

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

# BOXOFFICE

www.boxofficebiz.it

ANNO XXVIII - N. 8 - agosto 2024

**TOP 50**

LA POWER LIST DEL  
CINEMA ITALIANO  
2023/2024

**ANALISI**  
Cinema italiano,  
alto budget = alto incasso?

**SCENARI**  
Ecco quanto incide  
la IA nell'audiovisivo

**Daniel Frigo**

## DISNEY, UNA STORIA RICCA DI EMOZIONI

IN UN'ANNATA DOVE LA CASA DI TOPOLINO HA LETTERALMENTE RIANIMATO IL CINEMA IN ITALIA CON *INSIDE OUT 2*, *POVERE CREATURE!* E *DEADPOOL & WOLVERINE*, L'AMMINISTRATORE DELEGATO DELLA MAJOR METTE A TEMA LE STRATEGIE CORPORATE, LE SFIDE DEL MERCATO E LE ATTIVITÀ PER FAR CRESCERE L'HYPE ATTORNO A GRANDI TITOLI CON UN TOCCO "LOCAL", GETTANDO UNO SGUARDO AL 2025



VISION DISTRIBUTION E GREENBOO PRODUCTION  
PRESENTANO

# DIAMANTI

di OZPETEK

DAL 19 DICEMBRE #SOLOALCINEMA



# TOP 50 E UN MERCATO IN GRANDE FERMENTO

I momento della Top 50 è sempre l'occasione per fare un accurato bilancio della stagione passata, valutando le reali potenzialità di società, manager e talent sulla base di risultati tangibili e misurabili, traguardi raggiunti e sfide all'orizzonte. Potremmo definire questa Power List come il termometro – tanto atteso, quanto temuto – delle oscillazioni del mercato cinematografico italiano. Una classifica, stilata da *Box Office* (professional) e *Best Movie* (talent), che esiste da ben 24 anni e che ha sempre avuto l'onore e l'onore di gettare uno sguardo dall'alto sul business della settimana arte, rivelando i manager e gli artisti più incisivi del nostro Paese. E se negli ultimi anni abbiamo assistito a una certa staticità a causa delle conseguenze della pandemia che hanno paralizzato il settore, quest'anno non sono mancate diverse sorprese, specialmente lato professional, segno di un mer-

cato in grande fermento popolato da nuovi player. Basta dare uno sguardo veloce alla Power List, infatti, per rendersi conto dei recenti cambi di poltrona ai vertici delle società, dell'avvento di nuove case di produzione e distribuzione, ma anche di nuovi equilibri che si stanno creando nel cinema italiano. E tra settembre e dicembre osserveremo anche i primi movimenti di nuovi gruppi pronti a confrontarsi con il mercato del cinema, in alcuni casi basati su modelli innovativi e più snelli, grazie a listini ricchi di prodotto. Certo c'è ancora ampio spazio di manovra per migliorare sul fronte del cinema italiano: non sempre i film incontrano il favore del pubblico, e i ritardi della nuova riforma tax credit non hanno certo aiutato il comparto della produzione. Ma le potenzialità per crescere e mantenere alta la quota del cinema italiano ci sono e i risultati dell'ultima stagione lo dimostrano.

di Paolo Sinopoli



ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER  
DI **BOXOFFICE**









FESTIVAL DE CANNES  
2024 OFFICIAL SELECTION  
COMPETITION

FREMANTLE  
STANO

VIO ANDO      LUISA RANIERI      PEPPE LANZETTA      ISABELLA FERRARI

# ENOPE

IL FILM DI  
FRANCESCO RARENTINO

PRODOTTORE GENERALE: FRANCESCO RARENTINO. PRODOTTORE: ANTONIO DI NUNNO. REGIA: FRANCESCO RARENTINO. SCENARI: FRANCESCO RARENTINO, ANTONIO DI NUNNO. CAST PRINCIPALE: VIO ANDO, LUISA RANIERI, PEPPE LANZETTA, ISABELLA FERRARI. MUSICA: CARLO BOSSI. COSTUME: ANTONIO DI NUNNO. MONTAGNA: ANTONIO DI NUNNO. COLLABORATORI: ANTONIO DI NUNNO, ANTONIO DI NUNNO. DISTRIBUZIONE: A24, CANAL+, CINE+, NETFLIX, WB. INFORMAZIONI: WWW.ENOPE.COM



IN LE ANTEPRIME DI MEZZANOTTE  
IN TUTTI I CINEMA

INTERCOM - GLOBE COMM - 7 MONDAYS





**10**

**FESTIVAL**

**FOLLIE A VENEZIA**

Tutti i film al Lido

**24**

**ANALISI**

**CINEMA ITALIANO:  
ALTO BUDGET = ALTO INCASSO?**

Sotto esame i film più costosi usciti in sala dal 2018 al 2024

**32**

**RICERCHE**

**LUCI E OMBRE  
DELLA PIRATERIA IN ITALIA**

I dati del report Fapav/Ipsos sul consumo illecito di contenuti audiovisivi

**39**

**INTERVISTE**

**PAPMUSIC NEI CINEMA ITALIANI**

Parla la regista del film d'animazione prodotto da Not Just Music

**40**

**BOX OFFICE ITALIA**

**UN PRIMO SEMESTRE  
DI GIOIA (E ANSIA...)**

Una radiografia degli incassi dei nostri cinema dei primi sei mesi del 2024

**48**

**SCENARI**

**SCRITTO, DIRETTO  
E INTERPRETATO DALL'IA**

Ampere Analysis ha analizzato quanto e come questa tecnologia si sia insinuata nell'industria audiovisiva

**54**

**REPORTAGE**

**CINEEUROPE, BISOGNA  
CAMBIARE LA NARRATIVA**

Il resoconto dall'evento per gli esercenti dell'area EMEA tenutosi a Barcellona

**58**

**CONVEGNI**

**(RI)CONQUISTARE  
IL PUBBLICO IN SALA**

Gli interventi del convegno organizzato da Box Office durante le Giornate di Riccione

