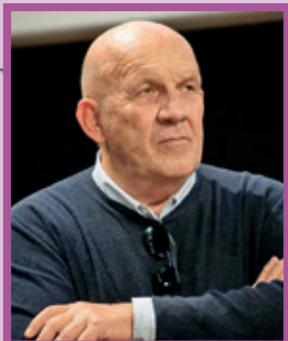


PALOMAR

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

Carlo Degli Esposti
Presidente

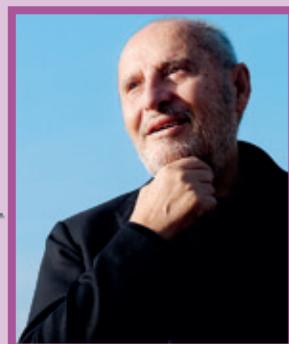
Nicola Serra
Ceo



PEPITO PRODUZIONI

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

Agostino Saccà
**Presidente
e amministratore**



PEGASUS

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

Martha Capello
Ceo, Founder



PICOMEDIA

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

Roberto Sessa
Founder, Co-owner and Ceo





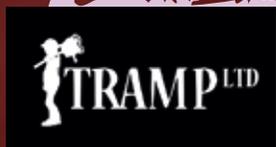
PROPAGANDA

Via G. Barzellotti, 9 - 00136 Roma
Tel. 06/59604124
press@propaganda.it
www.propaganda.it



Marina A. Marzotto
Founder & Senior Partner

Mattia Oddone
Ceo & Partner



TRAMP LIMITED

Piazza Castelnuovo, 35
90141 Palermo

Via Sabotino, 31
00192 Roma
info@tramltd.it



Nicola Picone
Administrator



Attilio De Razza
Head Producer



VIVO FILM

Via Guido d'Arezzo, 28
00198 Roma
Tel. 06/8078002
info@vivofilm.it
http://vivofilm.it



Gregorio Paonessa
**Produttore
e amministratore unico**



Marta Donzelli
**Produttrice, coproduzioni
e vendite internazionali**



RAI CINEMA

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



Nicola Claudio
Presidente

Paolo Del Brocco
Amministratore delegato

Giuseppe Sturiale
Direttore generale



WILDSIDE

A Fremantle Company

WILDSIDE

Viale Giuseppe Mazzini, 9
(scala B)
00195 Roma
Tel. 06/94516900
info@wildside.it
www.wildside.it



Sonia Rovai
Ceo

Claudio Falconi
Head of local content

Ludovica Damiani
Executive producer

Saverio Guarascio
Executive producer



ALTRI PRODUTTORI

AGIDI DUE

Via Bellaria, 127/1 - 41126 Modena
Tel. 059/460303
agidi@agidi.it
www.agidi.it
presidente: Emanuela Rossi

ASCENT FILM

Via G.B. Piatti, 23 - 00185 Roma
Tel. 06/70490005
info@ascentfilm.com
https://groenlandiagroup.com/
fondatore e produttore: Andrea Paris

ARANCIAFILM

Via Castiglione, 6/2 - 40124 Bologna
Tel. 051/6569657
info@aranciafilm.com
www.aranciafilm.com
responsabile: Giorgio Diritti

CINEMAUNDICI

Via Giuseppe Avezana, 51
00195 Roma
Tel. 06/45478610
roma@cinemaundici.it
www.cinemaundici.it
responsabile: Olivia Musini

DUEA FILM

Pzza Cola Di Rienzo, 69 - 00192 Roma
Tel. 06/3214851
dueafilm@dueafilmspa.it
responsabile: Antonio Avati

ÈLISEO ENTERTAINMENT

Via della Consulta, 1/B
00184 Roma
Tel. 06/6864849
info@eliseo-entertainment.it
https://eliseo-entertainment.com/
direzione creativa e chairman:
Luca Barbareschi

FENIX ENTERTAINMENT

Piazzale delle Belle Arti, 6
00196 Roma
Tel. 06/77610950
info@fenixent.com
www.fenixent.com
presidente: Carlo Angelini
direttore generale:
Riccardo Di Pasquale

FRENESY

Sede operativa: Via Ripamonti, 44
20141 Milano
Viale Bianca Maria, 28
20129 Milano
office@frenesyfilm.com
frenesyfilm.com
responsabili: Luca Guadagnino

GOLDENART PRODUCTION

Via Andrea Doria, 48 - 00192 Roma
segreteria@goldenartproduction.com
www.goldenartproduction.com
producer, actress, composer:
Federica Luna Vincenti

JOLEFILM

Via Quarto, 16 -
5138 Padova
Tel. 049/8718175
office@jolefilm.it
www.jolefilm.it

responsabile e produttore:

Francesco Bonsembiante

LUMIÈRE & CO.

Via Milazzo, 9 - 20121 Milano
Tel. 02/43912100
Via Varrone, 9 - 00161 Roma
Tel. 06 45447768
info@lumierefilm.it
www.lumierefilm.it
**amministratore delegato e
produzione:** Lionello Cerri
produzione e direzione creativa:
Cristiana Mainardi

MAD ENTERTAINMENT

Piazza del Gesù nuovo, 33
80134 Napoli
Tel. 081/19139000
info@madinnaples.com
www.madentertainment.it
responsabili: Luciano Stella,
Maria Carolina Terzi e Carlo Stella

MANETTI BROS.

Via Monte Santo, 25 - 00195 Roma
Tel. 06/95223150
segreteria@mompracemsrl.com
www.mompracemfilm.com
produttori: Manetti Bros., Pier Giorgio
Bellocchio

NUMERO 10

fondatore: Paolo Sorrentino

OUR FILMS

fondatori: Lorenzo Mieli
e Mario Gianani

ORISA PRODUZIONI

Via Ostilia, 31 - 00184 Roma
Tel. 06/39750996-64
info@orisa.it
www.orisa.it
responsabile: Cristiano Bortone

PACO CINEMATOGRAFICA

Piazza Madama, 9 - 00186 Roma
Tel. 06/6875073
produzione@pacocinematografica.it
www.pacocinematografica.it
produttori: Arturo Paglia
e Isabella Cocuzza

PUPKIN PRODUCTION

Via dei Bresciani, 23 - 00186 Roma
Tel. 06/97845971
info@pupkin.it
http://pupkin.it/
responsabile: Rita Rognoni

RAINBOW

Via Brece - 60025 Loreto (AN)
Tel. 071/75067500
www.rbw.it
fondatore e Ceo: Iginio Straffi

R&C PRODUZIONI

Via del Commercio, 32
00154 Roma
Tel. 06/57288591
info@rcproduzioni.com
www.rcproduzioni.com
fondatori e responsabili:
Tilde Corsi e Gianni Romoli

RODEO DRIVE

Via Alberico II, 33 - 00193 Roma
Tel. 06/45449767
rodeo@rodeodrivesrl.com
www.rodeodrivesrl.com
fondatori e responsabili:
Marco Poccioni e Marco Valsania

SACHER FILM

Via Raffaello Giovagnoli, 6
00152 Roma
Tel. 06/5745353
sacherfilm@sacherfilm.eu
www.sacherfilm.eu/sacher-film/
fondatore e legale rappresentante:
Nanni Moretti

SIPARIO MOVIES

(EX LADY BACARDI MEDIA)
Via Salaria, 222 - 00187 Roma
segreteria@iervolinoent.com
https://ilbegroup.it/
presidente: David Peretti
fondatrice: Lady Bacardi

TEMPESTA

Via Imerio, 36 - 40126 Bologna
Tel. 051/0397600
info@tempestafilm.eu - www.tempestafilm.it
produttore e Ceo: Carlo Cresto-Dina

Courtesy of The Apartment (4); Courtesy of Bamboo Productions (1); Courtesy of Bibi Film (1); Courtesy of Cattleya (5); © Loris Zambelli/Courtesy of Rainbow-Calarado Film (2); Courtesy of Colorado (1);
© Gettyimages (1); Courtesy of Fandango (1); Courtesy of Fremantle (5); Courtesy of Groenlandia (4); © Martina Mammola/Courtesy of Groenlandia (1); Courtesy of IIF (3); Courtesy of ILBE (3); Courtesy of Indiana
Production (5); Courtesy of Indigo Film (4); Courtesy of Lotus Production (5); Courtesy of Mompracem (2); © Gerald Brunau/Courtesy of Mompracem (1); Courtesy of Palomar (2); Courtesy of Papito produzioni (1);
Courtesy of Pegasus (5); Courtesy of Picomedia (1); Courtesy of Rai Cinema (2); © Assunta Savello/Courtesy of Rai Cinema (1); © Angelo Di Pietro (1); Courtesy of Tramp Limited (2); Courtesy of Wildside (5)

DI:CE
nElla
Città

ALICE NELLA CITTÀ

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



Fabia Bettini
Direttrice artistica

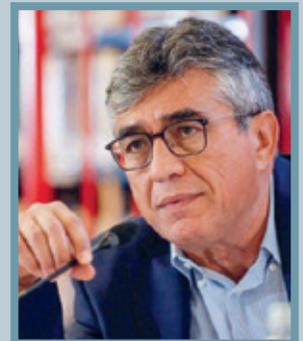
Gianluca Giannelli
Direttore artistico



BIF&ST.
BARI
INTERNATIONAL
FILM FESTIVAL

BIF&ST-BARI INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

Apulia Film House - Bari c/o Fiera
del Levante - Lungomare Starita
1 - 70132 Bari (Italy)
mail: direzione@bifest.it
sito: www.bifest.it



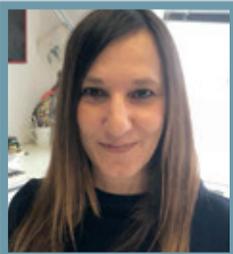
Oscar Iarussi
Direttore

FAR EAST
FILM
FESTIVAL

FAR EAST FILM FESTIVAL

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

Sabrina Baracetti
Presidente



Thomas Bertacche
**Festival General
Coordinator**



GIFFONI

GIFFONI FILM FESTIVAL

Piazza Giffoni Film Festival, 1
84095 Giffoni Valle Piana (SA)
Tel. 089/8023001
www.giffoni.it
direzione@giffoni.it

Claudio Gubitosi
**Fondatore
e Direttore artistico**



GIORNATE
degliAUTORI

GIORNATE DEGLI AUTORI

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



Giorgio Gosetti
Delegato generale

Gaia Furrer
Direttrice artistica



FESTIVAL



FESTA DEL CINEMA DI ROMA

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



Salvatore Nastasi
**Presidente Fondazione
Cinema per Roma**

Francesca Via
**General Manager
Fondazione
Cinema per Roma**



Paola Malanga
**Direttrice
artistica Festa
del Cinema**



MAGNA GRAECIA FILM FESTIVAL

Via Lungomare Stefano
Pugliese, 359 - 88100 Catanzaro
info@mgff.it
www.mgff.eu



Gianvito Casadonte
**Co-creatore e direttore
artistico**



TORINO FILM FESTIVAL

Via Cagliari, 34/c - 10153 Torino
Tel. 011/8138811
info@torinofilmfest.org
www.torinofilmfest.org



Enzo Ghigo
Presidente

Giulio Base
Direttore artistico



settimana
internazionale
della critica

SETTIMANA INTERNAZIONALE DELLA CRITICA

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



Beatrice Fiorentino
Delegata generale



MOSTRA INTERNAZIONALE D'ARTE CINEMATOGRAFICA

Ca' Giustinian, San Marco, 1364/A
30124 Venezia
Tel. 041/5218711
cinema@labiennale.org
www.labiennale.org



Pietrangelo Buttafuoco

Presidente

La Biennale di Venezia

Alberto Barbera

Direttore artistico

**della Mostra Internazionale
d'Arte Cinematografica**

Andrea Del Mercato

Direttore Generale

La Biennale di Venezia



ALTRI FESTIVAL

BERGAMO FILM MEETING

Via Antonio Ghislanzoni, 37
24122 Bergamo
Tel. 035/363087
info@bergamofilmmeeting.it
www.bergamofilmmeeting.it
presidente: Davide Ferrario
direzione: Fiammetta Girola e Annamaria Materazzini

BIOGRAFILM

Via della Zecca, 2 - 40121 Bologna
Tel. 051/237023
info@biografilm.it
www.biografilm.it
presidente Ass. Fanatic About Festivals:
Filippo Mazzucato
**fondatore e presidente onorario del
festival:** Andrea Romeo
direttore organizzativo: Riccardo Volpe

CAPRI, HOLLYWOOD - THE INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

Vico Sella Orta, 1 - 80073 Capri (NA)
caprihollywood@pec.it
www.capri-world.com
presidente dell'Istituto Capri nel mondo:
Antonio Lorusso Petrucci
**segretario generale dell'Istituto Capri nel
mondo:** Pascal Vicedomini

FESTIVAL DEL CINEMA AFRICANO, D'ASIA E AMERICA LATINA

una produzione COE Centro Orientamento
Educativo
via Lazzaroni, 8 - 20124 Milano
festival@coeweb.org
https://www.fescaaal.org/
direzione artistica:
Annamaria Gallone, Alessandra Speciale

FESTIVAL DEL CINEMA EUROPEO

Cineporto di Lecce c/o Manifatture Knos
Via Vecchia Frigole, 36
73100 Lecce
info@festivaldelcinemauropeo.com
www.festivaldelcinemauropeo.com
direzione artistica: Alberto La Monica

FESTIVAL INTERNAZIONALE DEL DOCUMENTARIO - VISIONI DEL MONDO

Via Privata Maria Teresa, 11
20123 Milano
Tel. 02/80886811
info@visionidalmundo.it
www.visionidalmundo.it
fondatore e presidente: Francesco Bizzarri
direttore artistico: Maurizio Nichetti

FILMING ITALY

Viale Delle Milizie, 20
00192 Roma
Tel. 06/39746600
press@tizianarocca.it
www.tizianarocca.it
direttore generale: Tiziana Rocca

FUTURE FILM FESTIVAL

c/o Dumbo
Vio Casarini n.19
40131 Bologna
info@futurefilmfestival.it
www.futurefilmfestival.it
direttrice artistica: Giulietta Fara
direttore generale: Andrea Minetto
consigliere delegato Rete Doc:
Roberto Calari

LE GIORNATE DEL CINEMA MUTO

c/o La Cineteca del Friuli
Palazzo Gurisatti
Via G. Bini, 50
33013 Gemona (UD)

Tel. 389 1603000
info.gcm@cinetecadelfriuli.org
www.giornatedelcinemamuto.it
presidente: Livio Jacob
direttore emerito: David Robinson
direttore: Jay Weissberg

MOSTRA INTERNAZIONALE DEL NUOVO CINEMA

c/o Teatro Rossini
P.le Albani, 12 - 61121 Pesaro (PU)
Tel. 0721/387511
info@pesarofilmfest.it
presidente: Bruno Torri
direttore artistico: Pedro Armocida

NOIR IN FESTIVAL

Organizzazione Studio Cooperativa
Via Santa Croce in Gerusalemme, 107
00185 Roma
Tel. 06/8603111
www.noirfest.com
direzione: Giorgio Gosetti, Marina Fabbri

TAORMINA FILM FESTIVAL

Via Vittorio Emanuele III, 178
95032 Belpasso (CT)
taorminafilmfest@videobank.it
www.taorminafilmfest.it
**direttore esecutivo e co-direttore
artistico:** Barrett Wissman
**direttrice artistica di Taormina Arte Sicilia
Fondazione:** Beatrice Venezi

TRIESTE FILM FESTIVAL

Casa del Cinema Annamaria Percavassi
Piazza Duca degli Abruzzi, 3 - 34132 Trieste
Tel. 040/3476076
aac@alpeadriacinema.it
www.triestefilmfestival.it
direzione artistica: Nicoletta Romeo

PIATTAFORME



PRIME VIDEO ITALIA

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



Marco Azzani
**Country Managing Director,
Prime Video Italia**

Viktoria Wasilewski
Head of Content, Prime Video Italia

Nicole Morganti
**Head of Local Originals Southern Europe,
Amazon MGM Studios**

Marco Foroni
Business Lead - Sports, Prime Video Italia

Luca Oteri
Head of Prime Video Channels Italy & Spain



DISCOVERY+

Via Visconti di Modrone, 11
20121 Milano
discoveryplus.it



Alessandro Araimo
**Managing Director
Italy & Iberia**

Laura Carafoli
**SVP Content Networks
& Streaming Local
productions Italy & Iberia**

Adriano Baioni
**Vice President
Communication & News Italy
& Iberia**



MEDIASET INFINITY

Viale Europa, 44
20093 Cologno Monzese (MI)
Tel. 02/25141
press@moonlightingpr.it



Pablo Falanga
Direttore commerciale



DISNEY+

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

Daniel Frigo ●
AD The Walt Disney Company Italia

Francesco Magini ●
VP Disney+, Direct to Consumer Italia

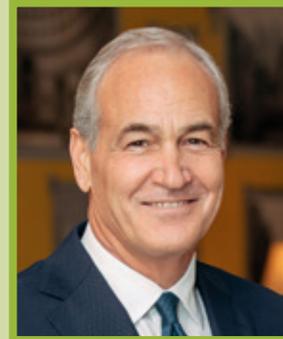
Cristina Fusetti
Director Performance Marketing & Customer Acquisition

Alessandro Saba
Director Local Production

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

Francesca Calzolari
PR & Communication Manager

Elena Basso
PR Manager



NETFLIX

NETFLIX

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

Tinny Andreatta ●
Vicepresidente contenuti italiani

Barbara Ferrieri ●
PR Director, Italia e Grecia

Stefania Duico ●
**Senior Director Marketing
Italy and Greece**



PIATTAFORME



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



Lorenzo Foglia
Managing Director



TIMVISION

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



Andrea Rossini
Chief consumer, small & medium and mobile wholesale market officer



Roberto Chieppa
Responsabile Marketing Consumer & TimVision



Simone Delicato
TimVision and Entertainment Products



PARAMOUNT GLOBAL

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



Antonella Dominici
SVP Streaming South Europe, Middle East and Africa

Aldo Torchio
VP Marketing Streaming Italy & South EMEA

Chiara Giacoletto Papas
Senior Director, Communication & Pr Italy and France

Cristiano Girola
Content Director Pluto TV Italy & South EMEA

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



Viale Mazzini, 14
00195 Roma (RM)
comunicazioneraipplay@hlstampa.com
www.raipplay.it