**62**

**GALLERY**

**CINÉ, I PROTAGONISTI  
DI RICCIONE**

Le foto della XII edizione delle giornate professionali estive

**68**

**RICERCHE**

**LA RESISTENZA DELLE  
PRODUZIONI LOCALI**

L'impatto delle produzioni nazionali nei diversi mercati del Vecchio Continente in base al report UNIC

**72**

**EVENTI**

**PARATA DI STAR AL FILMING  
ITALY SARDEGNA**

Il festival ideato e diretto da Tiziana Rocca si è svolto dal 20 al 23 giugno a Cagliari

**ERRATA CORRIGE**

Sul numero di luglio di Box Office, a pag. 21, la quota di mercato del circuito UCI Cinemas era sbagliata: quella corretta è del 18,2%.

**IN ALLEGATO**



IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS  
**BOXOFFICE**

Anno XXVIII N. 8  
Agosto 2024

**Direttore responsabile**

Vito Sinopoli

**Responsabile di redazione** Paolo Sinopoli

**Redazione** Valentina Tortaschi

**Hanno collaborato:** Cristiano Balla, Marco Cacioppo, Eliana Corti, Margherita Bordino, Elisa Grandi, Juan Sardà Frouchtmann

**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 s.p.a.

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 addetti 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 30 luglio 2024

**ANES** ASSOCIAZIONE NAZIONALE  
EDITORIA DI SETTORE



**SCOPRI COME ABBONARSI A BOX OFFICE**



Scopri tutte le offerte  
di abbonamento su:

**abbonamenti.e-duesse.it**

servizioabbonamenti@e-duesse.it  
Tel. 02277961

**BOX  
OFFICE  
ITALIA**

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

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



Scarica su  
**App Store**

Disponibile su  
**Google Play**



77  
Locarno Film Festival  
FUORI CONCORSO  
OFFICIAL SELECTION

KAVAC FILM IBC MOVIE ONE ART E RAI CINEMA PRESENTANO

SONIA BERGAMASCO PAOLO PIEROBON VALENTINA BELLÈ

E PER LA PRIMA VOLTA SULLO SCHERMO

SARA CIOCCA VIOLA BASSO FLORA ZAMBELLO

BEATRICE BARISON

SVEVA BASSAN LICIA NAVARRINI ALESSANDRO BRESSANELLO SUSANNA ACCHIARDI

FABRIZIO CROCI FRANCESCA RIGONI

CON L'AMICHEVOLE PARTECIPAZIONE DI

MICHELA CESCUN ANGELA FONTANA E LUIGI DIBERTI

# LA VITA ACCANTO

UN FILM DI **MARCO TULLIO GIORDANA**

DAL ROMANZO "LA VITA ACCANTO" DI **MARIAPIA VELADIANO** MUSICA **DARIO MARIANELLI**

PRODOTTO DA **SIMONE GATTONI MARCO BELLOCCHIO BEPPE CASCHETTO BRUNO BENETTI**

UNA PRODUZIONE **KAVAC FILM IBC MOVIE ONE ART** CON **RAI CINEMA** CON IL CONTRIBUTO DELLA **REGIONE VENETO** E CON IL SOSTEGNO DELLA **VENETO FILM COMMISSION**  
CON IL PATROCINIO DELLA **CITTÀ** E DELLA **PROVINCIA VICENZA** PRODUTTORE ESECUTIVO **PATRICK CARRARIN** MONTAGGIO **FRANCESCA CALVELLI CLAUDIO MISANTONI**  
FOTOGRAFIA **ROBERTO FORZA** SCENOGRAFIA **LUCA GOBBI** ARREDAMENTO **ANDREA DI PALMA** SUONO IN PRESA DIRETTA **FULGENZIO CECCON**  
COSTUMI **GEMMA MASCAGNI** ORGANIZZATORE GENERALE **RAFFAELLA RIDOLFI** DIRETTORE DI PRODUZIONE **CARLO TRAINI** DELEGATA DI PRODUZIONE **FLAMINIA GENTILI**  
TRUCCO **ENRICO IACOPONI** ACCONCIATURE **ALBERTA GIULIANI** CASTING **MAURILIO MANGANO** RESPONSABILE FINANZIARIO **CRISTINA CATAPANO**  
DAL ROMANZO "LA VITA ACCANTO" EDITO DA **GIULIO EINAUDI EDITORE** SCENEGGIATURA **MARCO BELLOCCHIO GLORIA MALATESTA MARCO TULLIO GIORDANA**



**DAL 22 AGOSTO AL CINEMA**



## CACCIAMANI E SBARIGIA AI VERTICI DI CINECITTÀ

Dopo le dimissioni di Nicola Maccanico avvenute a fine giugno, Manuela Cacciamani è la nuova Amministratrice Delegata di Cinecittà. Per la carica di Presidente è stata confermata Chiara Sbarigia. Imprenditrice digitale con esperienze negli Stati Uniti presso Cappa Productions e Miramax, Cacciamani è stata la fondatrice della casa di

produzione One More Pictures (della quale è stata titolare fino allo scorso giugno) e Presidente dell'Unione Editori e Creators Digitali di Anica, ruolo dal quale si è dimessa. Rimane invece il doppio incarico di Sbarigia quale Presidente di Cinecittà e di Apa, ma potrebbe essere solo una questione di tempo affinché il conflitto di interesse venga risolto.



Manuela Cacciamani



Chiara Sbarigia

## FONDAZIONE CINEMA PER ROMA, SALVATORE NASTASI NUOVO PRESIDENTE



Salvatore Nastasi

Salvatore Nastasi succede a Gian Luca Farinelli e diventa presidente della Fondazione Cinema per Roma. Avvocato e funzionario pubblico, è stato Direttore Generale dello Spettacolo, Capo di Gabinetto e Segretario Generale del Ministero della Cultura, nonché Commissario Straordinario di Governo del Teatro del Maggio Musicale Fiorentino, del Teatro San Carlo di Napoli e dell'Arena di Verona. Dal 2015 al

2018 è stato Vice Segretario Generale della Presidenza del Consiglio dei Ministri. Nel triennio 2016-2019 ha ricoperto l'incarico di Presidente dell'Accademia Nazionale d'Arte Drammatica "Silvio D'Amico" di Roma. Dal 2022 invece presiede la Società Italiana degli Autori ed Editori SIAE ed è consigliere di amministrazione dell'Istituto della Enciclopedia Italiana Giovanni Treccani.

## DUESSE COMMUNICATION EVOLVE IN DUESSE MEDIA NETWORK

Duesse Communication, casa editrice milanese di *Box Office*, *Business People*, *Tivù* e *Best Movie*, annuncia un ulteriore step evolutivo ribattezzandosi Duesse Media Network (DMN): un nuovo nome e una nuova corporate brand identity che riflettono una rinnovata visione per il futuro e un ulteriore capitolo nella sua storia ormai trentennale. «La nuova Duesse Media Network è una piattaforma che si espande e integra non solo i magazine cartacei e digitali ma anche gli eventi, i social media e nuovi progetti audiovisivi» spiega Vito Sinopoli, Ceo di Duesse Media Network. Reduce dal successo di pubblico del Best Movie Comics and Games (più di 12mila appassionati) dello scorso giugno, Duesse Media Network si prepara a una nuova fase di crescita, focalizzata sull'espansione digital e social e sulla creazione di un'offerta strategica più sofisticata e personalizzata.



DUESSE MEDIA NETWORK  
WE ARE PUBLISHERS

## PIPERFILM, BE WATER ENTRA IN SOCIETÀ CON IL 12%



PiperFilm, la nuova casa di produzione e distribuzione cinematografica guidata da Massimiliano Orfei (presidente) e Luisa Borella (COO) può contare su un nuovo investitore. Be Water - holding che fa capo a Guido Brera - è, infatti, entrata in PiperFilm con una quota del 12% che varrebbe circa 1,5 milioni di euro. Guido Brera è anche maggior azionista della media company Be Water, etichetta che fa parte dello stesso gruppo editoriale di Chora e Will.



### MINISTERO DELLA CULTURA, NOMINATI I DIRETTORI DEI QUATTRO NUOVI DIPARTIMENTI

Il MiC guidato da Gennaro Sangiuliano sta trovando un nuovo assetto, voluto proprio dal titolare del dicastero, che ha portato alla creazione di quattro nuovi dipartimenti e alla conseguente nomina dei suoi nuovi direttori. Nella fattispecie, le quattro nuove realtà e direttori in seno al Ministero sono: Mario Turetta al DIAC - Dipartimento per le attività culturali, Paolo D'Angelo al DIAG - Dipartimento per l'amministrazione generale; Luigi La Rocca al DIT - Dipartimento per la tutela del patrimonio culturale e del Paesaggio; Alfonsina Russo al DIVA - Dipartimento per la valorizzazione del patrimonio culturale.

### BREVISSIME

- UNIC, Phil Clapp confermato come Presidente
- Paramount Global, ufficiale l'accordo per la cessione a Skydance Media
- Leone Film Group, Leonardo Del Vecchio entra nel capitale sociale
- Fremantle, nuovo accordo first-look con AlterEgo di Stefano Sollima
- Anica, Carlo Rodomonti e Anna Manzo alla guida dell'Unione Editori e Creators Digitali
- L'Academy prolunga in anticipo il mandato del CEO Bill Kramer
- Festa del Cinema di Roma 2024, *Berlinguer - La grande ambizione* film di apertura
- Ccnl stuntman, siglato il primo storico accordo per il settore cinema
- È nata la Federation of Film Academies Europe

I WONDER  
PICTURES

Unipol Biografilm  
COLLECTION

# SECONDO SEMESTRE 2024



## Linda e il pollo

di Chiara Malta, Sébastien Laudenbach



## La scommessa - Una notte in corsia

di Giovanni Dota  
con Carlo Buccirosso, Lino Musella



## The Substance

di Coralie Fargeat  
con Demi Moore, Margaret Qualley, Dennis Quaid



FESTIVAL DI CANNES 2024  
MIGLIOR SCENEGGIATURA



## The Beast

di Bertrand Bonello  
con Léa Seydoux, George MacKay



MOstra INTERNAZIONALE  
D'ARTE CINEMATOGRAFICA  
LA BIENNALE DI VENEZIA 2023  
Selezione Ufficiale



## The Sweet East

di Sean Price Williams  
con Talia Ryder, Jacob Elordi, Simon Rex



QUINZAINE  
DES CINÉASTES  
du Festival de Cannes  
CANNES



## Snot e Splash - Il mistero dei buchi scomparsi

di Teemu Nikki  
con Kati Outinen, Pekka Strang, Jari Virman



Locarno Official Selection  
Locarno Kids Screenings



## Le occasioni dell'amore

di Stéphane Brizé  
con Guillaume Canet, Alba Rohrwacher



MOstra INTERNAZIONALE  
D'ARTE CINEMATOGRAFICA  
LA BIENNALE DI VENEZIA 2023  
Selezione Ufficiale



*diversamente  
indipendenti*

[www.iwonderpictures.com](http://www.iwonderpictures.com)