Elena Capparelli
Direttore RaiPlay e Digital

Maurizio Imbriale
Direttore Rai Contenuti digitali e transmediali



Courtesy of Prime Video (5); Courtesy of Chili (4); Courtesy of Warner Bros. Discovery (4); © Virginia Bettoia/Courtesy of The Walt Disney Company Italia (1); Courtesy of The Walt Disney Company Italia (1); Courtesy of Netflix (3); Courtesy of Infinity (1); Courtesy of Sky Now (1); Courtesy of Paramount+/Pluto (3); Courtesy of Tim Vision (2); Courtesy of Rai Play (1)



Italian Film Commissions

ITALIAN FILM COMMISSIONS

Via Carducci, 32 - 30171 Venezia (VE)
Tel. 041 2794298
info@italianfilmcommissions.it
www.italianfilmcommissions.it

Jacopo Chessa
Presidente

Alessandra Miletto
Vice Presidente

Fabio Abagnato
Vice Presidente

Francesca Valente
Segretario generale



Calabria
Film
Commission

CALABRIA FILM COMMISSION

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

Anton Giulio Grande
Presidente

Luciano Vigna
Direttore



Film Commission



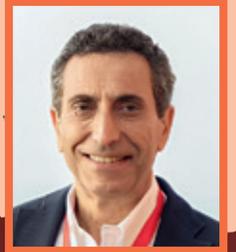
Regione Campania

FILM COMMISSION REGIONE CAMPANIA

Sede legale:
Via Santa Lucia, 81 - 80132 Napoli
Sede operativa:
Piazza Giovanni Bovio, 14
80133 Napoli
Tel. 081/4206091
info@frcr.it
www.frcr.it

Maurizio Gemma
Direttore

Titta Fiore
Presidente



EMILIA-ROMAGNA FILM COMMISSION

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

Fabio Abagnato
Responsabile



FRIULI VENEZIA GIULIA
FILM COMMISSION

FRIULI VENEZIA GIULIA FILM COMMISSION

Piazza Duca degli Abruzzi, 3
34132 Trieste
Tel. 040 3720142
filmcommission@promoturismo.fvg.it
www.fvgfilmcommission.com

Chiara Valenti
Omero
Coordinatrice

Gianluca Novel
Film Commissioner

Guido Cassano
Film Commissioner



ROMA LAZIO FILM COMMISSION

Via Parigi, 11 - Roma 00185
info@romalaziofilmcommission.it
www.romalaziofilmcommission.it



Maria Giuseppina
Troccoli
Commissario e direttore generale

Lorenza Lei
Responsabile struttura cinema e audiovisivo della Regione Lazio

FILM COMMISSION



MARCHE FILM COMMISSION

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

Andrea Agostini
Presidente Fondazione Marche Cultura



Francesco Gesualdi
Responsabile

Sofia Cecchetti
Film Commissioner

Giorgia Barchi
Comunicazione



FILM COMMISSION TORINO PIEMONTE

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

Beatrice Borgia
Presidente

Paolo Manera
Direttore

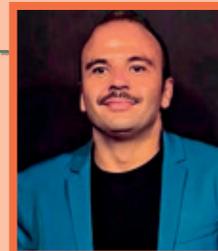


APULIA FILM COMMISSION

Bari c/o Fiera del Levante
Lungomare Starita 1
70132 Bari
Tel. 080/9731300
www.apuliafilmcommission.it

Anna Maria Tosto
Presidente

Antonio Parente
Direttore



SARDEGNA FILM COMMISSION

Sede legale: viale Trieste, 186
09123 Cagliari
Sede operativa: via Malta, 63
09124 Cagliari
Tel. 070-2041961
filmcommission@regione.sardegna.it

Giuseppina Sanna
Presidente

Susanna Tornesello
Direttrice



TOSCANA FILM COMMISSION

Via San Gallo, 25 - 50129 Firenze
Tel. 055 2719035
staff@toscanafilmcommission.it

Stefania Ippoliti
Responsabile Mediateca e Area Cinema FST



TRENTINO FILM COMMISSION

Via Zanella, 10/2 - 38122 Trento
Tel. 0461/493501
filmcommission@trentinosviluppo.it
www.trentinofilmcommission.it

Luca Ferrario
Direttore

Giampaolo Pedrotti
Presidente

Alberto Battocchi
Assistenza alle produzioni

Elisa Zeni
Assistenza alle produzioni

Marta Mastropasqua
Film Fund

Fosca Leoni
Coordinamento eventi





UMBRIA FILM COMMISSION

Via Mario Angeloni, 61
06124 Perugia (PG)
info@umbriafilmmmission.com
presidente@umbriafilmmmission.com
direttore@umbriafilmmmission.com
www.umbriafilmmmission.com

Paolo Genovese
Presidente

Alberto Pasquale
Direttore



FILM
COMMISSION
VALLÉE
D'AOSTE

FILM COMMISSION VALLÉE D'AOSTE

Via Croce di Città 18
11100 Aosta
Tel. 0165 261790
www.filmcommission.vda.it

Simone Gandolfo
Presidente

Alessandra Miletto
Direttore



VENETO FILM COMMISSION

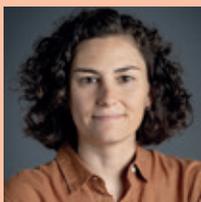
Via Carducci, 32 - 30171 Mestre (VE)
Tel. 041/2794338
info@venetofilmcommission.com
https://venetofilmcommission.com/it/



Luigi Bacialli
Presidente

Jacopo Chessa
Direttore generale

Francesca Valente
Segretario generale



ALTRE FILM COMMISSION

ABRUZZO FILM COMMISSION
<http://filmcommission.regione.abruzzo.it>

GENOVA LIGURIA FILM COMMISSION
www.glfc.it
presidente: Cristina Bolla

IDM FILM COMMISSION SUDTIROL
www.film.idm-suedtirol.com/it
direttore: Birgit Oberkofler

LOMBARDIA FILM COMMISSION
www.filmcomlombardia.it
presidente: Mariagrazia Fanchi
direttore: Michaela Guenzi

LUCANA FILM COMMISSION
www.lucanafilmmmission.it
presidente: Margherita Gina Romaniello

SICILIA FILM COMMISSION
www.siciliafilmmmission.org
direttore: Nicola Tarantino

ASSOCIAZIONI, ENTI, ISTITUZIONI, MERCATI



ASSOCIAZIONE
DELLA AUTORIALITÀ
CINETELEVISIVA

100AUTORI

Via Santa Croce in Gerusalemme, 107
c/o Giornate degli Autori
00185, Roma
Tel. 366/5096835
coordinamento@100autori.it
www.100autori.it

Francesca Comencini
Presidente



AGIS

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

Francesco Giambone
Presidente

Domenico Barbuto
Segretario Generale



DAVID DI
DONATELLO
Accademia del
Cinema Italiano



ACCADEMIA DEL CINEMA ITALIANO - PREMI DAVID DI DONATELLO

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

Piera Detassis
Presidente e Direttrice



ACEC

ASSOCIAZIONE CATTOLICA
ESERCENTI CINEMA
Via Aurelia, 796 - 00165 Roma
segreteria@acec.it
www.saledellacomunita.it



Don Gianluca Bernardini
Presidente

Riccardo Checchin
Segretario Generale



ASSOCIAZIONE
PRODUTTORI
AUDIOVISIVI

SERIE • FILM • INTRATTENIMENTO • DOC • ANIMAZIONE

APA

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

Chiara Sbarigia
Presidente

Giovanni Di Pasquale
**Direttrice
generale**



ASSOCIAZIONE NAZIONALE
ESERCENTI CINEMA

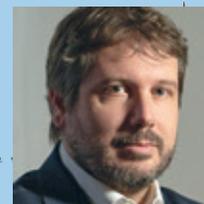
ANEC

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

Mario Lorini
Presidente

Carlo Bernaschi
Presidente onorario

Simone Gialdini
Direttore generale



ASSOCIAZIONI, ENTI, ISTITUZIONI, MERCATI

CINECITTÀ

CINECITTÀ

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

Chiara Sbarigia
Presidente

Manuela Cacciamani
Amministratore delegato

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

Claudio Ranocchi
Direttore Amministrazione, Finanza e Controllo, Acquisti

Domenico Pinuccio D'Arino
Direttore Produzione e Teatri

Enrico Bufalini
Direttore Cinema, Documentaristica, Archivio Luce Cinecittà



CINETEL

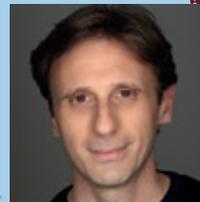
SEDE LEGALE
Via di Villa Patrizi, 10
00161 Roma

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

Simone Gialdini
Presidente

Davide Novelli
Amministratore delegato

Giorgio Bigoni
Head of Operations



FICE

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

Giuliana Fantoni
Presidente

Sandra Campanini,
Michele Crocchiola,
Carmine Imparato,
Simona Sala
Vicepresidenti



FAPAV

FEDERAZIONE PER LA TUTELA DELLA INDUSTRIE DEI CONTENUTI AUDIOVISIVI E MULTIMEDIALI
Viale Regina Margherita, 286
00198 Roma
Tel. 06/94358100
info@fapav.it
www.fapav.it



Federico Bagnoli Rossi
Presidente



MIA

MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO
Via Sabotino, 2/a
00195 Rome
info@miamarket.it
www.miamarket.it



Gaia Tridente
Direttrice



SIAE

SOCIETÀ ITALIANA DEGLI AUTORI ED EDITORI
Viale della Letteratura, 30
00144 Roma
Tel. 06/59902388
www.siae.it



Salvatore Nastasi
Presidente Consiglio di Gestione

Mogol
Presidente onorario

Matteo Fedeli
Direttore generale

ASSOCIAZIONI, ENTI, ISTITUZIONI, MERCATI



ANICA

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

Alessandro Usai
Presidente Anica

Benedetto Habib
Presidente Unione Produttori

Luigi Lonigro
Presidente Unione Editori e Distributori Cinematografici

Ranieri de' Cinque Quintili
Presidente Unione Imprese Tecniche

Carlo Rodomonti
Presidente Unione Editori e Creators Digitali

Eleonora Andreatta
Presidente Unione Editori Media Audiovisivi



Micaela Fusco
Presidente Unione Esportatori Internazionali - UNEFA

Maria Carolina Terzi
Presidente Cartoon Italia (Associazione aderente ad Anica)



MINISTERO DELLA CULTURA
Tel. 06/6723.1
www.beniculturali.it

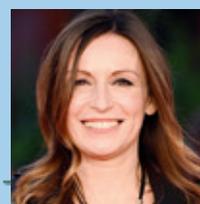
MIC - MINISTERO DELLA CULTURA

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

Alessandro Giuli
Ministro della Cultura

Lucia Borgonzoni
Sottosegretario per la Cultura

Nicola Borrelli
Direttore Generale Cinema e Audiovisivo



UNIVIDEO

Corso Buenos Aires 43 - 20124 Milano
Tel. 02/89011980
univideo@univideo.org
www.univideo.org

Luciana Migliavacca
Presidente

Fabrizio Ioli,
Mauro Pezzali
Egidio Viggiani
Vicepresidenti



WOMEN IN FILM

WOMEN IN FILM TELEVISION
& MEDIA ITALIA
Via Gerolamo Belloni 38
00191 Roma
info@wifftitalia.it
wifftitalia.it



Domizia De Rosa
Presidente

ALTRE ASSOCIAZIONI, ENTI E ISTITUZIONI

AFIC - ASSOCIAZIONE FESTIVAL ITALIANI DI CINEMA
info@aficfestival.it
www.aficfestival.it
presidente: Pedro Armocida

AGICI - ASSOCIAZIONE GENERALE DELLE INDUSTRIE CINE-AUDIOVISIVE INDIPENDENTI
segreteria@agici.eu
www.agici.eu
presidente: Simonetta Amenta

ANAC - ASSOCIAZIONE NAZIONALE AUTORI CINEMATOGRAFICI
www.anac-autori.it
presidente: Francesco Ranieri Martinotti

CNA CINEMA E AUDIOVISIVO
<https://www.cna.it/tag/cna-cinema-audiovisivo/>
presidente nazionale: Gianluca Curti

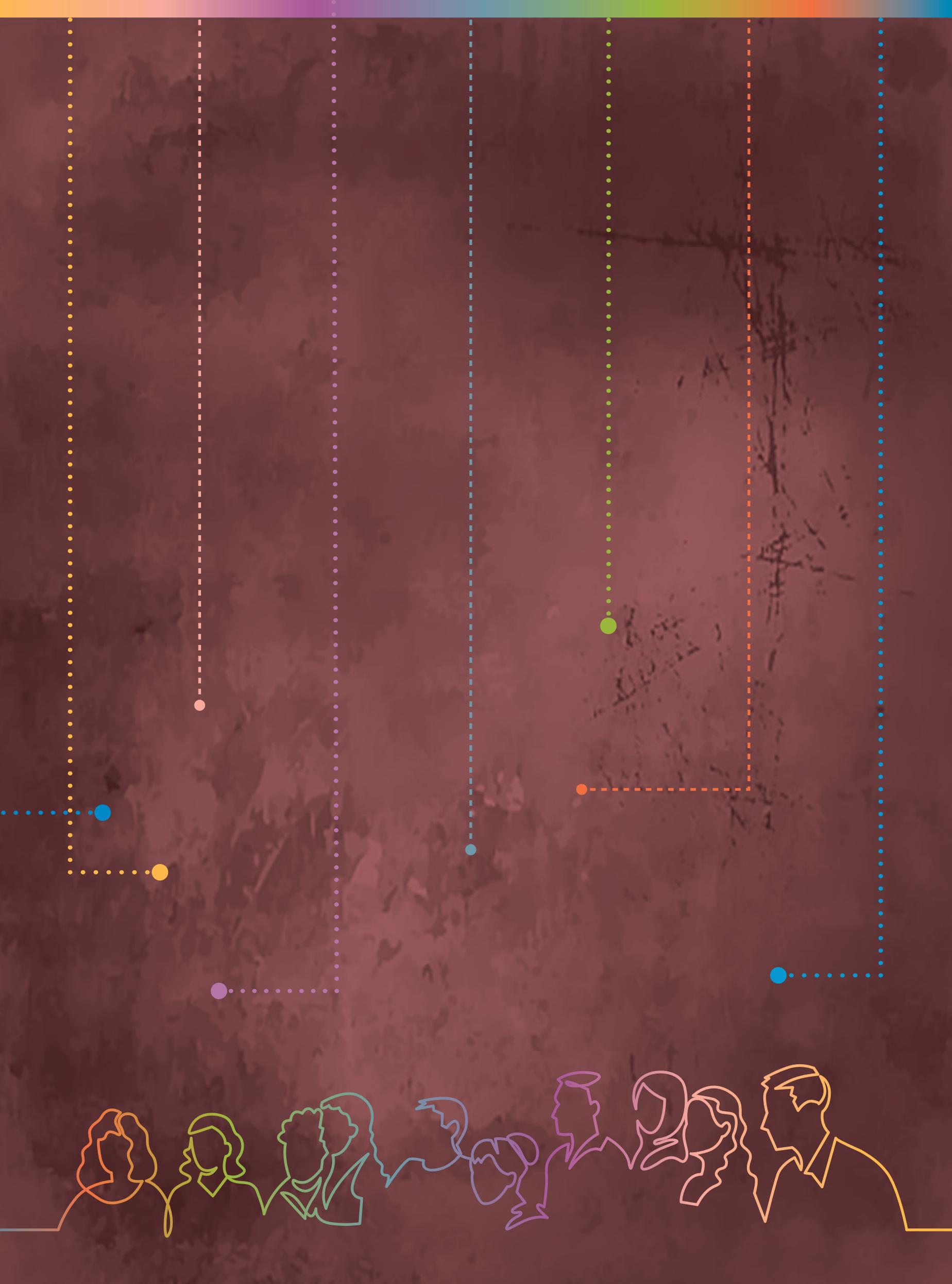
DOC/IT
segreteria@documentaristi.it
presidente: Francesco Virga

SNCCI - SINDACATO NAZIONALE CRITICI CINEMATOGRAFICI ITALIANI
sncci.info@gmail.com
<https://cinecriticaweb.it/>
presidente: Cristiana Paternò

SNGCI - SINDACATO NAZIONALE GIORNALISTI CINEMATOGRAFICI ITALIANI
cinegiornalisti@libero.it
www.cinemagazineweb.it
presidente: Laura Delli Colli

UNITA - UNIONE NAZIONALE INTERPRETI TEATRO E AUDIOVISIVO
<https://www.associazioneunita.it/>
presidente: Vittoria Puccini

© Daniela Pellegrini/Courtesy of 100autori (1); © Roberta Krasnig (1); Courtesy of Agis (1); © Gettyimages (2); Courtesy of MIC (1); Courtesy of Acec (1); © Michele Padella/Courtesy of Anec (1); Courtesy of Anec (1); Fabrizio Iozzo/Courtesy of Anec (1); Courtesy of Anica (3); Courtesy of Fice (1); © Fabrizio Iozzo/Courtesy of Anec (1); Courtesy of Vision Distribution (1); Courtesy of Cineital (1); Courtesy of Anica (3); Courtesy of Indiana (1); Courtesy of 01 Distribution (1); © Stefano Pisci (1); Courtesy of APRA (2); Courtesy of Cinecittà (5); Courtesy of Fapav (1); Courtesy of MIA (1); © Gettyimages (1); Courtesy of Univideo (1)





È PIÙ VICINO DI QUANTO PENSI



DAI CREATORI DE
GLI OCCHI DEL DIAVOLO E THE STRANGERS-CAPITOLO 1

BAGMAN

DAL 23 GENNAIO #SOLOALCINEMA



igd

centrosarca

CINEARREDO

NOTORIOUS

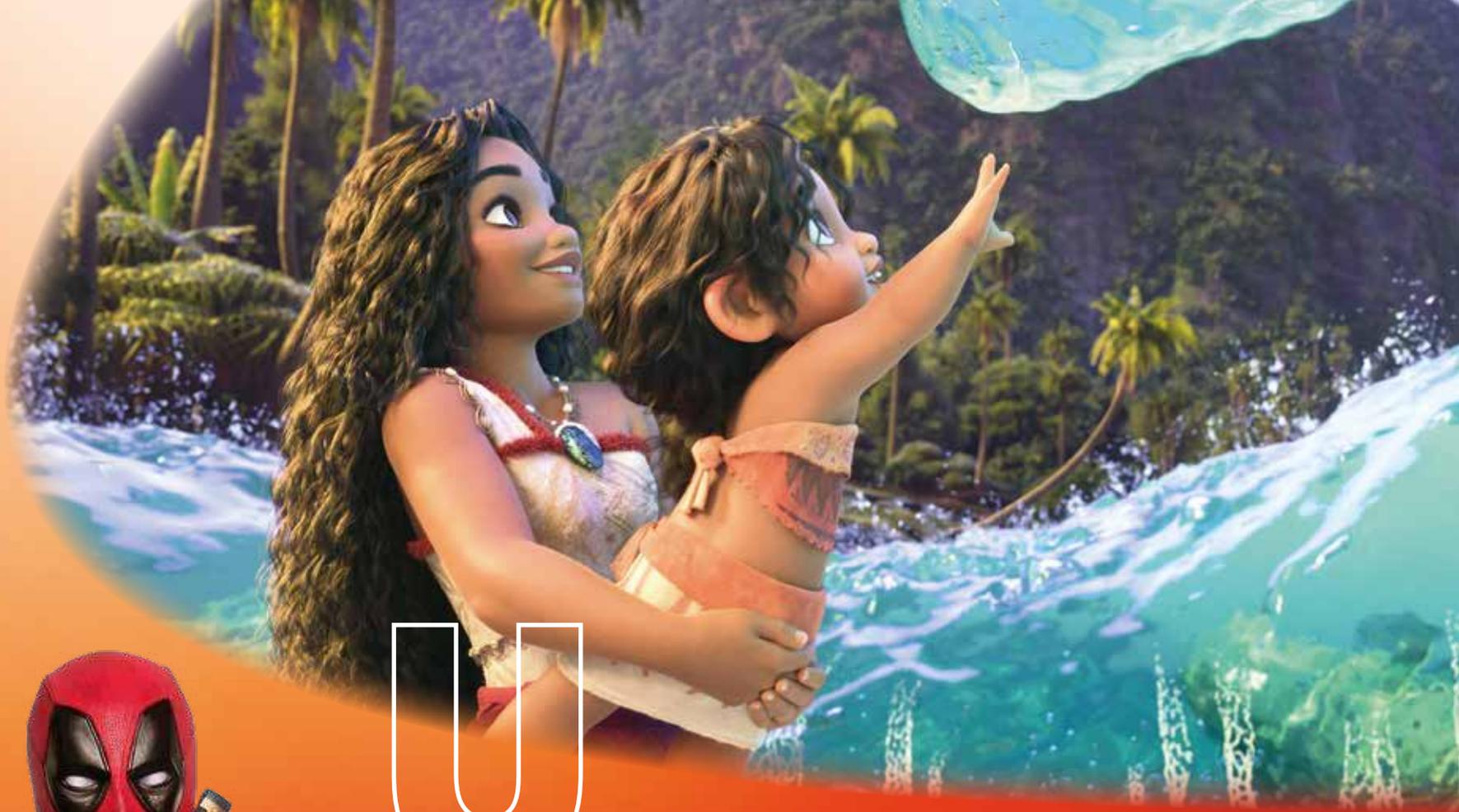
TEMPLE HILL STRONGARM LIONSGATE

2024, UN ANNO SFIDANTE (MA POSITIVO)

ALLA FINE, IL BOX OFFICE ITALIANO DEL 2024 È ANDATO OLTRE LE ASPETTATIVE E, IN UN CONTESTO SFAVOREVOLE PER VIA DEGLI SCIOPERI HOLLYWOODIANI E PER LA CONCORRENZA DI EUROPEI E OLIMPIADI, HA CHIUSO CON NUMERI IN LINEA CON IL 2023. A INCIDERE POSITIVAMENTE UN'ESTATE DA RECORD, UN OTTIMO NATALE, UNA BELLA PERFORMANCE DELLA CINEMATOGRAFIA NAZIONALE E L'IMPULSO DI DISNEY (CHE, DA SOLA, HA PESATO PER IL 25% DEGLI INCASSI TOTALI). MA CI SONO STATI ANCHE DEI BUCHI NERI, COME IL MAGGIO PEGGIORE DEGLI ULTIMI 15 ANNI. E MANCANO ANCORA PIÙ DI 22 MILIONI DI BIGLIETTI STACCATI RISPETTO AL PRE-COVID

di Valentina Torlaschi





In queste pagine, i film di maggiore incasso del 2024. Da sinistra in senso orario: *Inside Out 2* (46,5 milioni di euro), *Cattivissimo Me 4* (17,7 milioni), *Oceania 2* (19,5 milioni) e *Deadpool & Wolverine* (18 milioni)



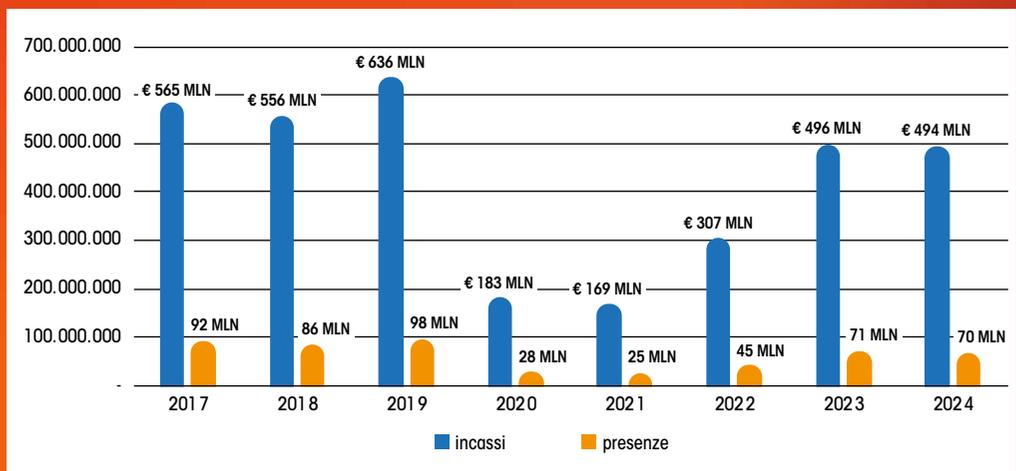
Un anno sfidante che ha dimostrato la tenuta del nostro mercato theatrical. È questo, in estrema sintesi, il bilancio del 2024 per le sale cinematografiche italiane che hanno chiuso con numeri al di sopra delle aspettative, riuscendo a restare ai livelli del 2023. E questo nonostante un contesto generale sfavorevole influenzato in primis dagli scioperi hollywoodiani che hanno sgonfiato l'offerta di blockbuster soprattutto per il primo trimestre e poi per la concorrenza di grandi eventi sportivi quali gli Europei di calcio e le Olimpiadi.

Dettagliando le cifre, il 2024 ha registrato 493,9 milioni di euro di box office per 69,7 milioni di presenze. Come detto, lo scarto col 2023 è minimo: solo -0,4% sugli incassi e -1,3% sulle presen-

ze, e questa è una bella vittoria perché il 2023 aveva visto un tris di titoli-rivelazione d'eccezione quali *C'è ancora domani*, *Barbie* e *Oppenheimer*. Certo, anche il 2024 ha avuto i suoi successi epocali - tra tutti *Inside Out 2* con i suoi 46,5 milioni di euro - ma la sua tenuta è stata cementata da elementi più eterogenei: non solo blockbuster, ma anche diversi titoli arthouse che sono riusciti ad allargare ampiamente il proprio target (come *Povere creature!*, *Perfect Days* e *La zona di interesse* giusto per fare degli esempi), una serie di film italiani tanto diversi quanto riusciti per qualità e risposta del pubblico (*Il ragazzo dai pantaloni rosa*, *Parthenope*, *Diamanti* e *Un mondo a parte*), fino al successo di produzioni "medie" che ➤

Fig. 1

INCASSI E PRESENZE ANNUALI IN ITALIA (2017-2024)



Fonte: Cinetel

hanno rilanciato generi che si consideravano “bolliti” come la romcon *Tutti tranne te*.

A incidere positivamente – ne parliamo meglio dopo – sono stati ovviamente anche un’estate da record (la migliore di sempre), un ottimo Natale (+28% sul 2023) e l’impulso dei film Disney (che, da soli, hanno contato per il 25% degli incassi totali), ma non si devono dimenticare le zone d’ombra di quest’annata 2024 che, se nel complesso è stata positiva, ha avuto anche il “buco nero” di maggio che è stato il peggiore degli ultimi 15 anni. E

ancora non è colmato il gap con il pre-Covid, visto che rispetto alla media 2017-18-19, il mercato italiano segna -16,6% sul box office e -24,2% sulle presenze. In sostanza mancano ancora più di 22 milioni di spettatori all’appello.

I numeri del 2024 ci dicono comunque che il cinema è tornato tra le abitudini degli italiani, soprattutto i più giovani, richiamando in sala anche chi le sale le frequentava poco. In questo senso ci sono due dati significativi: il primo è che gli under 25 hanno pesato per ben il 43% del totale del pubblico; il secondo è che il

41% del pubblico del 2024 è stato composto da spettatori “casual”, quelli non abituati ad andare al cinema, che contano una frequenza media di meno di 5 volte all’anno. La sfida del 2025 è allora partire da qui: non disperdere ma far fruttare questo risultato, e risalire il più possibile verso i valori pre-pandemia.

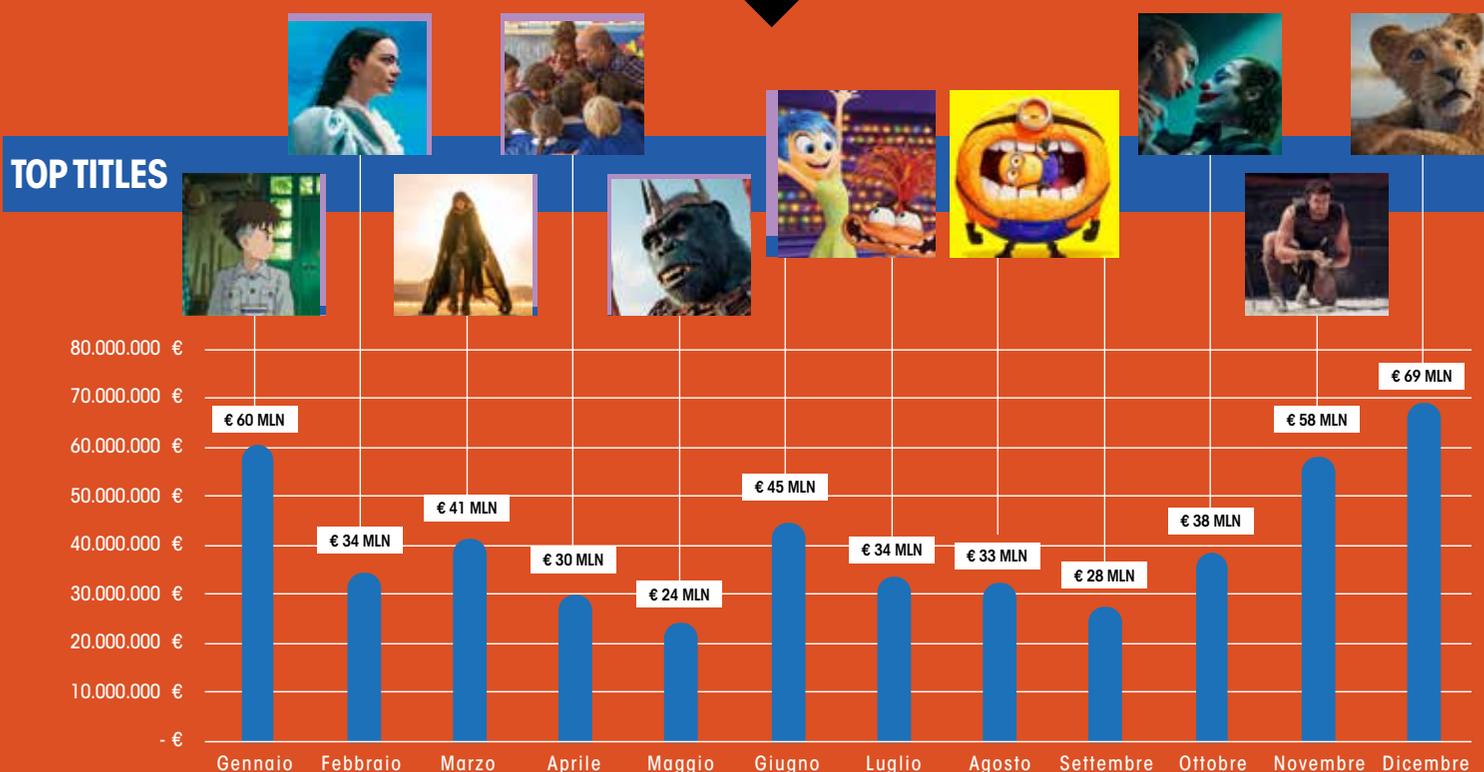
Ma ora addentriamoci nei dati sul cinema in sala del 2024 elaborati da Cinetel.

IL CONFRONTO CON GLI ALTRI MERCATI

Prima di immergerci nei numeri del

Fig. 2

ANDAMENTO INCASSI MENSILI 2024



Fonte: Cinetel



A sinistra, *Kung Fu Panda 4* (11,7 milioni di euro al box office italiano). In questa pagina, *Mufasa: Il Re Leone* che, uscito nei cinema il 19 dicembre, nel solo 2024 ha incassato 14,7 milioni di euro

box office italiano, è utile allargare lo sguardo ai mercati europei vicini per avere un'ulteriore prova della tenuta del nostro mercato. Come già l'anno scorso, anche nel 2024 l'Italia ha battuto la Spagna sul totale incassi (493,9 milioni contro 479,5 milioni di euro) e, se il confronto con la Francia resta inarrivabile (abbiamo poco più di un terzo dei loro biglietti venduti), è importante che l'Italia continui a pesare per il 2% del box office globale come certificato dal report di Gower Street.

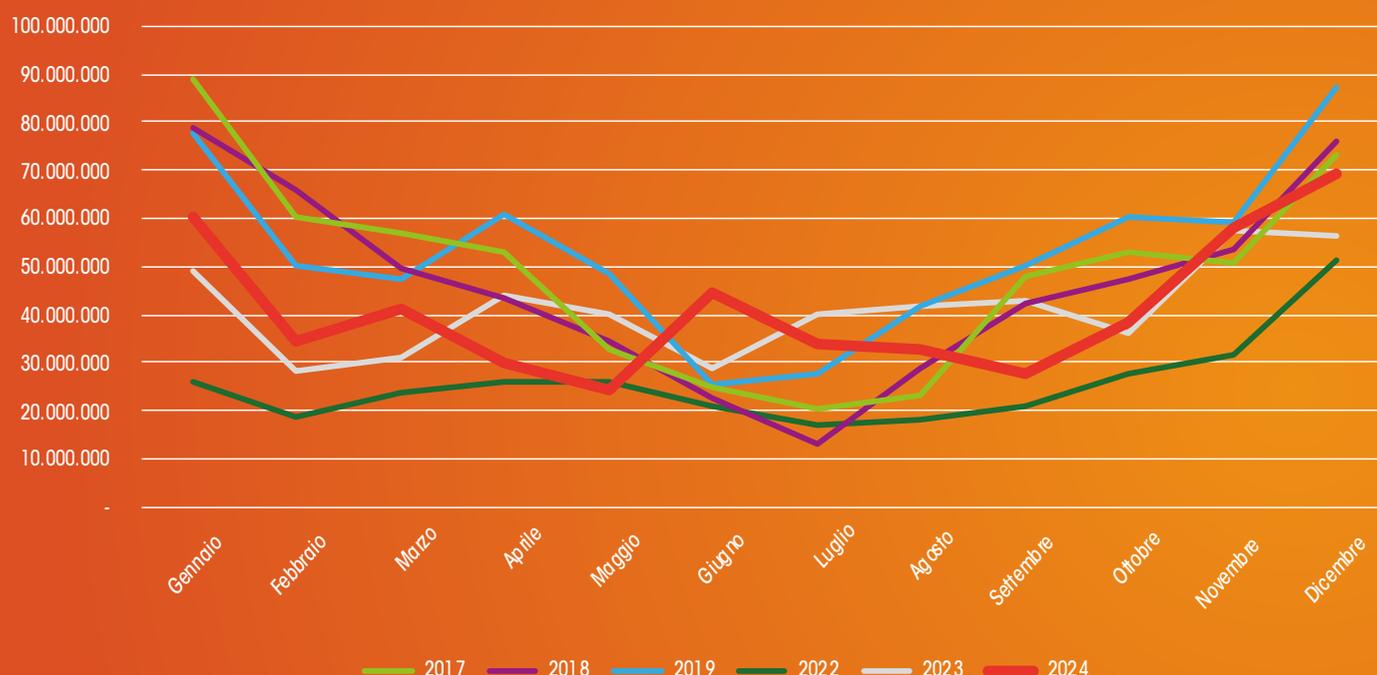
I FILM PIÙ VISTI: LO STRAPOTERE DEI FAMILY (E DEI SEQUEL/PREQUEL)

Sul fronte dei film più visti, il 2024 verrà ricordato per il trionfo XXXL di *Inside Out 2* (Disney) che, con 46,5 milioni di euro al botteghino, è stato non solo il maggior incasso del 2024, ma anche il quarto maggior incasso di tutti i tempi in Italia. Un successo epocale per le dimensioni avute, che da solo è valso il 9,4% del box office annuale.