I Wonder Pictures





# FOLLIE A VENEZIA

DAL 28 AGOSTO AL 7 SETTEMBRE 2024 VA IN SCENA L'81ª MOSTRA INTERNAZIONALE D'ARTE CINEMATOGRAFICA. TRA I TITOLI PIÙ ATTESI, *JOKER: FOLIE À DEUX*. IN CONCORSO PER IL LEONE D'ORO ANCHE CINQUE FILM ITALIANI

di Cristiano Bolla

**D**al 28 agosto al 7 settembre 2024 i riflettori del mondo del cinema saranno ancora una volta puntati sul Lido di Venezia. Va in scena l'81ª Mostra internazionale d'arte cinematografica di Venezia: per circa dieci giorni, il Lido di Venezia sarà infatti popolato da stelle del cinema e attesi film che poi animeranno le sale nel corso dei prossimi mesi. A cominciare dal film d'apertura *Beetlejuice Beetlejuice*, il sequel diretto da Tim Burton con la giovane star Jenna Ortega, Michael Keaton, Winona Ryder e Monica Bellucci. Sarà solo l'antipasto però, perché la giuria – composta dalla presidente Isabelle Huppert, James Gray, Andrew Haigh, Agnieszka Holland, Giuseppe Tornatore e altri importanti nomi – sarà chiamata a giudicare 21 film del Concorso principale tra i quali spiccano in modo particolare alcuni titoli: tornerà a Venezia Joaquin Phoenix, questa volta accompagnato da Lady Gaga per presen-

tare *Joker: Folie à Deux*, sequel del cine-comic che nel 2019 vinse il Leone d'Oro. Particolarmente attesi anche i red carpet di *Maria*, film di Pablo Larraín con protagonista Angelina Jolie, e *The Room Next Door*, primo film in lingua inglese di Pedro Almodovar grazie al quale potranno sfilare al Lido Tilda Swinton, Julianne Moore, John Turturro e molti altri. Ricco di star anche il nuovo film di Luca Guadagnino: due anni dopo aver calcato il tappeto rosso con Timothée Chalamet, il regista italiano sarà protagonista con *Queer*, del quale è protagonista l'ex 007 Daniel Craig. Guardando al solo Concorso, potrebbero passare per la kermesse anche star come Jude Law per *The Order* di Justin Kurzel, il divo italiano Alessandro Borghi per *Campo di battaglia* diretto da Gianni Amelio e tre vip come Adrien Brody, Guy Pearce e Felicity Jones, protagonisti di *The Brutalist* di Brady Corbet. Tra i momenti più attesi ci sarà poi l'anteprima di *Wolfs* di Jon Watts, film inserito fuori concorso e che riporta insieme Brad Pitt e George Clooney nello stesso film.

Oltre ai titoli già citati di Luca Guadagnino e Gianni Amelio, altri tre film italiani concorreranno per il Leone d'oro: *Iddu* di Antonio Piazza e Fabio Grassadonia con Elio Germano nei panni del boss latitante di Cosa Nostra Matteo Messina Denaro; *Vermiglio* di Maura Delpero, ambientato tra il 1944 e il 1945 in questo piccolo paese nei pressi del Passo del Tonale in Trentino; *Diva Futura*, seconda prova alla regia di Giulia Louise Steigerwalt sulla storia dell'agenzia delle più famose

pornostar italiane fondata da Riccardo Schicchi e Ilona Staller.

Uno sguardo, infine, ad altri importanti appuntamenti di questa 81ª edizione; sono due, infatti, i Leoni d'oro alla carriera assegnati quest'anno: il primo andrà all'attrice della saga di *Alien* Sigourney Weaver, il secondo invece al regista australiano Peter Weir, che verrà omaggiato con una proiezione speciale di uno dei suoi film più noti, *Master & Commander - Sfida ai confini del mare*. **BC**

## I FILM IN CONCORSO

- *The Room Next Door* di Pedro Almodovar
- *Campo di battaglia* di Gianni Amelio
- *Leurs enfants après eux* di Ludovic e Zoran Boukherma
- *The Brutalist* di Brady Corbet
- *Jouer avec le feu (The quiet son)* di Delphine e Muriel Coulin
- *Vermiglio* di Maura Delpero
- *Iddu* di Fabio Grassadonia e Antonio Piazza
- *Queer* di Luca Guadagnino
- *Kjaerlighet (Love)* di Dag Johan Haugerud
- *April* di Dea Kulumbagashvili
- *The Order* di Justin Kurzel
- *Maria* di Pablo Larraín
- *Trois Amies* di Emmanuel Mouret
- *Kill the Jockey* di Luis Ortega
- *Joker: Folie à deux* di Todd Phillips
- *Babygirl* di Halina Reijn
- *Ainda estou aqui (I'm still here)* di Walter Salles
- *Diva futura* di Giulia Louise Steigerwalt
- *Harvest* di Athina Rachel Tsangari
- *Qing chung gui (Youth - Homecoming)* di Wang Bing
- *Stranger eyes* di Yeo Siew Hua

*Joker: Folie à Deux* è uno dei film in Concorso alla Mostra di Venezia 2024





CON L'ATTRICE PREMIO OSCAR®  
**HALLE BERRY**



DAL REGISTA VISIONARIO DE **LE COLLINE HANNO GLI OCCHI** · **CRAWL**  
E DAI PRODUTTORI ESECUTIVI DI **STRANGER THINGS**

# NEVER LET GO

A UN PASSO DAL MALE

MAI  
ANDARE OLTRE

DAL 26 SETTEMBRE



AL CINEMA

LIONSGATE





ILLUMINATI  
**CATTIVISSIMO**  
**MI**

In Anteprima  
e dal 21 Agos



ON PRESENTA

# MISSIMO E4

da il 7 Agosto  
to al Cinema



© 2014 UNIVERSAL STUDIOS



# DISNEY, UNA STORIA RICCA DI EMOZIONI

IN UN'ANNATA DOVE LA CASA DI TOPOLINO HA LETTERALMENTE RIANIMATO IL CINEMA IN ITALIA CON *INSIDE OUT 2*, *POVERE CREATURE!* E *DEADPOOL & WOLVERINE*, L'AMMINISTRATORE DELEGATO DELLA MAJOR **DANIEL FRIGO** METTE A TEMA LE STRATEGIE CORPORATE, LE SFIDE DEL MERCATO E LE ATTIVITÀ PER FAR CRESCERE L'HYPE ATTORNO A GRANDI TITOLI CON UN TOCCO "LOCAL", GETTANDO UNO SGUARDO AL 2025

di Paolo Sinopoli - foto di Giulia Parmigiani

**S**e si è giunti al termine dell'estate tirando un enorme respiro di sollievo, è stato soprattutto merito di The Walt Disney Company Italia, grazie a cui le emozioni di *Inside Out 2* sono letteralmente sprizzate fuori da ogni botteghino italiano lasciando dietro di sé una variopinta scia di circa 45 milioni di euro. Un titolo da record, come dimostrano i numerosi traguardi tagliati nel nostro Paese: miglior incasso animation di tutti i tempi, miglior apertura di sempre nel mese di giugno, seconda miglior apertura di tutti i tempi per un film non italiano e sesta miglior apertura in assoluto. Un'estate arricchita poi da *Deadpool & Wolverine*, cinecomic irriverente che ha esordito con la seconda miglior apertura dell'anno dopo *Inside Out 2* e con 7 milioni di euro dopo il primo weekend. Ma il 2024 si è portato dietro un ulteriore colpo di coda di Disney, che è riuscita a brillare oltre ogni più rosea aspettativa grazie a un titolo Searchlight Pictures, da sempre sinonimo di film di qualità e d'autore, che ha avuto risultati al botteghino italiano degni di un blockbuster. *Povere creature!*, infatti, non solo si è aggiudicato quattro Oscar (tra cui quello a Emma Stone come miglior attrice protagonista), ma ha registrato anche un'incredibile perfor-

mance al box office italiano con 9 milioni di euro, diventando il miglior incasso mondiale dopo gli Stati Uniti. E tra *Alien: Romulus*, *Oceania 2* e *Mufasa: Il re leone*, le emozioni disneyane sembrano destinate a perdurare sul grande schermo per tutto il resto dell'anno, come conferma Daniel Frigo, amministratore delegato di The Walt Disney Company Italia.

**Il fenomeno di *Inside Out 2* - miglior incasso di sempre per un film d'animazione - ha letteralmente risollevato lo spirito (e gli incassi) di quest'estate. Quali passi hanno portato il film a diventare un successo senza precedenti?**

Sin dal lancio del primo trailer abbiamo notato che il pubblico reagiva positivamente e con interesse alla presenza di nuove emozioni, ma è con la loro presenza nel secondo trailer che abbiamo realizzato il potenziale che avrebbero potuto avere: le persone di tutte le età si immedesimavano immediatamente in loro e sui social Ansia già dominava la scena come emozione prevalente nel nostro Paese. Partirei proprio da questo punto per spiegare il successo di *Inside Out 2*: l'affinità tra i personaggi del film



e il pubblico di ogni età. Da lì abbiamo cavalcato il più possibile il fenomeno, soprattutto sui social ma anche in Tv (sin dal Festival di Sanremo, passando per l'Eurovision per finire con gli Europei di calcio) per creare attesa e aumentarne l'awareness. Abbiamo utilizzato tutte le leve di marketing e di comunicazione: preshow e attività nei cinema, Tv, Digital, Radio, Outdoor, ecc. Il team DCVI ha realizzato un'eccellente versione italiana del film che ha apportato delle novità e al contempo ha rispettato il primo capitolo di *Inside Out*, e tutte le voci dei protagonisti sono state coinvolte in attività di comunicazione PR e social culminate in un'emozionante anteprima a Roma alla presenza dei filmmaker. Come consuetudine abbiamo anche realizzato una fantastica attività, perfettamente a tema, sulle case dell'isola di Burano: le nuove emozioni sono state presentate fisicamente con installazioni abbinate a una casa del proprio colore. Senza, infine, dimenticare i nostri partner promozionali e una distribuzione del film nei >





cinema senza precedenti, raggiungendo il record di schermi per un nostro titolo di animazione. Direi un ottimo lavoro di squadra da parte di tutta l'azienda che non ha lasciato nulla al caso.

**E poi è arrivato nelle sale un altro vostro titolo, *Deadpool & Wolverine*, che ha particolarmente brillato al box office.**

A livello globale, l'apertura di *Deadpool & Wolverine* ha ufficialmente spinto il Marvel Cinematic Universe oltre la soglia dei 30 miliardi di dollari di incassi con 34 film. In Italia ha registrato la seconda miglior apertura del 2024 dopo *Inside Out 2* e, con 7 milioni di euro dopo il primo weekend, è già diventato un altro protagonista di questa estate cinematografica, sfiorando l'incasso totale di *Deadpool* e *Deadpool 2* in soli 5 giorni di programmazione. Un successo che ci rende ancora più soddisfatti e orgogliosi dal momento che va ad aggiungersi agli eccezionali risultati in EMEA e a livello globale di *Inside Out 2*, diventato il titolo di animazione con l'incasso più alto di tutti i tempi, e che in Italia ad oggi, 29 luglio, è diventato il settimo incasso più alto di sempre, superando i 43,5 milioni di euro con 6 milioni di presenze.

**A proposito di Marvel, il Ceo di The Walt Disney Company, Bob Iger, ha dichiarato che in futuro sarà ridotto anche il numero di film e serie Tv targate Marvel in uscita: meno quantità, più qualità. Quali cinecomic usciranno nel 2025?**

Al San Diego Comic-Con, Kevin Feige ha recentemente svelato le novità in arrivo in casa Marvel. Anthony Mackie, Harrison Ford e il cast hanno presentato il primo contenuto esclusivo di *Captain America: Brave New World*, che arriverà il 12 febbraio 2025 nelle sale italiane. Il regista Jake Schreier e il cast di *Thunderbolts\** hanno svelato i primi dettagli del nuovo film che arriverà il 30 aprile 2025 nelle sale italiane. Pedro Pascal, Vanessa Kirby, Joseph Quinn ed Ebon Moss-Bachrach hanno svelato il titolo completo dell'attesissimo film sui Fantastici 4: *The Fantastic Four: First*



Steps che arriverà il 25 luglio 2025 negli Stati Uniti. Infine, è stato annunciato il ritorno nell'MCU dei fratelli Russo alla regia di *Avengers: Doomsday* (in uscita negli Usa a maggio 2026) ed *Avengers: Secret Wars* (in uscita negli Usa a maggio 2027), e di Robert Downey Jr. nel ruolo del Dottor Destino (Doctor Doom).