Il 2024 ha visto, del resto, lo strapotere dei titoli family: oltre a *Inside Out 2*, nella prima metà della Top 10 trovia- ➤

Fig. 3

CONFRONTO INCASSI MENSILI CON ANNATE PRECEDENTI



Fonte: Cinetel

Fig. 4

I MAGGIORI INCASSI DEL 2024

TITOLO	DISTRIBUTORE	NAZ.	USCITA	INCASSI	PRESENZE
1 INSIDE OUT 2	DISNEY	USA	19/06/24	46.503.218 €	6.412.724
2 OCEANIA 2	DISNEY	USA	27/11/24	19.460.367 €	2.635.183
3 DEADPOOL & WOLVERINE	DISNEY	USA	24/07/24	18.074.174 €	2.272.600
4 CATTIVISSIMO ME 4	UNIVERSAL	USA	21/08/24	17.694.953 €	2.584.769
5 MUFASA : IL RE LEONE (1)	DISNEY	USA	19/12/24	14.719.084 €	1.892.436
6 KUNG FU PANDA 4	UNIVERSAL	USA	21/03/24	11.659.032 €	1.597.053
7 DUNE - PARTE 2	WARNER BROS. DISCOVERY	USA	28/02/24	10.060.688 €	1.248.786
8 IL GLADIATORE 2	EAGLE PICTURES	GBR	14/11/24	9.592.516 €	1.223.936
9 POVERE CREATURE!	DISNEY	GBR	25/01/24	9.285.982 €	1.303.375
10 IL RAGAZZO DAI PANTALONI ROSA (2)	EAGLE PICTURES	ITA	07/11/24	9.071.156 €	1.429.046
11 JOKER - FOLIE A DEUX	WARNER BROS. DISCOVERY	USA	02/10/24	7.739.780 €	982.147
12 PARTHENOPE	PIPERFILM/WB	COP	24/10/24	7.511.160 €	1.050.372
13 UN MONDO A PARTE	MEDUSA FILM	ITA	28/03/24	7.381.503 €	1.109.231
14 VENOM - THE LAST DANCE	EAGLE PICTURES	USA	24/10/24	7.281.512 €	913.905
15 IL RAGAZZO E L'AIRONE	LUCKY RED	JPN	01/01/24	6.945.331 €	952.882
16 DIAMANTI (3)	VISION/UNIVERSAL	ITA	19/12/24	6.534.131 €	890.837
17 IL ROBOT SELVAGGIO	UNIVERSAL	USA	10/10/24	6.524.190 €	945.070
18 IO E TE DOBBIAMO PARLARE (4)	01 DISTRIBUTION	ITA	19/12/24	6.487.529 €	849.569
19 TUTTI TRANNE TE	EAGLE PICTURES	USA	25/01/24	6.421.904 €	851.674
20 SUCCUDE ANCHE NELLE MIGLIORI FAMIGLIE	01 DISTRIBUTION	ITA	01/01/24	5.780.217 €	812.206
21 PERFECT DAYS	LUCKY RED	JPN	04/01/24	5.730.376 €	855.719
22 BEETLEJUICE BEETLEJUICE	WARNER BROS. DISCOVERY	GBR	05/09/24	5.279.258 €	816.442
23 WONKA	WARNER BROS. DISCOVERY	GBR	14/12/23	5.009.845 €	681.732
24 LA ZONA D'INTERESSE	I WONDER PICTURES	GBR	22/02/24	4.841.954 €	723.008
25 NAPOLI - NEW YORK	01 DISTRIBUTION	ITA	21/11/24	4.498.766 €	662.819
26 WISH	DISNEY	USA	21/12/23	4.475.519 €	652.405
27 CHALLENGERS	WARNER BROS. DISCOVERY	USA	24/04/24	4.380.744 €	593.600
28 GODZILLA E KONG - IL NUOVO IMPERO	WARNER BROS. DISCOVERY	USA	28/03/24	4.157.381 €	531.738
29 IT ENDS WITH US - SIAMO NOI A DIRE BASTA	EAGLE PICTURES	USA	21/08/24	3.942.704 €	563.406
30 GIURATO NUMERO 2	WARNER BROS. DISCOVERY	USA	14/11/24	3.932.266 €	553.311
31 I SOLITI IDIOTI 3 - IL RITORNO	MEDUSA FILM	ITA	25/01/24	3.919.805 €	504.322
32 C'E' ANCORA DOMANI	VISION/UNIVERSAL	ITA	26/10/23	3.919.003 €	616.416
33 BERLINGUER - LA GRANDE AMBIZIONE	LUCKY RED	COP	31/10/24	3.714.215 €	545.317
34 TERRIFIER 3	PLAION PICTURES	USA	07/11/24	3.611.481 €	443.645
35 WICKED - PARTE 1	UNIVERSAL	USA	21/11/24	3.492.382 €	452.305
36 PAST LIVES	LUCKY RED	USA	14/02/24	3.358.603 €	507.661
37 PARE PARECCHIO PARIGI	01 DISTRIBUTION	ITA	18/01/24	3.288.883 €	455.998
38 CORTINA EXPRESS	MEDUSA FILM	ITA	23/12/24	3.195.281 €	409.303
39 CONCLAVE	EAGLE PICTURES	GBR	19/12/24	3.098.085 €	413.081
40 COME PUO' UNO SCOGLIO	VISION/UNIVERSAL	ITA	28/12/23	3.005.070 €	420.719
41 BOB MARLEY- ONE LOVE	EAGLE PICTURES	GBR	22/02/24	2.950.663 €	394.664
42 ALIEN: ROMULUS	DISNEY	USA	14/08/24	2.947.685 €	374.070
43 SMILE 2	EAGLE PICTURES	USA	17/10/24	2.929.805 €	360.850
44 IL REGNO DEL PIANETA DELLE SCIMMIE	DISNEY	USA	08/05/24	2.915.564 €	390.307
45 GHOSTBUSTERS - MINACCIA GLACIALE	EAGLE PICTURES	USA	11/04/24	2.791.893 €	379.868
46 THE SUBSTANCE	I WONDER PICTURES	USA	30/10/24	2.703.727 €	356.904
47 ME CONTRO TE IL FILM - OPERAZIONE SPIE	WARNER BROS. DISCOVERY	ITA	30/05/24	2.602.629 €	433.118
48 UNO ROSSO	WARNER BROS. DISCOVERY	USA	07/11/24	2.459.829 €	326.043
49 THE HOLDOVERS - LEZIONI DI VITA	UNIVERSAL	USA	18/01/24	2.451.349 €	377.845
50 VERMIGLIO	LUCKY RED	COP	18/09/24	2.450.101 €	375.961
51 BACK TO BLACK	UNIVERSAL	GBR	18/04/24	2.325.234 €	312.147
52 BAD BOYS - RIDE OR DIE	EAGLE PICTURES	USA	13/06/24	2.273.613 €	322.635
53 50KM ALL'ORA	EAGLE PICTURES	COP	04/01/24	2.246.529 €	313.971
54 AQUAMAN E IL REGNO PERDUTO	WARNER BROS. DISCOVERY	USA	20/12/23	2.225.360 €	292.244
55 THE FALL GUY	UNIVERSAL	AUS	01/05/24	2.202.089 €	294.504
56 IDDU	01 DISTRIBUTION	COP	10/10/24	2.159.215 €	316.243
57 GARFIELD - UNA MISSIONE GUSTOSA	EAGLE PICTURES	USA	01/05/24	2.139.204 €	320.623
58 IF - GLI AMICI IMMAGINARI	EAGLE PICTURES	USA	16/05/24	2.069.626 €	332.882
59 THE BEEKEEPER	01 DISTRIBUTION	GBR	11/01/24	1.944.035 €	251.266
60 LA STANZA ACCANTO	WARNER BROS. DISCOVERY	ESP	05/12/24	1.896.557 €	277.142
61 CONFIDENZA	VISION/UNIVERSAL	ITA	24/04/24	1.837.976 €	273.664
62 CIVIL WAR	01 DISTRIBUTION	USA	18/04/24	1.832.753 €	248.674
63 TRAP	WARNER BROS. DISCOVERY	USA	07/08/24	1.798.613 €	239.991
64 LONGLEGS	BE WATER/MEDUSA	USA	31/10/24	1.781.082 €	225.977
65 UN ALTRO FERRAGOSTO	01 DISTRIBUTION	ITA	07/03/24	1.774.765 €	265.762
66 FURIOSA: A MAD MAX SAGA	WARNER BROS. DISCOVERY	AUS	23/05/24	1.734.192 €	246.857
67 EMMA E IL GIAGUARO NERO	01 DISTRIBUTION	FRA	22/02/24	1.713.027 €	258.062
68 ONE LIFE	EAGLE PICTURES	GBR	21/12/23	1.576.769 €	264.725
69 CATTIVISSIMI A NATALE	WARNER BROS. DISCOVERY	ITA	12/12/24	1.571.668 €	223.968
70 ROMEO E' GIULIETTA	VISION/UNIVERSAL	ITA	14/02/24	1.529.777 €	233.266
71 CATTIVERIE A DOMICILIO	BIM DISTRIBUZIONE	GBR	18/04/24	1.520.506 €	237.464
72 LA SALA PROFESSORI	LUCKY RED	DEU	29/02/24	1.505.357 €	243.855
73 TWISTERS	WARNER BROS. DISCOVERY	USA	17/07/24	1.479.715 €	202.363
74 SPEAK NO EVIL - NON PARLARE CON GLI SCONOSCIUTI	UNIVERSAL	GBR	11/09/24	1.475.698 €	255.741
75 SARO' CONTE	NEXO DIGITAL	ITA	04/05/24	1.441.853 €	120.485
76 MEGALOPOLIS	EAGLE PICTURES	USA	16/10/24	1.367.259 €	194.173
77 RACE FOR GLORY - AUDI VS. LANCIA	MEDUSA FILM	COP	14/03/24	1.341.500 €	181.487
78 MADAME WEB	EAGLE PICTURES	USA	14/02/24	1.326.015 €	176.962
79 ENEA	VISION/UNIVERSAL	ITA	11/01/24	1.238.661 €	180.932
80 CAMPO DI BATTAGLIA	01 DISTRIBUTION	ITA	05/09/24	1.233.560 €	216.237
81 DIECI MINUTI	VISION/UNIVERSAL	ITA	25/01/24	1.220.920 €	189.012
82 KINDS OF KINDNESS	DISNEY	GBR	06/06/24	1.213.402 €	232.977
83 A QUIET PLACE - GIORNO 1	EAGLE PICTURES	USA	27/06/24	1.200.172 €	162.055
84 IL SEGRETO DI LIBERATO	BE WATER/MEDUSA	ITA	09/05/24	1.146.695 €	132.258
85 LA PROFEZIA DEL MALE	EAGLE PICTURES	USA	09/05/24	1.119.863 €	144.368
86 INTER. DUE STELLE SUL CUORE	NEXO DIGITAL	ITA	19/09/24	1.101.381 €	91.734
87 OMEN - L'ORIGINE DEL PRESAGIO	DISNEY	USA	04/04/24	1.085.648 €	139.483
88 UNA TERAPIA DI GRUPPO	WARNER BROS. DISCOVERY	ITA	21/11/24	1.070.570 €	153.112
89 INTERSTELLAR - 10MO ANNIVERSARIO	WARNER BROS. DISCOVERY	USA	11/11/24	1.055.196 €	133.036
90 KRAVEN - IL CACCIATORE	EAGLE PICTURES	USA	11/12/24	991.530 €	127.990
91 IL TEMPO CHE CI VUOLE	01 DISTRIBUTION	COP	26/09/24	974.163 €	153.149
92 IL FANTASMA DI CANTERVILLE	ADLER	GBR	18/01/24	969.982 €	150.556
93 NIGHT SWIM	UNIVERSAL	USA	22/02/24	909.307 €	113.668
94 ANATOMIA DI UNA CADUTA	TEODORA FILM	FRA	26/10/23	896.276 €	147.562
95 WONDER - WHITE BIRD	MEDUSA/NOTORIOUS	USA	04/01/24	884.856 €	142.158
96 SANTOCIELO	MEDUSA FILM	ITA	14/12/23	844.987 €	119.842
97 ARGYLLE - LA SUPER SPIA	UNIVERSAL	GBR	01/02/24	838.386 €	113.496
98 IL CORVO	EAGLE PICTURES	GBR	28/08/24	834.760 €	134.306
99 TRANSFORMERS ONE	EAGLE PICTURES	USA	26/09/24	821.949 €	115.024
100 PRISCILLA	VISION/UNIVERSAL	ITA	27/03/24	812.838 €	117.539

Incassi al momento di andare in stampa al 10 gennaio 2025: (1) 19.545.547 euro, (2) 9.129.030 euro, (3) 11.078.222 euro, (4) 8.799.666 euro

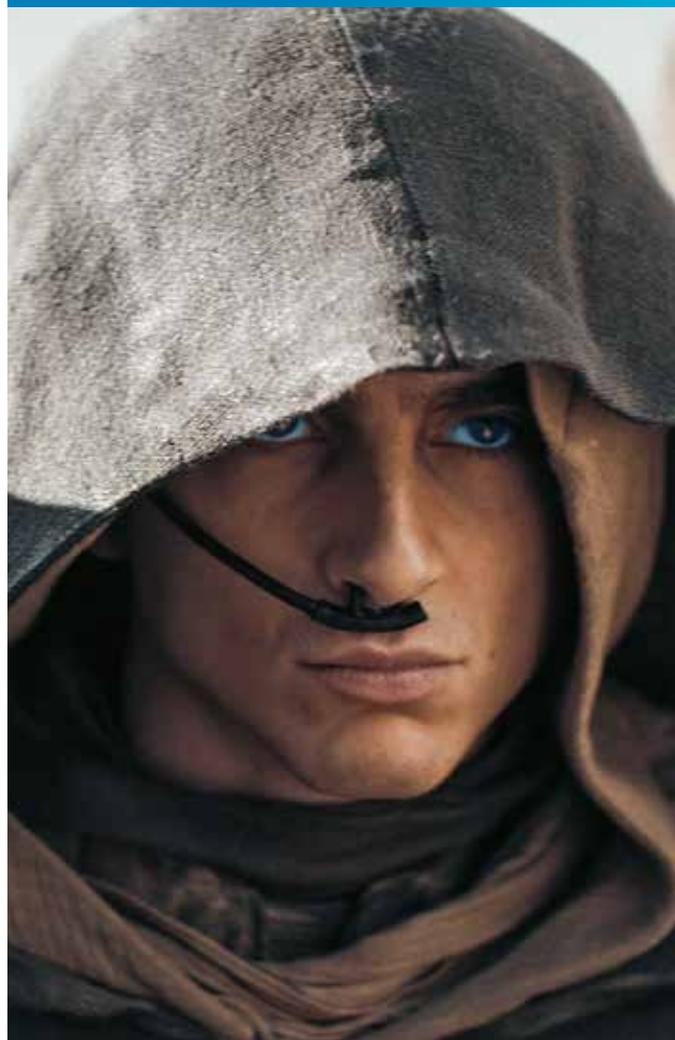
Fonte: Cinetel

mo infatti *Oceania 2* (19,5 milioni; Disney), *Cattivissimo Me 4* (17,7 milioni; Universal), *Mufasa: Il Re Leone* (14,7 milioni; Disney) e *Kung Fu Panda 4* (11,7 milioni; Universal).

Importante anche la medaglia di bronzo vinta da *Deadpool & Wolverine* (sempre Disney) che, con i suoi 18 milioni di euro, ha dimostrato che i cinecom, se con una chiara identità, hanno ancora il loro appeal.

Gli altri maggiori risultati dell'anno sono stati poi: lo sci-fi *Dune - Parte 2* (10 milioni di euro; Warner), la scommessa de *Il Gladiatore 2* di Ridley Scott (9,5 milioni di euro; Eagle), il Leone d'oro di Venezia *Povere creature!* dell'autore-regista Yorgos Lanthimos con Emma Stone (9,3 milioni di euro; Disney) e la produzione nazionale *Il ragazzo dai pantaloni rosa* (9 milioni di euro; Eagle).

Se il 2023 aveva visto l'intero podio occupato da titoli originali, non appartenenti a franchise cinematografiche già note (i già citati *C'è ancora domani*, *Barbie*, *Oppenheimer*), nel 2024 gli unici due titoli non legati a saghe già esistenti si trovano al nono e decimo posto, appunto il raffinato film arthouse *Povere creature!* e il commovente (ma mai melenso; anzi molto fresco nello stile) *Il ragazzo dai pantaloni rosa*.



MERCATI A CONFRONTO: I DATI DEL 2024



ITALIA

Incassi:
493.977.852 euro
Presenze: **69,7 milioni**
Quota di mercato
delle produzioni nazionali:
24,6%
Variazione % sul 2023:
-0,4%

Fonte: Cinetel



SPAGNA

Incassi:
479.518.962 euro
Presenze: **71,4 milioni**
Quota di mercato
delle produzioni nazionali:
18%
Variazione % sul 2023:
-2,2%

Fonte: Comscore



FRANCIA

Presenze:
181,3 milioni
Quota di mercato
delle produzioni nazionali:
44,4%
Variazione % sul 2023:
+0,5

Fonte: CNC

Emma Stone in *Povere Creature!* (9,3 milioni di euro). Sotto, Timothée Chalamet in *Dune - Parte 2*