**Recentemente Bob Iger ha annunciato anche un cambio di passo in Disney volto a rinvigorire la creatività degli studios e a raggiungere una profittabilità sostenibile nello streaming. Ci aiuti a inquadrare questa nuova strategia.**

Siamo un'azienda di intrattenimento e l'obiettivo è quello di realizzare i migliori prodotti possibili per il cinema e per la piattaforma streaming, differenziando l'offerta e creando un circolo virtuoso per raggiungere il nostro pubblico e offrire la migliore esperienza possibile. Negli Stati Uniti, Asad Ayaz, già President of Marketing Studios responsabile di tutte le iniziative Marketing e Publicity per i film al >



*Mufasa: Il re leone* di Barry Jenkins (nelle sale italiane dal 19 dicembre) è un film prequel che racconta la leggenda delle origini di Mufasa, il padre di Simba

La protagonista Vaiana nel sequel animato *Oceania 2*, dal 27 novembre nei nostri cinema







Sopra, uno dei tanti scenografici allestimenti realizzati a Burano (Venezia) per l'uscita di *Inside Out 2*, dove le emozioni del film sono state presentate fisicamente con installazioni abbinata a una casa del proprio colore. Sotto, una foto dell'affollata premiere romana di *Inside Out 2*, alla presenza di tutti i doppiatori italiani e dei filmmaker



cinema e le serie Disney+ a livello globale, è stato anche nominato Chief Brand Officer, un nuovo ruolo creato proprio con l'obiettivo di avere un'unica visione per le attività Marketing di tutta l'azienda e raggiungere i nostri fan in modo diretto con una sola voce.

**A reggere le fondamenta dell'estate cinematografica sono essenzialmente le major, mentre le altre distribuzioni faticano sia a portare film in sala, sia a ottenere risultati significativi al box office. È uno scenario irreversibile, o crede si possa fare di più?**

Che ci sia la necessità di un mercato di 12 mesi è chiaro a tutti. Che l'estate sia ancora un periodo insidioso è un fatto, ma come industria stiamo lavorando insieme al Governo da qualche anno per cambiare questo trend e qualche risultato lo stiamo già vedendo.

**In questa seconda parte dell'anno uscirete in sala con due titoli attesissimi: *Oceania 2* e *Mufasa*. Come prevedete di chiudere il 2024 e che operazioni metterete in atto per lanciare questi film?**

Considerando che *Oceania* è stato uno dei maggiori incassi del 2016 con oltre 14 milioni di euro, e che nel 2019 con ben 37,5 milioni di euro *Il re leone* era diventato l'ottavo migliore incasso di tutti i tempi in Italia, direi che ci aspettiamo un finale d'anno altrettanto ricco di soddisfazioni. Trattandosi di due film di franchise così importanti, stiamo già lavorando insieme al resto della Company per attivare tutte le nostre leve e touchpoint. Stiamo ovviamente pensando anche a qualche progetto speciale che ci auguriamo possa stupirvi come sempre, ma di cui al momento non vi posso svelare nulla.

**C'è un comune denominatore tra *Inside Out 2*, *C'è ancora domani*, *Tutti tranne te*, *Oppenheimer* e *Barbie*: Sono film che nessuno credeva potessero raggiungere vette così alte. Perché è così difficile prevedere il potenziale esplosivo di un film? Quali sono le cause di questa difficoltà generalizzata? Dipende da fattori esterni o interni al mercato?**

Quello che accomuna questi film è che ciascuno, a modo suo, è diventato un evento imperdibile per il pubblico. Probabilmente, oggi più di prima, c'è una sempre maggiore impellenza di far parte di qualcosa, di condividere un'esperienza, tale da far passare in secondo piano qualunque elemento che normalmente sarebbe percepito come un "ostacolo" (periodo, canicola, Europei di calcio ecc...). Vedere i



risultati ottenuti da *Barbie* e *Inside Out 2*, in date che storicamente sono sempre state estremamente difficili nel nostro mercato, fa pensare che questi film siano diventati qualcosa di accomunabile, per dirne una, a mega concerti di superstar. Quello che è interessante notare è l'estrema diversità tra questi film, ognuno dei quali è stato comunque in grado di connettersi profondamente con il pubblico, di risuonare e di stimolarlo, allargandosi oltre quello che si sarebbe potuto pensare essere il suo specifico target di "elezione". Probabilmente

la pandemia ha accelerato un trend che si stava già cominciando a vedere, penso ai numeri pre-covid di *Bohemian Rhapsody*, *Joker*, *Il re leone* e *Avengers: Endgame*.

**In un momento storico di tagli di budget di lancio, secondo lei quanto l'incasso di un film in sala è direttamente proporzionale alle dimensioni e all'efficienza di una campagna marketing?**

Difficile stabilirlo, se esistesse una correlazione di questo tipo avremmo davvero

trovato la panacea per il nostro settore. In realtà penso sia sempre un mix di contenuto e marketing, l'uno senza l'altro non è efficace e viceversa. Tuttavia, e alcuni recenti successi lo dimostrano, il marketing può aiutare a eventizzare un film creando quel fenomeno di massa e quell'evento a cui non poter mancare. Ma anche in questi casi non prescindendo dal contenuto e dalla sua capacità di "connettersi" con il pubblico.