Fig. 5

I FILM ITALIANI DI MAGGIORE SUCCESSO NEL 2024

TITOLO	DISTRIBUTORE	NAZ.	USCITA	INCASSI	PRESENZE
1 IL RAGAZZO DAI PANTALONI ROSA (1)	EAGLE PICTURES	ITA	07/11/24	9.071.156 €	1.429.046
2 PARTHENOPE	PIPERFILM/WB	COP	24/10/24	7.511.160 €	1.050.372
3 UN MONDO A PARTE	MEDUSA FILM	ITA	28/03/24	7.381.503 €	1.109.231
4 DIAMANTI (2)	VISION/UNIVERSAL	ITA	19/12/24	6.534.131 €	890.837
5 IO E TE DOBBIAMO PARLARE (3)	01 DISTRIBUTION	ITA	19/12/24	6.487.529 €	849.569
6 SUCCEDA ANCHE NELLE MIGLIORI FAMIGLIE	01 DISTRIBUTION	ITA	01/01/24	5.780.217 €	812.206
7 NAPOLI - NEW YORK	01 DISTRIBUTION	ITA	21/11/24	4.498.766 €	662.819
8 I SOLITI IDIOTI 3 - IL RITORNO	MEDUSA FILM	ITA	25/01/24	3.919.805 €	504.322
9 C'E' ANCORA DOMANI	VISION/UNIVERSAL	ITA	26/10/23	3.919.003 €	616.416
10 BERLINGUER - LA GRANDE AMBIZIONE	LUCKY RED	COP	31/10/24	3.714.215 €	545.317
11 PARE PARECCHIO PARIGI	01 DISTRIBUTION	ITA	18/01/24	3.288.883 €	455.998
12 CORTINA EXPRESS	MEDUSA FILM	ITA	23/12/24	3.195.281 €	409.303
13 COME PUO' UNO SCOGLIO	VISION/UNIVERSAL	ITA	28/12/23	3.005.070 €	420.719
14 ME CONTRO TE IL FILM - OPERAZIONE SPIE	WARNER BROS. ITALIA	ITA	30/05/24	2.602.629 €	433.118
15 VERMIGLIO	LUCKY RED	COP	18/09/24	2.450.101 €	375.961
16 50KM ALL'ORA	EAGLE PICTURES	COP	04/01/24	2.246.529 €	313.971
17 IDDU	01 DISTRIBUTION	COP	10/10/24	2.159.215 €	316.243
18 CONFIDENZA	VISION/UNIVERSAL	ITA	24/04/24	1.837.976 €	273.664
19 UN ALTRO FERRAGOSTO	01 DISTRIBUTION	ITA	07/03/24	1.774.765 €	265.762
20 CATTIVISSIMI A NATALE	WARNER BROS. ITALIA	ITA	12/12/24	1.571.668 €	223.968
21 ROMEO E' GIULIETTA	VISION/UNIVERSAL	ITA	14/02/24	1.529.777 €	233.266
22 SARO' CON TE	NEXO DIGITAL	ITA	04/05/24	1.441.853 €	120.485
23 RACE FOR GLORY - AUDI VS. LANCIA	MEDUSA FILM	COP	14/03/24	1.341.500 €	181.487
24 ENEA	VISION/UNIVERSAL	ITA	11/01/24	1.238.661 €	180.932
25 CAMPO DI BATTAGLIA	01 DISTRIBUTION	ITA	05/09/24	1.233.560 €	216.237
26 DIECI MINUTI	VISION/UNIVERSAL	ITA	25/01/24	1.220.920 €	189.012
27 IL SEGRETO DI LIBERATO	BE WATER/MEDUSA	ITA	09/05/24	1.146.695 €	132.258
28 INTER. DUE STELLE SUL CUORE	NEXO DIGITAL	ITA	19/09/24	1.101.381 €	91.734
29 UNA TERAPIA DI GRUPPO	WARNER BROS. ITALIA	ITA	21/11/24	1.070.570 €	153.112
30 IL TEMPO CHE CI VUOLE	01 DISTRIBUTION	COP	26/09/24	974.163 €	153.149
31 SANTOCIELO	MEDUSA FILM	ITA	14/12/23	844.987 €	119.842
32 PRISCILLA	VISION/UNIVERSAL	ITA	27/03/24	812.838 €	117.539
33 ZAMORA	01 DISTRIBUTION	ITA	04/04/24	793.184 €	126.576
34 ENNIO DORIS - C'E' ANCHE DOMANI	MEDUSA FILM	ITA	15/04/24	763.397 €	108.974
35 FINO ALLA FINE	01 DISTRIBUTION	ITA	31/10/24	729.542 €	101.972
36 VOLARE	FANDANGO	ITA	22/02/24	675.755 €	107.434
37 ETERNO VISIONARIO	01 DISTRIBUTION	COP	07/11/24	631.603 €	101.787
38 GLORIA!	01 DISTRIBUTION	ITA	11/04/24	630.157 €	102.837
39 CARACAS	VISION/UNIVERSAL	ITA	29/02/24	599.639 €	88.765
40 IO CAPITANO	01 DISTRIBUTION	COP	07/09/23	519.753 €	101.983
41 LA VITA ACCANTO	01 DISTRIBUTION	ITA	22/08/24	516.648 €	86.551
42 LA CHIMERA	01 DISTRIBUTION	ITA	23/11/23	504.226 €	84.874
43 RICOMINCIO DA TAAAC	MEDUSA FILM	ITA	26/09/24	498.298 €	72.111
44 FOOD FOR PROFIT	MESCALITO FILM	ITA	27/02/24	490.130 €	70.962
45 PALAZZINA LAF	BIM DISTRIBUTIONE	ITA	30/11/23	481.091 €	86.487
46 FAMILIA	MEDUSA FILM	ITA	02/10/24	462.073 €	74.535
47 L'ULTIMA SETTIMANA DI SETTEMBRE	MEDUSA FILM	ITA	12/09/24	458.458 €	90.554
48 L'ULTIMA VOLTA CHE SIAMO STATI BAMBINI	MEDUSA FILM	ITA	12/10/23	418.181 €	98.115
49 COME FAR LITIGARE MAMMA E PAPA'	WARNER BROS. ITALIA	ITA	11/09/24	416.035 €	83.069
50 FINALMENTE L'ALBA	01 DISTRIBUTION	ITA	14/02/24	415.586 €	66.374

Incassi al momento di andare in stampa al 10 gennaio 2025: (1) 9.129.030 euro, (2) 11.078.222 euro, (3) 8.799.666 euro

Fonte: Cinetel

Fig. 6



Fonte: Cinetel

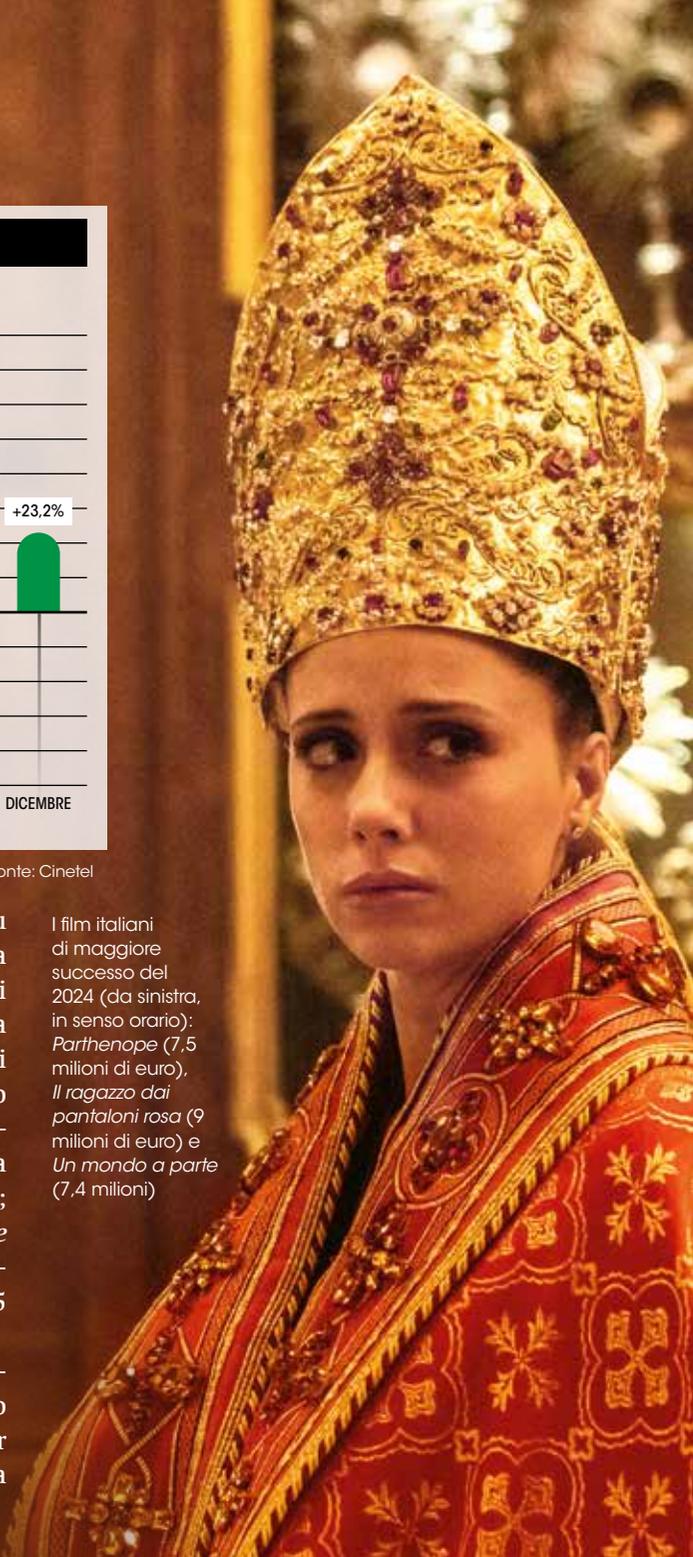
UN CINEMA ITALIANO PIÙ EQUILIBRATO E DIVERSIFICATO

A proposito di cinema italiano, le produzioni nazionali hanno nel complesso ottenuto una bella performance in questo 2024. Se nel 2023 Paola Cortellesi aveva raccolto da sola il 27,2% degli incassi dei film italiani, questo 2024 è stato più equilibrato, con più titoli che hanno messo a segno risultati importanti. Tra questi: il già menzionato *Il ragazzo dai pantaloni rosa* (Eagle; 9 milioni di euro), toccante racconto della storia vera di Andrea Spezzacatena, 15enne morto suicida dopo episodi di bullismo; il nuovo film di Sorrentino *Parthenope* (7,5 milioni; PiperFilm) che

è riuscito a intercettare il pubblico più giovane (vedi pag.50); la commedia a sfondo sociale *Un mondo a parte* di Riccardo Milani (7,4 milioni; Medusa Film); il ritorno su grande schermo di un regista molto amato dal pubblico quale Ferzan Özpetek con *Diamanti* (uscito il 19 dicembre e arrivato a 6,5 milioni in poco più di 10 giorni; Vision); la commedia natalizia *Io e te dobbiamo parlare* con Siani e Pieraccioni insieme per la prima volta (6,5 milioni; 01 Distribution).

Nel complesso i film italiani – co-produzioni incluse – hanno totalizzato 121,4 milioni di euro al box office per 17,8 milioni di presenze: si è riusciti a

I film italiani di maggiore successo del 2024 (da sinistra, in senso orario): *Parthenope* (7,5 milioni di euro), *Il ragazzo dai pantaloni rosa* (9 milioni di euro) e *Un mondo a parte* (7,4 milioni)



CANDIDATURA
AI GOLDEN GLOBE®
MIGLIOR ATTRICE IN
UN FILM DRAMMATICO

VINCITRICE COPPA VOLPI
MIGLIORE INTERPRETAZIONE FEMMINILE



"LE 50 SFUMATURE DI NICOLE"

Best Movie



"NICOLE È AUDACE E SELVAGGIA"

Vogue

NICOLE KIDMAN

Babygirl

SCRITTO E DIRETTO DA
HALINA REIJN

DAL 30 GENNAIO
AL CINEMA



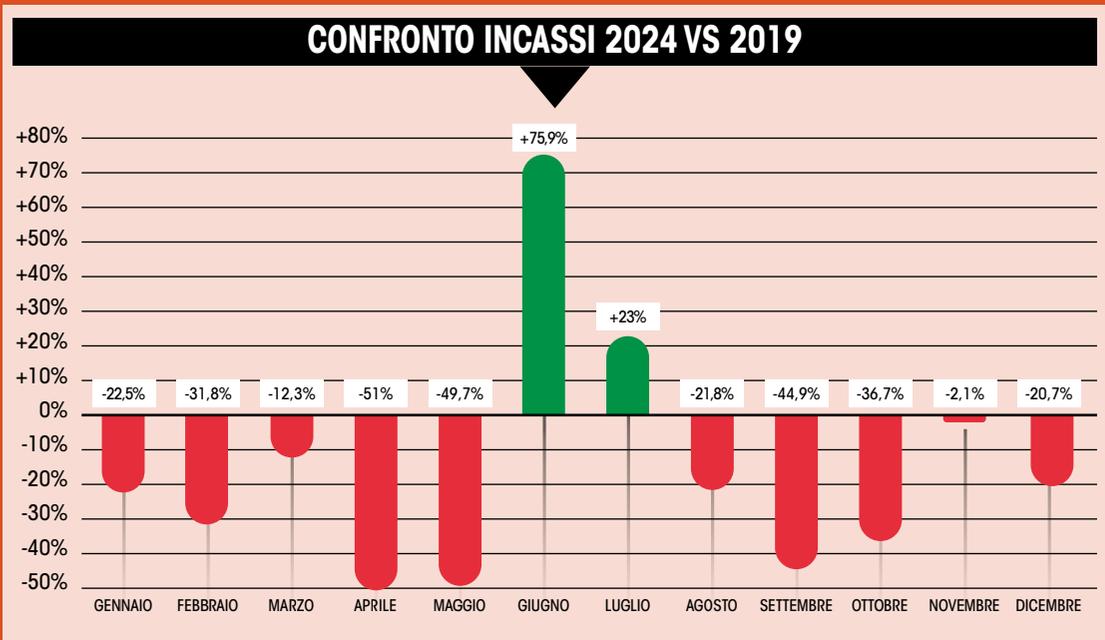
raggiungere i numeri del 2023 (+0,6% sugli incassi e -2,2% sulle presenze), *annus mirabilis* grazie a Cortellesi. Ma soprattutto si è quasi azzerata la forbice col pre-Covid: solo -0,5% sugli incassi e -7% sulle presenze sulla media 2017-18-19.

Davvero un bel risultato per il cinema italiano (sebbene rimanga troppo alto il numero di film usciti: 465, di cui addirittura 186 documentari, un'offerta che il mercato non può fisiologicamente assorbire). Un cinema italiano che, oltre a vantare eccellenze d'autore (oltre a Sorrentino, Özpetek, Salvatores, da citare il piccolo-grande successo di *Vermiglio* premiato non solo al Festival di Venezia ma anche dal pubblico con un botteghino da 2,4 milioni di euro), sta cercando di costruire prodotti di qualità pensati per parlare al pubblico. Anche un pubblico giovane, vincendo – come ha fatto *Il ragazzo dai pantaloni rosa* – un certo pregiudizio verso i film nazionali da parte dei nostri ragazzi.

Sotto, *Diamanti* che, uscito il 19 dicembre, ha incassato 6,5 milioni di euro nel solo 2024



Fig. 7



Fonte: Cinetel

LA CARICA DEI GIOVANI

I giovani, appunto. Ne abbiamo parlato approfonditamente nell'articolo a pag.18, ma lo vogliamo ripetere anche qui: nel dopo pandemia sono stati gli under 25 a tornare con più convinzione in sala, e nel 2024 il contributo dei giovani è stato di gran peso: il numero di ingressi per questo segmento di pubblico (3-24 anni) è stato del 42,6% del totale.

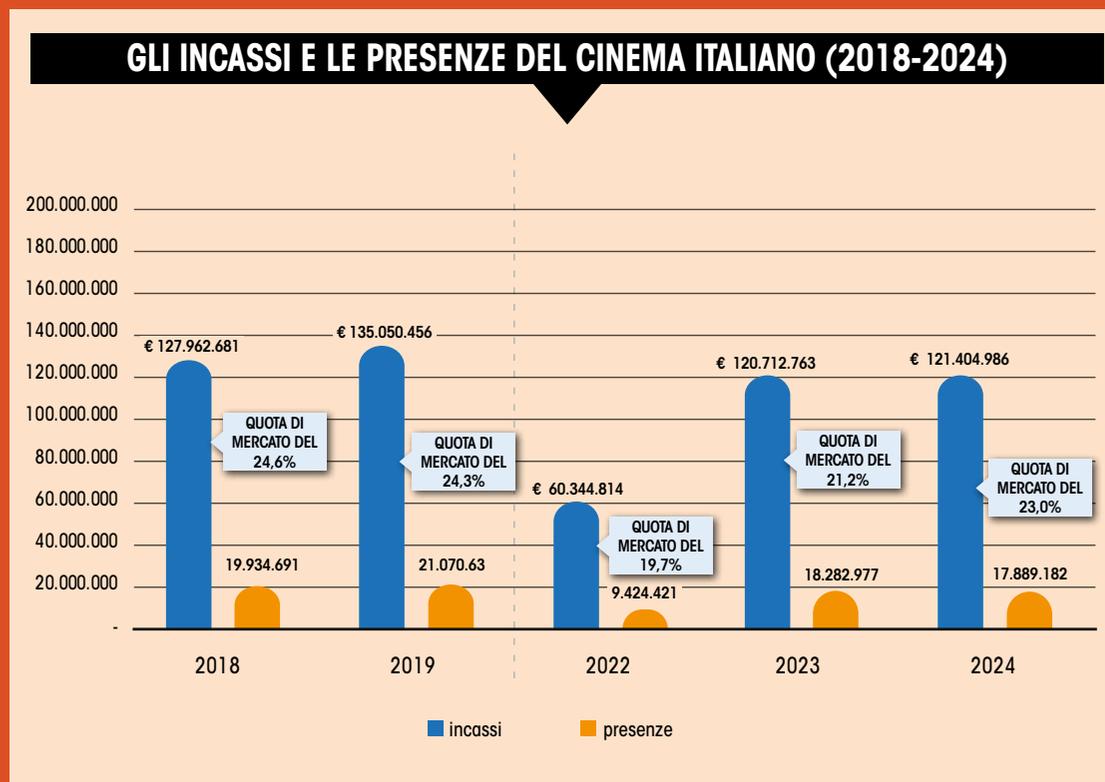
I giovani sono diventati lo zoccolo duro del pubblico theatrical italiano, e il loro interesse non è limitato come si pensa erroneamente ai cinecomic, action ed horror hollywoodiani ma comprende anche certo cinema italiano (se confezionato pensando a loro) e certo cinema

arthouse (che sperimenta col linguaggio cinematografico e riesce a risuonare nel presente come *Povere creature!* o *La zona di interesse*, o che sconfinava anche nel genere come *The Substance*).

L'ESTATE DA RECORD. UN OTTIMO NATALE

Altra conferma validata dal 2024 è questa: finalmente anche in Italia, l'estate può essere un periodo caldo – perfino bollente – per il box office. Con i suoi 110,8 milioni di euro raccolti da giugno ad agosto, quella del 2024 è stata l'estate migliore di sempre (in parte ha contribuito anche la campagna del MiC di Cinema Revolution). Le uscite in day & ➤

Fig. 8



Fonte: Cinetel

UN NUOVO TIPO DI STORIA D'AMORE DAI CREATORI DI **BARBARIAN**

TROVA QUALCUNO FATTO APPOSTA PER TE
Companion

NEW LINE CINEMA PRESENTA
UNA PRODUZIONE BOULDERLIGHT PICTURES IN ASSOCIAZIONE CON VERTIGO ENTERTAINMENT/SUBCONSCIOUS "COMPANION" SOPHIE THATCHER JACK OVAID LUKAS GAGE MEGAN SURI
HARVEY GUILLEN & RUPERT FRIEND CASTING DI NANCY NAVOTZ C.S.A. SUPERVISORE ROB LOWRY MUSICHE DI HRISHUKESH HIRWAY COSTUME VANESSA PORTER MONTAGGIO DI BRETT W. BACHMAN JOSH ETHIER, ACE
SCENEGRAFIA DI SCOTT KUZIO DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA ELLI BORN PRODUZIONE DI TRACY ROSENBLUM JAMIE BUCKNER PRODOTTORE DI RAPHAEL MARGULES J.D. LIFSHITZ ZACH CREGGER ROY LEE SCRITTO DA DREW HANCOCK

NEW LINE CINEMA

BOULDERLIGHT PICTURES

VERTIGO

DAL 30 GENNAIO AL CINEMA

VIVILO IN **IMAX**

WARNERBROS.IT

WARNER BROS. PICTURES

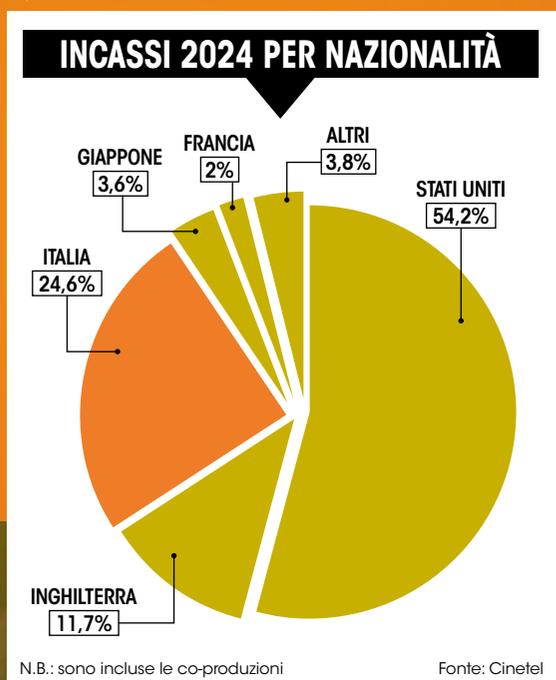
WARNER BROS. PICTURES

14+

date con gli Usa dei principali blockbuster estivi sono oramai assodate perché il pubblico italiano ha dimostrato di affollare le sale anche nei mesi caldi. Sul fronte estivo rimane d'altro canto la criticità del cinema italiano che rimane ancora estremamente marginale in questo periodo (quota del 7,2%), a differenza per esempio del mercato spagnolo dove a luglio esce sempre una commedia family popolare in grado di attrarre il grande pubblico (quest'anno è stata la volta di *Padre no hay mas que uno 4* con il famoso comico Santiago Segura, distribuito da Sony il 17 luglio, che ha incassato oltre 12 milioni di euro diventando il maggior risultato per una produzione nazionale del 2024).



Fig. 9



A un'estate da record, poi c'è da aggiungere anche un ottimo Natale (+28% sull'anno precedente) grazie alle belle performance di *Mufasa*, ma anche e soprattutto dei film italiani che sotto le feste hanno raggiunto una quota di mercato del 45%.

L'ANNO DI DISNEY. MA ANCHE DELLA CRESCITA DI EAGLE E LUCKY RED

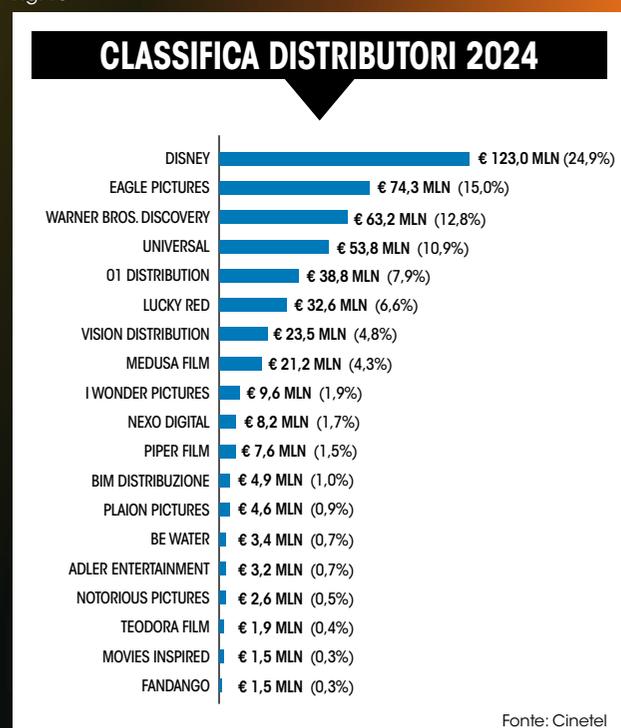
I numeri parlano chiaro: il 2024 è stato l'anno di Disney che, con un botteghino di 123 milioni di euro, ha totalizzato un quarto dell'intero box office. Secondo miglior distributore è stato Eagle che,

forte dei listini di Sony e Paramount e di scelte azzeccate come *Il ragazzo dai pantaloni rosa*, ha registrato incassi per 74,3 milioni di euro, con una crescita del 56% sul 2023, e una quota di mercato oramai del 15%. Chiude il podio Warner con 63,2 milioni di euro e un peso del 12,8% sugli incassi totali. A seguire, Universal con 53,8 milioni di euro (quota di quasi l'11%); 01 Distribution con 38,8 milioni (quota del 7,9%; numeri tendenzialmente in linea col 2023) e Lucky Red con un exploit di 32,6 milioni e una quota del 6,6%, ovvero una straordinaria crescita di quasi il +150% sul 2023.



© Disney/Pixar (1); Illumination Entertainment/Universal Pictures (1); Marvel Studios/Disney (1); Walt Disney Animation Studios (1); DreamWorks Animation/Universal Pictures (1); Walt Disney Pictures (1); Legendary Entertainment/Warner Bros. Discovery (1); Searchlight Pictures/Disney (1); Gianni Fiorito/PiperFilm (1); Medusa Film (1); Eagle Pictures (2); Lucky Red (1)

Fig. 10



A destra *Il Gladiatore 2* (9,6 milioni di euro) e, in alto, *Il ragazzo e l'airone* (6,9 milioni)



MOSTRA INTERNAZIONALE
D'ARTE CINEMATOGRAFICA
LA BIENNALE DI VENEZIA 2024
Selezione Ufficiale

GRØENLANDIA, PIPERFILM E RAI CINEMA
PRESENTANO

DIVA FUTURA

SCRITTO E DIRETTO DA
GIULIA LOUISE STEIGERWALT

UNA PRODUZIONE GRØENLANDIA E PIPERFILM CON RAI CINEMA IN COLLABORAZIONE CON NETFLIX

PIETRO CASTELLITTO BARBARA RONCHI DENISE CAPEZZA TESA LITVAN LIDIJA KORDIĆ DAVIDE IACHINI MARCO IERMANÒ

SOGGETTO E SCENEGGIATURA GIULIA LOUISE STEIGERWALT CASTING DIRECTOR SARA CASANI U.I.C.D. MONTAGGIO GIANNI VEZZOSI FOTOGRAFIA VLADAN RADOVIC MUSICHE MICHELE BRAGA SCENOGRAFIA CRISTINA DEL ZOTTO COSTUMI ANDREA CAVALLETTO

MAKE UP DESIGNER ALESSANDRA VITA HAIR DESIGNER DONATELLA BORGHESI PROSTHETIC DESIGNER VALENTINA VISINTIN FONICO DI PRESA DIRETTA MAURIZIO ARGENTIERI

SUPERVISING SOUND MIRKO PERRI GIULIO PREVI SOUND RE-RECORDING MIXER MICHELE MAZZUCCO DIRETTORE DI PRODUZIONE GIANNI EDUARDO LIBROBUONO AIUTO REGIA EDOARDO FRANCESCO MARINI

ORGANIZZATORE GENERALE MICHELE OTTAGGIO PRODUTTRICE ASSOCIATA GRETA SCARANO RESPONSABILE EDITORIALE ALESSIA POLLI

PRODUTTORE ESECUTIVO PAOLO LUCARINI PRODUTTRICE DELEGATA CAMILLA FAVA DEL PIANO UNA PRODUZIONE GRØENLANDIA E PIPERFILM CON RAI CINEMA IN COLLABORAZIONE CON NETFLIX

PRODOTTO DA MATTEO ROVERE SCRITTO E DIRETTO DA GIULIA LOUISE STEIGERWALT

DAL 6 FEBBRAIO AL CINEMA



PARTHENOPE, L'ELEGANZA DI UN SUCCESSO

RIPERCORRIAMO I NUMERI REGISTRATI DALL'ULTIMO FILM DI PAOLO SORRENTINO (MAGGIORE INCASSO DEL REGISTA) E IL SUO LUNGO PERCORSO IN SALA, SOFFERMANDOCI SUI DIVERSI SEGMENTI DI PUBBLICO, SULLE MIGLIORI PERFORMANCE IN SALA E SUI TREND ATTORNO AL FILM

di Marco Cacioppo

Con quasi 8 milioni di incasso al botteghino *Parthenope* è il film di Paolo Sorrentino che ha incassato di più nei cinema italiani, superando *Loro* (6,8 milioni di euro, ottenuti però sommando *Loro 1* e *Loro 2*) e *La grande bellezza* (7,2 milioni), finora il più redditizio fra i suoi. Di *Parthenope* – la storia di una donna (per di più interpretata dall'esordiente Celeste Dalla Porta) dalla sua nascita all'età adulta sullo sfondo di una Napoli misteriosa, onirica e piena di contrasti – si è iniziato a discutere a partire dalla sua presentazione in concorso al Festival di Cannes a maggio 2024, dividendo il pubblico e scatenando il dibattito attorno a questo titolo. Un confronto che è poi proseguito nei mesi successivi fino all'uscita del film nei cinema italiani, ufficialmente avvenuta il 24 ottobre 2024. In realtà la release ufficiale del film è stata anticipata da una serie di anteprime di mezzanotte (di solito riservate a prodotti più di genere) in alcuni capoluoghi selezionati alla presenza del regista e del cast, a volte



PARTHENOPE

Regia:

Paolo Sorrentino

Data di uscita:

24 ottobre 2024

Produzione:

Fremantle, The Apartment Pictures e Pathé in associazione con Numero 10, in associazione con PiperFilm e Saint Laurent.

Distribuzione:

PiperFilm

Incasso complessivo:

7.524.845 euro*

Presenze complessive:

1.052.536*

*dato aggiornato al 08/01/2025

accompagnati da ospiti illustri e content creator molto seguiti, che hanno attirato oltre allo zoccolo duro dei cinefili anche un pubblico molto più giovane rispetto a quello che normalmente ci si aspetterebbe da un film di Sorrentino.

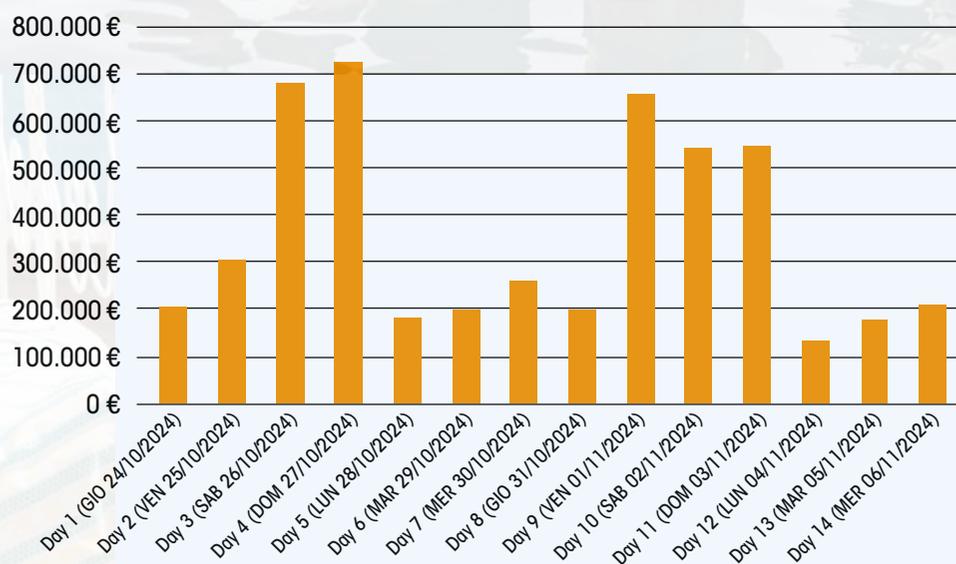
Tralasciando per una volta il caso di *C'è ancora domani* (non certo paragonabile a *Parthenope* per tipologia di film), questa strategia, che è andata avanti anche dopo il lancio ufficiale attraverso

canali promozionali sia tradizionali sia non così scontati per un autore del calibro di Sorrentino, con il coinvolgimento diretto del regista, che si è speso in numerose attività sul territorio, e del suo giovane cast, ha finito col produrre risultati eccezionali, sicuramente non comuni per il mercato italiano.

Come si può osservare dai dati riportati in queste pagine, che prendono in esame il periodo delle prime quattro >



GLI INCASSI GIORNALIERI



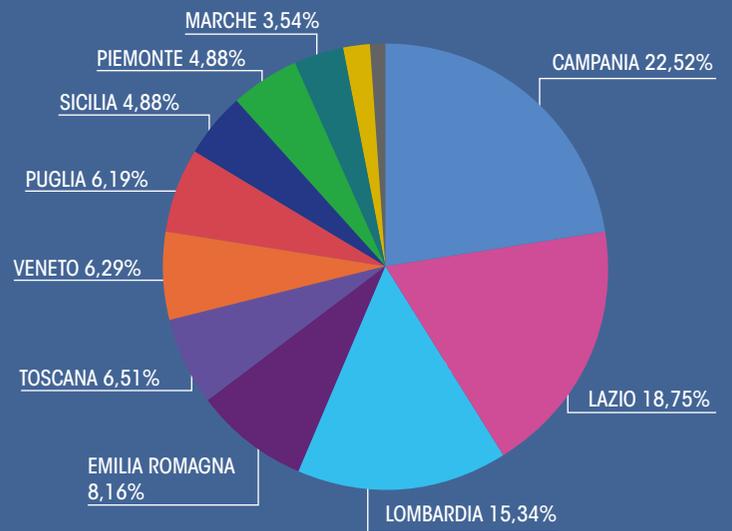
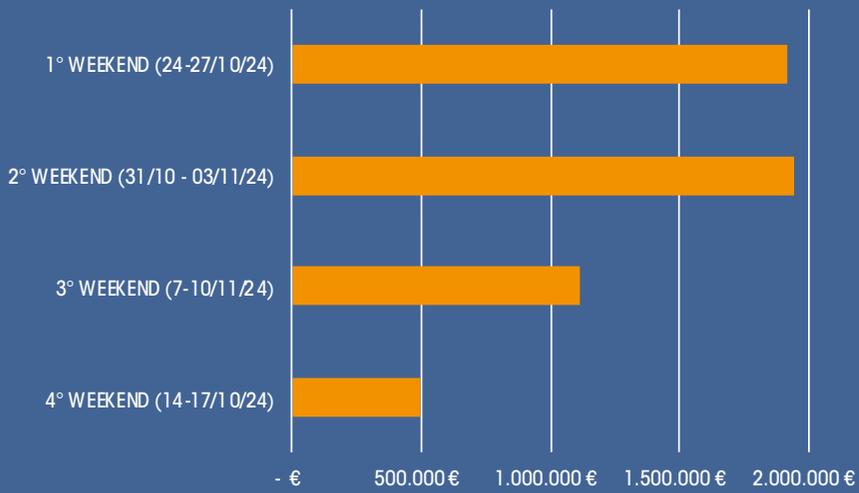
Fonte: PiperFilm/Cinetel