**Feste del Cinema a parte, Cinema Revolution sostiene in estate il cinema italiano ed europeo, due segmenti che in estate funzionano forse più nelle arene che nei cinema, complice anche una scarsa offerta. Ritiene sia un contributo destinato nella direzione giusta, o punterebbe su altre direzioni?**

Questo è il secondo anno di Cinema Revolution e stiamo ancora imparando con l'esperienza, capendo cosa funziona e cosa no. Tutti insieme troveremo le strade migliori per far funzionare questa importante iniziativa in modo ancora più efficace.

**Sono ormai trascorsi 5 anni dall'ultima volta che Disney ha investito nel cinema italiano. È un punto di non ritorno? E distribuireste mai produzioni nazionali?**

Negli ultimi anni abbiamo concentrato il nostro impegno nelle produzioni >



Anthony Mackie (in foto) sarà affiancato da Harrison Ford in *Captain America: Brave New World*, nelle sale italiane dal 12 febbraio 2025

Il cinecomic *Deadpool & Wolverine* ha arricchito la stagione estiva 2024 uscendo sul grande schermo il 24 luglio







Sul palco del Comic-Con di San Diego, Robert Downey Jr. ha annunciato che interpreterà il Dottor Destino (Doctor Doom)

originali italiane destinate a Disney+, offrendo al nostro pubblico serie iconiche e contenuti premium, come la pluripremiata serie *I leoni di Sicilia*, che ha recentemente vinto il Nastro d'argento e il Ciak d'Oro come Miglior serie Tv, oltre al Nastro d'argento a Michele Riondino come Miglior attore e il Premio Flaiano a Miriam Leone per la migliore interpretazione femminile, e che arriverà prossimamente per la prima volta su Rai come annunciato durante i loro palinsesti. Senza dimenticare *Italia's Got Talent*, il primo *Got Talent* in Europa a essere disponibile su una piattaforma streaming, *Boris 4*, la docuserie *Raffa*, *Le fate ignoranti* di Ferzan Ozpetek e *The Good Mothers*, vincitrice del Berlinale Series Award. E in autunno arriverà anche *Avetrana - Qui non è Hollywood*, serie che racconta il delitto di Avetrana e il forte impatto mediatico che ebbe in tutto il Paese.

**Con *Povere creature!* avete registrato il miglior incasso mondiale dopo gli Stati Uniti con oltre 9 milioni di euro. Come vi spiegate questo richiamo attorno a questo film di qualità?**

*Povere creature!* si è rivelato un film in grado di affascinare e di connettersi profondamente con il pubblico italiano, grazie alla sua grande originalità, da un punto di vista sia visivo che narrativo, e alla straordinaria interpretazione offerta da Emma Stone, vincitrice del premio Oscar,

e da tutto il cast. Lo storico traguardo raggiunto da *Povere creature!* – che è stato al primo posto della classifica degli incassi italiani per tre weekend consecutivi e ha registrato il miglior incasso internazionale in termini assoluti, superando mercati di dimensioni decisamente superiori, come Regno Unito, Francia e Germania – ha premiato un grande lavoro di squadra iniziato dalla presentazione del film al Festival di Venezia, dove ha vinto il Leone d'Oro, e proseguito con due anteprime a Roma e a Milano, alla presenza di Willem Dafoe. Avvicinandoci all'uscita, abbiamo poi cominciato a intercettare segnali sempre più concreti che il film avrebbe potuto interessare un pubblico più ampio rispetto a quello ritenuto inizialmente e, di conseguenza, abbiamo adottato una strategia di uscita quasi più simile a quella di un blockbuster.

**Ci aspettano altri potenziali outsider sul fronte Searchlight Pictures?**

Sicuramente sì. Searchlight Pictures è sempre pronta a stupirci e i suoi film ci hanno sempre dato grandi soddisfazioni, dal recentissimo *Povere creature!* a *Jojo Rabbit*, da *Birdman* a *La forma dell'acqua - The Shape of Water*, giusto per citarne qualcuno. Tra le prossime uscite sono molto curioso di scoprire cosa ci riserverà *A Complete Unknown* di James Mangold con Timothée Chalamet che interpreta un giovane Bob Dylan, portando sul grande

schermo la genesi e le canzoni di un artista che ha definito la storia musicale di una generazione.

**Negli ultimi anni avete realizzato scenografici allestimenti, penso a quelli di *Inside Out 2* sui palazzi di Burano, alle illuminazioni azzurre di *Avatar 2* per i canali veneziani, o alle proiezioni video sugli alberi di Parco Sempione a Milano per *Il regno del pianeta delle scimmie*. Quanto queste contribuiscono a far crescere l'hype attorno a un nuovo film?**

Crediamo che queste attività abbiano un ruolo importante nel lancio dei nostri prodotti perché ci permettono di essere più vicini alla nostra audience andando a realizzare eventi in luoghi per noi rilevanti e a noi cari. Così facendo, aggiungiamo un tocco "local" a quello che può sembrare tipicamente straniero. E i numeri delle condivisioni sui social di questi contenuti ci danno ragione: non solo quelli fatti dagli influencer o dalle attività di Publicity, ma soprattutto quelli generati in organico dagli utenti. Senza dimenticare che molto spesso, grazie anche alla straordinaria bellezza del nostro Paese, questi contenuti varcano le soglie nazionali e vengono ricondivisi anche all'estero dal cast dei film di riferimento, dalla stampa e dagli utenti.

**In un mercato sempre più polarizzato attorno a grandi titoli, performano sempre meglio i cinema che hanno investito in Premium Large Format e tecnologie all'avanguardia. Ritiene che il nostro parco sale si stia adeguando a questi alti standard qualitativi, o siamo ancora indietro?**

Stiamo vedendo il pubblico dare sempre più importanza al comfort e alla qualità tecnica della proiezione, per i quali sembra disposto anche a spendere qualcosa in più. Alcuni Paesi sono più avanti dell'Italia in questo senso, ma mi sembra che stiano crescendo anche da noi gli investimenti in questa direzione.