CASE STUDY



GLI INCASSI DEL WEEKEND

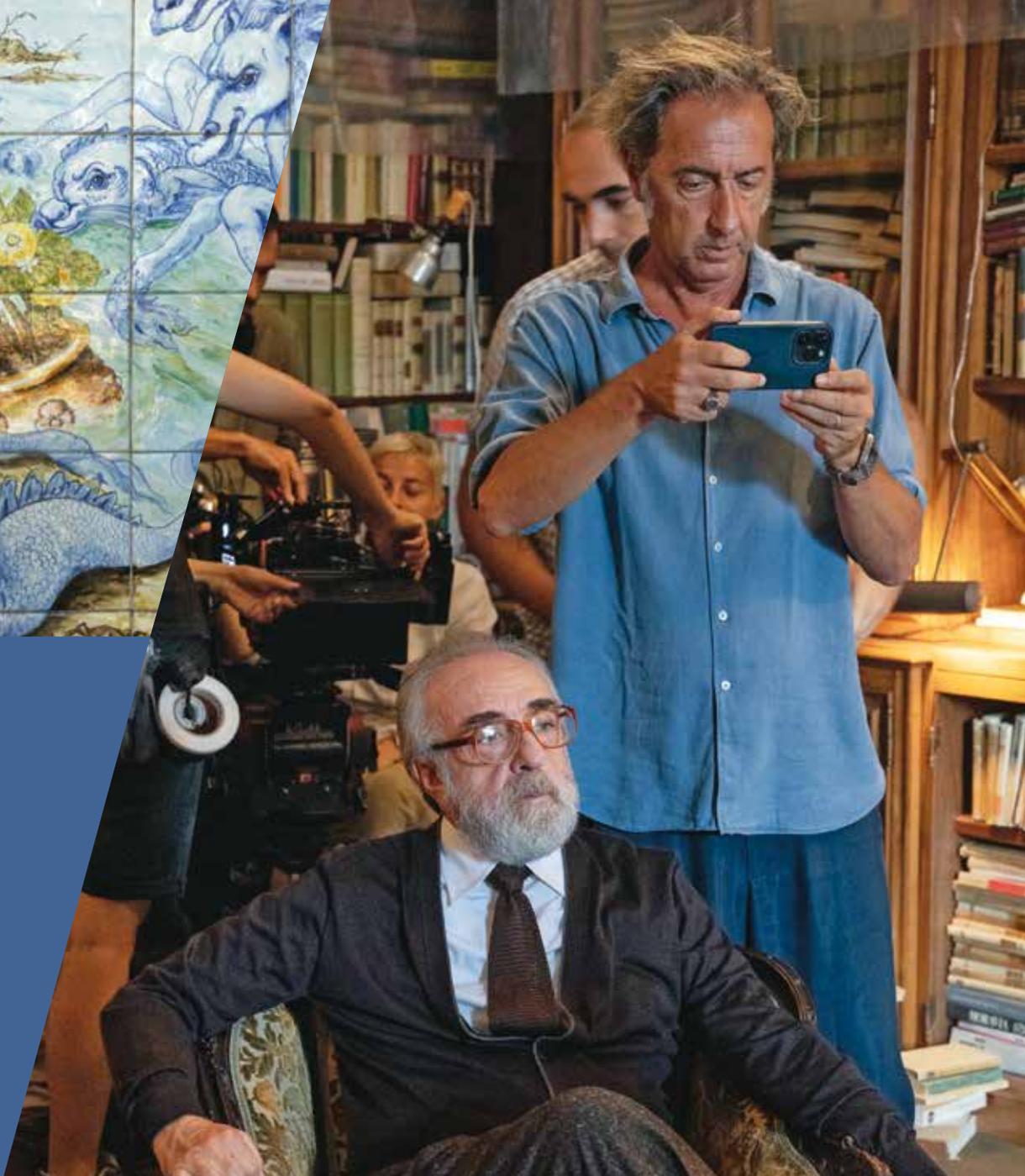
GLI INCASSI REGIONALI



Fonte: PiperFilm/Cinetel

Fonte: PiperFilm/Cinetel





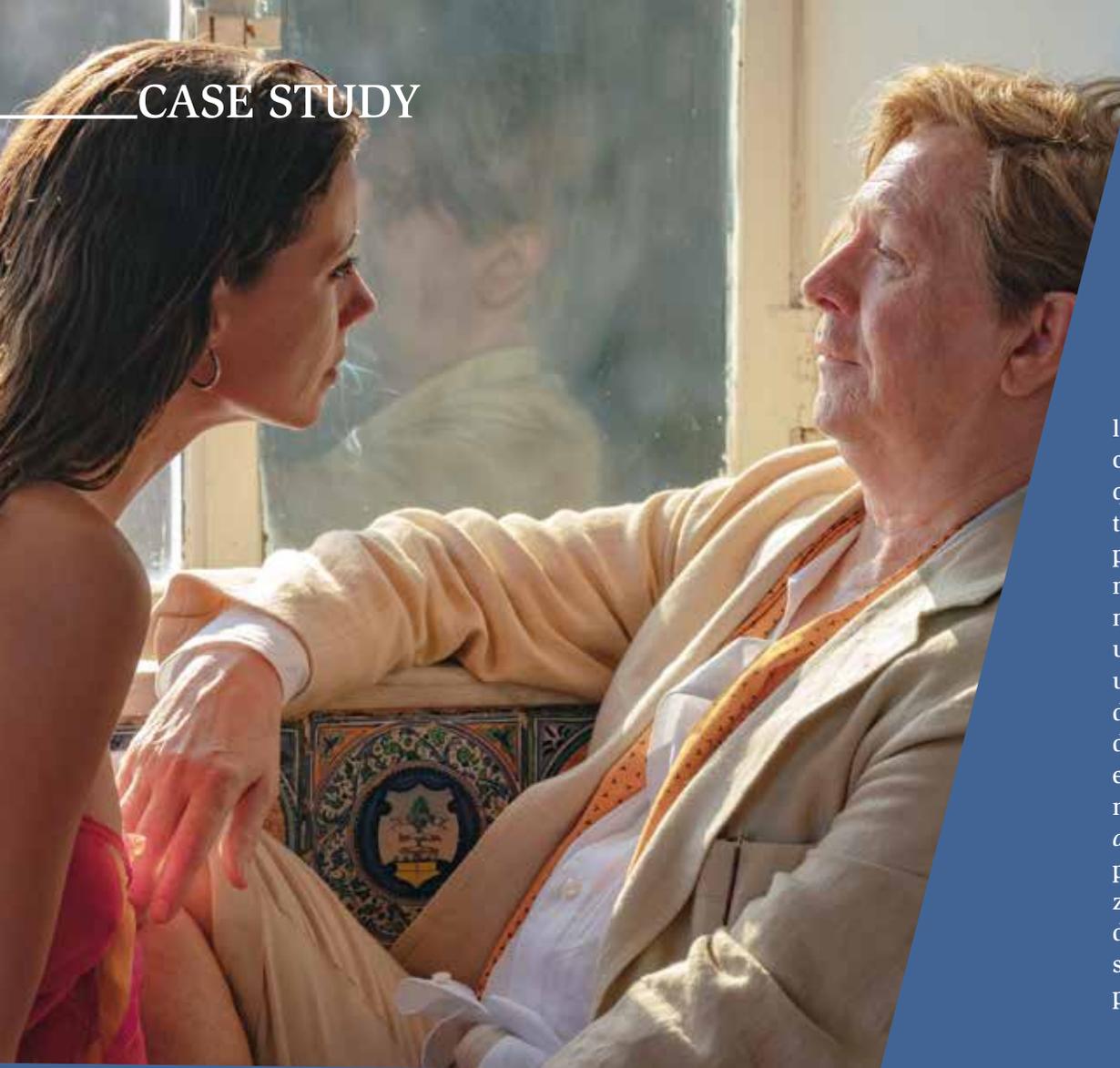
settimane di distribuzione, le fasce di età che hanno maggiormente risposto con convinzione a *Parthenope* sono state quelle compresa tra i 35 e i 49 anni (il 23%) e, ancora più sorprendente, tra i 15 e i 24 anni (il 21%), con una prevalenza femminile (del 55%) rispetto a quella maschile (del 45%). Si può anche notare come nel complesso, a livello regionale, la maggior affluenza di pubblico che ha decretato il successo di *Parthenope* si sia concentrata in Campania, con 6 cinema sui 10 che hanno registrato i maggiori incassi situati tra Napoli e Salerno, a dimostrazione del forte appeal attorno all'ambientazione del film. ➤



TOP 10 CINEMA COI MIGLIORI INCASSI

	Cinema	Città	Sale	Incasso
1	THE SPACE - NAPOLI	Napoli	11	€ 231.446
2	ANTEO PALAZZO DEL CINEMA	Milano	9	€ 144.223
3	UCI-CINEMAS CINEPOLIS	Marcianise	11	€ 132.472
4	UCI-CINEMAS CASORIA	Casoria	11	€ 121.730
5	ODEON	Bologna	4	€ 111.030
6	MODERNISSIMO	Napoli	4	€ 108.873
7	BARBERINI	Roma	7	€ 102.664
8	COLOSSEO	Milano	6	€ 102.349
9	THE SPACE - SALERNO	Salerno	11	€ 99.194
10	PLAZA	Napoli	3	€ 92.946

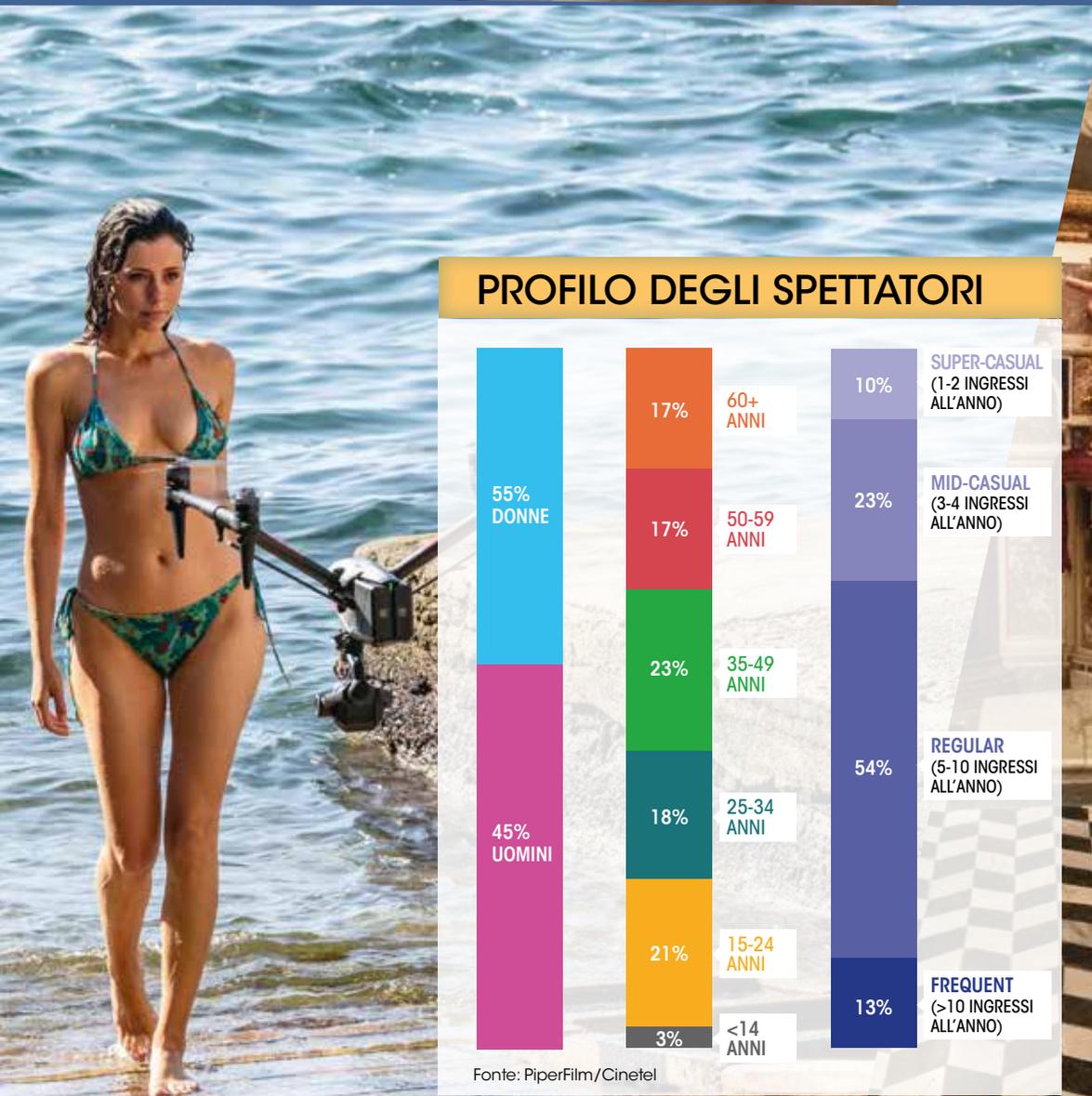
Fonte: PiperFilm/Cinetel



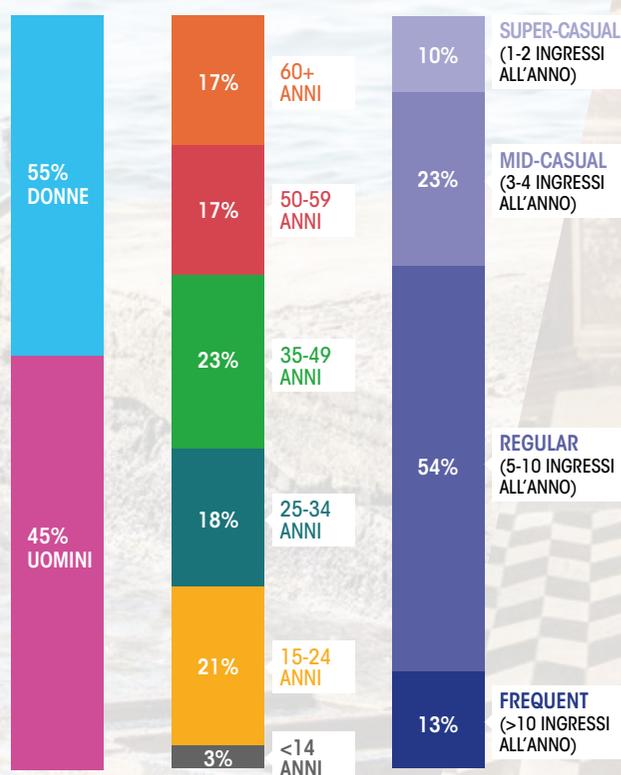
Infine, osservando l'andamento della curva degli incassi, si può constatare come le prime due settimane siano state quelle più remunerative (rispettivamente 2,5 e 2,4 milioni di euro con il film presente prima in 531 e poi in 591 cinema in tutta Italia) con il picco raggiunto nel secondo weekend che ha registrato un incasso di 1.944.278 euro a fronte di un aumento di cinema da 530 a 589. Al di là degli incassi, però, *Parthenope* è la dimostrazione di quanto sia importante ed efficace una campagna promozionale mirata e studiata a tavolino (*tailor-made* direbbero gli americani). Se accompagnato passo dopo passo e con l'attenzione che merita, un film, anche il più divisivo e ostico, potrebbe ottenere risultati molto più performanti di quanto previsto.

BO

© Gianni Fiorito/courtesy of PiperFilm (10)



PROFILO DEGLI SPETTATORI



Fonte: PiperFilm/Cinetel



DIETRO LE QUINTE DELLA CAMPAGNA DI *PARTHENOPE*

LA DIRETTRICE MARKETING E COMUNICAZIONE DI PIPERFILM, **EMANUELA SEMERARO**, SVELA I RETROSCENA DELLA CAMPAGNA DI *PARTHENOPE*, DALLA SETTIMANA DI ANTEPRIME A MEZZANOTTE, AL TOUR PROMOZIONALE DI SORRENTINO. UN LAVORO CAPILLARE CHE HA PERMESSO DI ALLARGARE IL TARGET DEL FILM ANCHE AI PIÙ GIOVANI

di Paolo Sinopoli



ome vi siete mossi per accendere l'interesse del pubblico verso *Parthenope* con così largo anticipo?

PiperFilm è arrivata su *Parthenope* a Cannes, con la convinzione che fosse un film di grande qualità e capace di parlare a un pubblico largo, anche più giovane del target dei film italiani di qualità, perché racconta lo scorrere del tempo dal punto di vista di una giovane donna indipendente e moderna, e lo sguardo di Sorrentino la segue dalla nascita per tutta la sua vita. Nell'intenzione di raggiungere anche un pubblico giovane, abbiamo immaginato una campagna larga e lunga, da Giffoni in poi, che prevedesse tutti i media, tradizionali e social, per parlare ai diversi target.

Quali sono i pilastri su cui avete strutturato la campagna marketing del film?

La campagna marketing di *Parthenope* è stata costruita in stretta collaborazione con il team di comunicazione di Fremantle e The Apartment, insieme a Paolo Sorrentino; ci tengo a sottolinearlo perché senza questa stretta coesione e comunione di intenti non avremmo avuto la forza di comunicare in questa direzione. Abbiamo

chiaramente avviato una comunicazione tradizionale, come un grande film di un grande autore merita, attraverso Tv, radio, digital, OOH (Out of Home) e DOOH (Digital Out of Home), in-cinema, trailering e stampa, fortemente collegata a una comunicazione social meno convenzionale, indirizzata al pubblico più giovane. Siamo partiti dalla presentazione a Giffoni, dove i tre giovani protagonisti Celeste Dalla Porta, Dario Aita e Daniele Rienzo, con Sorrentino in collegamento, hanno presentato il film al pubblico dei Giffoners. Da lì è iniziata la campagna dei contenuti, teaser trailer e poster, e a settembre siamo atterrati alle anteprime di mezzanotte, comunicate con il Wild Posting OOH e digital, con fase teaser e viral. Dopo le anteprime è partita la campagna di uscita, che ha previsto un piano di contenuti social mirati a comunicare il tono di voce e le immagini del film senza svelare troppo, ma sempre nell'intenzione di ingaggiare il pubblico giovane con il suo racconto. Abbiamo coinvolto alcuni creators selezionati con grande attenzione, tra i quali Roberto Recchioni, Pietro Terzini, Maria Sole Pollio ed altri, che hanno incontrato Paolo Sorrentino in una occasione dove con gran-





de spontaneità si è creata una bellissima empatia, e da cui sono venuti fuori bellissimi contenuti. Sorrentino ha fatto dei passaggi di promozione che sono diventati molto virali, come l'incontro a Tintoria, e poi con la Gialappa's, o con i Jackal, fino ad altri contenuti spontaneamente virali, come Crozza o Il Forno Santa Caterina. La comunicazione social è stata supportata dal lavoro del team di Brad&K, di Davide Della Casa e Silvia Saba e del loro team, che sono stati importanti per questa grande campagna social, e l'ufficio stampa è stato curato con attenzione dallo Studio Punto e Virgola.

Qual è stata la ratio dietro la scelta di realizzare una settimana di anteprime a mezzanotte?

Avevamo bisogno di un'idea per portare *Parthenope* in anteprima al suo potenziale pubblico più giovane. In questo senso, proiettare il film solo a mezzanotte per

una settimana in alcuni cinema ha dato la priorità agli spettatori in grado di andare al cinema così tardi, quindi i giovani. E il pubblico ci ha premiato anche in questo senso: infatti, dai dati in nostro possesso, il 42% di chi ha visto *Parthenope* è sotto i 34 anni, un dato davvero interessante per il cinema italiano d'autore.

Come si è inserito nella vostra campagna il tour di Paolo Sorrentino nei cinema italiani?

Sorrentino ha incontrato il pubblico già dalle anteprime di mezzanotte. Poi dall'uscita abbiamo costruito un piano di saluti da nord a sud che prevedeva un grande tour di Paolo nei cinema monosala ma anche nei circuiti, da Milano a Palermo, Bari e Lecce, ed un tour di più weekend al nord e al centro per Celeste Dalla Porta, Dario Aita e Daniele Rienzo. Gli incontri sono stati sempre emozionanti e diversi da sala a sala, perché il pubblico di *Parthenope* si è aperto molto con le sue reazioni al film, cercando nelle conversazioni post proiezione alcune risposte a domande che il film pone.

Quale sarà il percorso del film post-cinema?

Parthenope sarà disponibile su Netflix dopo la regolare finestra di 105 giorni

Avete già venduto il film in diversi territori internazionali? Che proiezioni di vendite avete?

Pathé ha venduto già durante il Festival di Cannes il film in tutto il mondo, un risultato davvero importante.

© Riccardo Ghilardi/courtesy of PiperFilm (1); Gianni Florito/courtesy of PiperFilm (2)



ITALIA E FRANCIA: DUE UNIVERSI CINEMATOGRAFICI A CONFRONTO

IL PANEL ORGANIZZATO DA *BOX OFFICE*, IN COLLABORAZIONE CON ANEC, HA APERTO LE GIORNATE PROFESSIONALI DI CINEMA DI SORRENTO METTENDO A TEMA IL RAPPORTO TRA DISTRIBUZIONE ED ESERCIZIO IN QUESTI DUE PAESI CHE, PUR AVENDO NUMERI DI MERCATO MOLTO DIVERSI, HANNO UN FORTE LEGAME DI SCAMBIO

a cura della redazione

Una delle interessanti novità delle ultime Giornate Professionali di Cinema di Sorrento è stata che, nei vari panel e momenti di confronto, si è deciso di affrontare il rapporto tra il mercato italiano e quello francese per allargare lo sguardo e sollevare spunti di riflessione meno autoreferenziali. Così, in apertura della manifestazione (2-5 dicembre 2024) il convegno organizzato da *Box Office* in collaborazione con Anec dal titolo "Francia e Italia: il rapporto tra distribuzione ed esercizio" ha esplorato le pratiche di fruizione e promozione dei film d'Oltralpe nel nostro Paese. Ma non solo, perché sono stati messi a fuoco questi due "universi cinematografici" che, sebbene abbiano spesso numeri molto diversi (con la Francia che ça va sans dire ha dimensioni di pubblico ben più alte), hanno un forte e vitale legame di scambio.

A confrontarsi nel dibattito sono stati Xavier Albert (Managing Direc-

tor, Universal Pictures International, Italy and France), Rémi Guittet (Addetto audiovisivo Institut français Italia, Ambasciata di Francia in Italia), Mario Lorini (Presidente Anec), Andrea Romeo (Ceo e Founder I Wonder Pictures), e Yoann Ubermulhin (Chargé de territoires / Territory manager Unifrance). Ha moderato Paolo Sinopoli, responsabile di *Box Office*.

ITALIA: UN PUBBLICO PIÙ GIOVANE, MENO TENITURE

Ad aprire gli interventi è stato Xavier Albert che, già a capo di Universal in Francia, ha assunto la guida della major anche in Italia da ormai quattro anni avendo così una visione comparata dei due Paesi. Due Paesi che, come noto, registrano presenze molto diverse: nel 2023, in Francia si sono contate 180 milioni di biglietti staccati contro i 70 milioni dell'Italia, con una fruizione



pro capite che in Francia è di 2,7 biglietti a persona, mentre in Italia è di poco più di 1 biglietto. Per chi lavora nella distribuzione in entrambe le nazioni «è necessario tener conto di un'abitudine ben lontana nel consumo di film in sala. Non solo, perché diverso è anche il numero di cinema operativi nelle varie nazioni: 2.700 location francesi contro le 1.500 italiane. Quello che invece è simile è il numero di film distribuiti (in entrambi i casi sopra i 700 titoli): in Italia, dunque, la concorrenza è più forte visto che, a fronte della stessa offerta, la domanda e i luoghi di fruizione sono inferiori. Nella pratica, questo si traduce nel fatto che in Italia il turnover è maggiore e la vita dei film è più breve. Una bella sfida per noi distributori che dobbiamo cercare di totalizzare più presenze possibili in un tempo inferiore».

Xavier Albert ha poi elencato altre differenze tra i due Paesi: il fatto che la quota nazionale in Francia sia più alta (indicativamente il 40% contro il 20%); oppure una presenza maggiore di sale premium (118 in Francia, mentre in Italia non arriviamo a 10: «e questa è una differenza macroscopica»).

Mario Lorini,
presidente di
Anec



Diversa è anche la composizione del pubblico: l'Italia è caratterizzata da un pubblico più giovane. «In Italia solo l'11% degli spettatori è over 60, mentre in Francia è il 21%, praticamente il doppio» ha sottolineato il capo di Universal. «Al di là dei numeri, ci sono diverse iniziative realizzate in Italia che dalla Francia vengono osservate con interesse come i momenti di formazione per esercenti degli AnecLab, le campagne istituzionali per la promozione del cinema in estate, ma anche produzioni nazionali di successo come la saga dei Me contro Te che è riuscita a portare al cinema il successo dei creators digitali»

DISTRIBUIRE FILM FRANCESI IN ITALIA: INVESTIRE SULLA QUALITÀ

La parola è dunque passata ad Andrea Romeo che, forte dell'esperienza decennale di I Wonder Pictures come distributore che ha un'attenzione particolare per la cinematografia francese, ha ricordato come «la specificità, l'eccezione culturale francese non è legata solo alla quantità, ai tanti numeri che Xavier Albert ha illustrato nel dettaglio prima, ma anche e soprattutto alla qualità. Come I Wonder Pictures abbiamo portato nelle sale italiane sì alcuni titoli francofoni che hanno avuto successo commerciale come *Dio esiste e vive a Bruxelles*, ma anche e soprattutto film di qualità dalle presenze inferiori, ma che hanno ricevuto premi in Festival internazionali, come *Sur l'Adamant* (Orso d'oro a Berlino), la palma d'oro *Titane*, la coppa Volpi a Vincent Lindon per *Noi e loro*. Come I Wonder Pictures scegliamo di distribuire il cinema francese non per una questione di quantità (di incassi) ma per qualità (dei film). Nel cinema francese troviamo gli autori che amiamo, registi che raccontano la contemporaneità, che spiazzano e ci stupiscono per il loro stile. La Francia ci insegna che la complessità e l'ampiezza dell'offerta è un bene e un arricchimento per il mercato e per il pubblico. Negli ultimi anni, il box office complessivo di I Wonder è cresciuto soprattutto grazie ai titoli prodotti da A24, da *The Whale* a *La zona di interesse* fino a *The Substance*. ➤

Rémi Guittet,
Addetto
audiovisivo Institut
français Italia,
Ambasciata di
Francia in Italia



Abbiamo sperimentato in prima persona che il pubblico cinefilo italiano è oramai un pubblico giovane. Un pubblico giovane che ama soprattutto titoli arthouse che sperimentano col genere: noi abbiamo lavorato molto, da anni, anche in collaborazione con gli esercenti, per coltivare e far crescere questa nicchia. Potremmo dire che in un certo senso il successo del 2024 di *The Substance* è un po' il frutto del lavoro iniziato con *Titane* nel 2021».

FORMARE IL GUSTO DEL PUBBLICO

A seguire è intervenuto Yoann Ubermulhin che si occupa per Unifrance della promozione del cinema francese in Italia. «L'Italia è un territorio fondamentale per le nostre esportazioni, un territorio sul quale investiamo moltissimo anche perché è il terzo mercato europeo per numero di spettatori. Come hanno illustrato i relatori prima di me, le differenze tra il pubblico, il parco sale e le dinamiche distributive tra Italia e Francia sono molte, quindi è sempre più necessario costruire una promozione ad hoc per l'Italia che

tenga conto della sua specificità culturale e commerciale. In Italia i multiplex realizzano il 75% del box office complessivo, mentre in Francia la quota è del 60%. Come noto, i multiplex prediligono una programmazione di film commerciali, mentre le produzioni francesi sono più di qualità.

Di conseguenza, alcune produzioni francesi non riescono a raggiungere una parte significativa del pubblico, e il cinema francese deve affidarsi a quei pochi fiori all'occhiello dei circuiti commerciali che però riescono a trovare spazio anche per i film francesi per incrementare la propria performance complessiva. In questo senso abbiamo stipulato partnership con circuiti importanti come UCI Cinemas, oltre a sostenere festival di promozione importanti quali Rendez-Vous, ma anche il France Odeon di Firenze. Altri strumenti strategici sono poi le co-produzioni tra i due Paesi, ovviamente, che vanno in-



Andrea Romeo,
Ceo e Founder
di Wonder
Pictures



Yoann Ubermulhin,
Territory manager
di Unifrance



Paolo Sinopoli,
responsabile
della rivista *Box
Office*

centivate, così come va incentivata l'educazione del pubblico verso questo prodotto di qualità».

L'IMPORTANZA DEI FESTIVAL

È intervenuto poi un altro relatore francese: Rémi Guittet. L'addetto audiovisivo dell'Institut français Italia e dell'Ambasciata di Francia in Italia ha ricordato il ruolo fondamentale dei festival nella promozione del cinema d'Oltralpe. «Da ormai 15 anni

organizziamo Rendez-Vous, il già citato Festival del nuovo cinema francese, e qui i nostri primi interlocutori sono i distributori: vogliamo portare alla loro attenzione i film dei registi emergenti francesi. Il nostro festival ha senso solo se serve ai distributori per fargli scoprire titoli interessanti che poi loro porteranno in Italia». Guittet ha poi riconosciuto le difficoltà del sistema di distribuzione italiano: «un successo di pubblico in Francia è una condizione necessaria ma non sufficiente per avere successo in Italia. L'Italia ha le sue specificità e criticità, in primis il fatto che non ci sia una chiara cronologia delle finestre di sfruttamento dei film».

Infine, le conclusioni del panel sono state affidate al presidente Anec Mario Lorini che ha rimarcato come il confronto tra questi due mercati, per quanto lontani nei numeri, sia stimolante nella sfida costante di andare a intercettare il pubblico. **BC**

© courtesy of Anec (8)

SORRENTO, I VINCITORI DELLE TARGHE DI BOX OFFICE

ASSEGNATI I RICONOSCIMENTI AI DISTRIBUTORI CHE SI SONO DISTINTI ALLE ULTIME GIORNATE PROFESSIONALI DI CINEMA RICEVENDO IL MAGGIOR NUMERO DI VOTI DA UNA SELEZIONE RAPPRESENTATIVA DI ESERCENTI NELLE CATEGORIE DI MIGLIOR LISTINO, CONVENTION, LISTINO INDIPENDENTE, TRAILER, PROMO E SHOWREEL

a cura della redazione



WALT DISNEY

MIGLIOR
CONVENTION

MIGLIOR
LISTINO

I film in arrivo sul grande schermo con The Walt Disney Company Italia - reduce da una stagione cinematografica di grande successo - hanno convinto ancora una volta la platea di esercenti delle giornate professionali di Sorrento, che ha assegnato alla major la targa di *Box Office* per il miglior listino. Un riconoscimento affiancato da un secondo prestigioso premio, quello per la miglior convention, a dimostrazione della forza del gruppo guidato dall'amministratore delegato Daniel Frigo.

LUCKY RED

MIGLIOR
LISTINO
INDIPENDENTE

MIGLIOR
TRAILER

Torna a casa con due targhe di *Box Office* anche Lucky Red. La società del Ceo Andrea Occhipinti si è aggiudicata ancora una volta il premio per il miglior listino indipendente, grazie a un'offerta diversificata e improntata su una qualità trasversale, da quella più allargata al cinema d'essai. Ma a lasciare il segno nel cuore degli esercenti è stato soprattutto il film *Emilia Pérez*, le cui immagini mostrate sono valse a Lucky Red il riconoscimento per il miglior trailer.





01 DISTRIBUTION

MIGLIOR PROMO

Quasi a ogni appuntamento delle giornate professionali si registra un lunghissimo applauso della platea in occasione della presentazione di un determinato film. Quest'anno a Sorrento, il titolo che ha entusiasmato maggiormente il pubblico si è rivelata l'ultima opera di Paolo Genovese *Follemente*. Una commedia dal ricco cast che uscirà in sala con 01 Distribution, la quale ha ritirato la targa di *Box Office* per il miglior promo.

WARNER BROS. DISCOVERY

MIGLIOR SHOWREEL

È stata la confezione grafica della convention di Warner Bros. Discovery a convincere maggiormente gli esercenti delle giornate professionali di Sorrento. Una convention che si è aperta con una originale presentazione video di un Andrea Roselli "digitale" e trasportato all'interno degli universi cinematografici dei vari film della major grazie a un programma di intelligenza artificiale. Una presentazione che è valsa a WBD la targa di *Box Office* per il miglior showreel.



HANNO VOTATO:

Di seguito gli esercenti che hanno votato le targhe di *Box Office* al termine delle giornate professionali di Sorrento 2024:

Michele Barone, Antonio Califano, Felice De Santis, Francesco Di Cola, Mimmo Dinoia, Giuliana Fantoni, Fabio Fefé, Giorgio Ferrero, Carmine Imparato, Andrea Malucelli, Donatella Miceli, Matteo Nenciolini, Gianluca Pantano, Leandro Pesci, Erik Protti, Paolo e Silvia Protti, Tomaso Quilleri, Daniele Rondandini, Pierluca Sforza, Enrico Signorelli, Andrea Stratta.

NEXT GENERATION

FOTOGRAFIE DA SORRENTO

UNO SGUARDO AI PROTAGONISTI DELLA 47ª EDIZIONE DELLE GIORNATE PROFESSIONALI DI CINEMA, FORTE DI OLTRE 1.700 ACCREDITATI

a cura di Elisa Grando



Massimo Proietti,
Ceo di Vision
Distribution



Da sinistra, Tarak Ben Ammar (presidente di Eagle Pictures) e Roberto Proia (direttore area cinema e produzione di Eagle) con il Biglietto d'Oro in quanto 3° classificata tra le case di distribuzione per numero di spettatori nella stagione cinematografica 2023/2024





Arturo De Simone, Vice President Theatrical Marketing & Digital Distribution Italy & Spain e Local Production Italy di Warner Bros. Discovery



Xavier Albert, direttore generale e amministratore delegato di Universal Pictures International Italy



Il team di The Walt Disney Company Italia. Da sinistra, l'amministratore delegato Daniel Frigo, Giulio Carcano (Director, Theatrical Distribution, Sales) e Simone Raineri (Director PR & Communication Theatrical, Disney+, Corporate & CSR)



Da sinistra, Luigi Lonigro (direttore di O1 Distribution) e Paolo Del Brocco (amministratore delegato di Rai Cinema)



C'è ancora domani di Paola Cortellesi ha vinto anche nel 2024 il Biglietto d'Oro, diventando il primo caso di doppia vittoria consecutiva in tutte le 47 edizioni della manifestazione

GALLERY



Andrea Romeo, Founder and Ceo di I Wonder Pictures



Da sinistra, Gabriele D'Andrea (direttore theatrical di Lucky Red) e Andrea Occhipinti (Ceo di Lucky Red)



Paolo Sinopoli (responsabile di Box Office) ha assegnato il "Box Office Award" a Notorious Cinemas, ritirato sul palco da Andrea Stratta (amministratore delegato di Notorious Cinemas)



Alessia Garulli, VP Marketing & Distribution Sony Pictures product



Laura Mirabella, Marketing & Communication Director di Vision Distribution



Giuliana Fantoni (presidente Fice) e Simone Gialdini (direttore generale Anec)



Il regista Alessandro Tonda e Guglielmo Marchetti (Ceo & Chairman di Notorious Pictures) presentano *Il Nibbio*, film con Claudio Santamaria e Sonia Bergamasco



Il saluto dei presidenti delle associazioni di categoria cinematografica. Da sinistra, Benedetto Habib (presidente unione produttori Anica), Luigi Lonigro (presidente unione editori e distributori Anica), Alessandro Usai (presidente Anica) e Mario Lorini (presidente Anec)



Da sinistra, Davide Novelli (direttore della distribuzione di PiperFilm), il regista Paolo Sorrentino e Massimiliano Orfei (amministratore delegato di PiperFilm)



Federica Diomei, direttore marketing di Eagle Pictures



Giorgia Di Cristo, direttore marketing di Universal Pictures International Italy



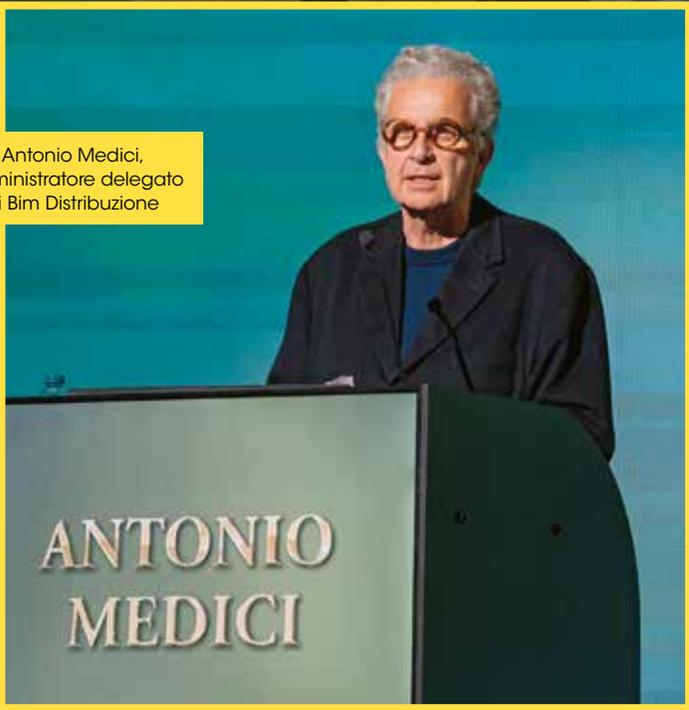
Da sinistra, le attrici Valeria Golino, Matilde De Angelis ed Elodie sul palco per *Fuori* di Mario Martone



Da sinistra, Giampaolo Letta (vicepresidente e amministratore delegato di Medusa Film) e Paolo Orlando (direttore della distribuzione di Medusa)



Sonia Dichter, direttore marketing cinema di 01 Distribution



Antonio Medici, amministratore delegato di Bim Distribuzione

Per la presentazione del film *Diamanti* sono saliti sul palco (da sinistra) le attrici Jasmine Trinca, Geppi Cucciari e Luisa Ranieri, il regista Ferzan Ozpetek e la marketing & Communication Director di Vision Distribution, Laura Mirabella



Giorgia Marchetti, Theatrical Marketing Director di Notorious Pictures



L'attrice Celeste Dalla Porta (protagonista di *Parthenope*) e Giorgio Ferrero, vice presidente AneC e delegato alle giornate professionali



Stefano Jacono, Ceo & Founder di Movies Inspired

Beatrice Moia, responsabile marketing di Wanted Cinema



Frida Romano (Film Marketing Director di Plaion Pictures) e Ludovico De Cesare (Theatrical Sales Manager & Acquisition Film Manager di Plaion)

Il regista Paolo Genovese presenta il suo film *Follemente*, vincitore della targa di Box Office come miglior promo



Carlos Prada, VP Theatrical Distribution Italy & Spain and TH Local Production Italy & Spain di Warner Bros. Discovery



Gianluca Pignataro, direttore marketing e distribuzione di Fandango



ANEC ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORI CINEMATOGRAFICI
BOXOFFICE
FRANCIA E ITALIA: IL RAPPORTO TRA DISTRIBUZIONE ED ESERCIZIO
Best practice dal dialogo e collaborazione tra sala e distributore e promozione del prodotto nazionale all'estero

© courtesy of Anec (35)



Lucy De Crescenzo, Ceo di Europictures

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



FLASHBACK

Wesley Snipes, Magic Johnson, Bruce Springsteen, Woody Harrelson, James Brown e Jim Belushi durante l'Opening of House of Blues a Los Angeles



© Getty Images

DREAM BIG



WEPROMO.IT

WE
PROMO®

VISION DISTRIBUTION E LUMIÈRE & CO. IN ASSOCIAZIONE CON ANTEO IN COPRODUZIONE CON TARANTULA E TELLFILM
PRESENTANO

ELISA
SCHLOTT MAX
RIEMELT ALMA
HASUN

EMMA
FALCK OLGA
VON LUCKWALD THEA
RASCHE BERIT
VANDER KRIEMHILD
HAMANN

LE ASSAGGIATRICI

UN FILM DI
SILVIO SOLDINI



TRATTO DAL ROMANZO DI ROSELLA POSTORINO

PRODOTTO DA LIONELLO CERRI E CRISTIANA MAINARDI

**DAL 27 MARZO
AL CINEMA**