**Che tipo di annata sarà il 2025 per Disney?**

Guardando al listino che i nostri Studios hanno presentato qualche mese fa, direi che anche il 2025 sarà sicuramente un altro anno ricco di soddisfazioni. Per citarne alcuni, avremo gli attesissimi film Mar-



vel Studios *Captain America: Brave New World*, *Thunderbolts* e *The Fantastic Four: First Steps*, il ritorno sul grande schermo in versione live-action del primo grande classico d'animazione Disney *Biancaneve*, due titoli d'animazione targati Pixar e Disney Animation Studios, senza dimenticare il terzo capitolo di *Avatar*.

**Molti sperano che il 2025 possa essere l'anno della riscossa, con una solida offerta per tutti i target; altri credono che l'annus mirabilis sarà il 2026. Che sensazioni ha al riguardo?**

Parlando di mercato in generale e pensando a quello che ho potuto vedere recentemente a CineEurope, direi che già il 2025 potrebbe essere l'anno della riscossa. Accanto a grandi ritorni e sequel di importanti franchise, i listini sono ricchi di novità interessanti e potenziali sorprese sia per il prodotto internazionale sia per il prodotto locale. Quello che ancora di più mi fa sperare per i prossimi anni ed essere molto ottimista per il futuro è l'enorme passione e creatività con cui tutta l'industria porta avanti il proprio lavoro. E questo riesco a percepirlo quando sono seduto in sala alle Giornate Professionali di Cinema di Sorrento e Ciné – Giornate di Cinema di Riccione. Grazie alla passione di tutti i professionisti della filiera (attori, produttori, registi, tecnici, doppiatori, distributori, esercenti, ecc...) sono convinto che il cinema non morirà mai. **BO**



*A Complete Unknown*  
di James Mangold, con  
Timothée Chalamet  
nelle vesti di un  
giovane Bob Dylan

© Giulia Parmigiani/courtesy of The Walt Disney Company Italia (3);  
courtesy of The Walt Disney Company Italia (10)





FULVIO E FEDERICA LUCISANO E RAI CINEMA  
PRESENTANO



CARLO  
BUCCIROSSO

LINO  
MUSELLA

# La Scommessa

UNA NOTTE IN CORSIA

UN FILM DI  
GIOVANNI DOTA

CON NANDO PAONE YARI GUGLIUCCI VITTORIO CIORCALO  
CLOTILDE SABATINO CHIARASTELLA SORRENTINO ELVIRA ZINGONE IAIA FORTE

SOCCETTO E SCENEGGIATURA GIOVANNI DOTA GIULIA MAGDA MARTINEZ MATTEO VISCONTI FOTOGRAFIA JACOPO MARIA CARAMELLA MONTAGGIO STEFANO MALCHIODI  
MUSICHE ORIGINALI FRANCESCO RITA SCENOGRAFIA PAKI MEDURI COSTUMI ALBERTO MORETTI SUONO DI PRESA DIRETTA PIERGIUSEPPE FANCELLO CASTING ADELE GALLO (U.I.C.O.) MASSIMILIANO PACIFICO  
AIUTO REGISTA PAOLO GEREMEI ORGANIZZATORE GENERALE RITA TAMANTINI PRODUTTORE ARTISTICO GUIA LOFFREDO PRODUTTORE ESECUTIVO GIULIO STEVE PRODOTTO DA FULVIO E FEDERICA LUCISANO  
UNA PRODUZIONE ITALIAN INTERNATIONAL FILM CON RAI CINEMA REGIA DI GIOVANNI DOTA

DAL 12 SETTEMBRE AL CINEMA

LUCISANO.iif

Rai Cinema



I WONDER  
PICTURES



# CINEMA ITALIANO:

ALTO BUDGET =





# ALTO INCASSO?

IL RISULTATO IN SALA DI UN FILM ITALIANO È DIRETTAMENTE PROPORZIONALE AL COSTO DI REALIZZAZIONE DI UN'OPERA? LA RISPOSTA EMERGE CHIARA IN QUESTA DETTAGLIATA FOTOGRAFIA DEL RAPPORTO TRA COSTO DI PRODUZIONE DI UN TITOLO NOSTRANO E INCASSO SUL GRANDE SCHERMO TRA IL 2018 E IL 2024

di Marco Cacioppo

è una stretta correlazione tra il budget di produzione e l'incasso in sala dei film italiani? Per rispondere a questa domanda abbiamo preso in esame i film usciti in sala dal 2018 al 2024, tenendo in considerazione per ogni annata i 20 budget più consistenti, così come riportati nelle tabelle a corredo dell'indagine. L'obiettivo è verificare se, dati alla mano, il risultato in sala di un dato film giustifica l'investimento a monte, e se un budget di un certo livello possa essere in qualche modo garanzia di un box office soddisfacente.

#### QUALCHE PREMessa

Va da sé che il quadro che emerge è il frutto di dati che, se sono precisi per quanto riguarda gli incassi in sala (la fonte è Cinetel), lo sono meno per quanto concerne i costi di produzione, essen-

doci basati sulle cifre rese pubbliche dal portale Cinema del Ministero della Cultura in base alle dichiarazioni fatte dalle stesse case di produzione al momento di depositare il progetto per il riconoscimento della nazionalità italiana, oppure per fare richiesta del tax credit e dei finanziamenti pubblici. Non è detto, quindi, che il budget presentato corrisponda poi a quello definitivo, ma dà comunque un ordine di grandezza realisticamente indicativo.

Un'altra considerazione va fatta rispetto al rendimento di un film, la cui vita non si esaurisce, ovviamente, con la sala, ma tiene conto dei vari sfruttamenti successivi e del mercato internazionale. Non è detto, pertanto, che un film che sia andato male al botteghino italiano, non possa rivelarsi fruttuoso nel lungo periodo o nel circuito distributivo di >



altri Paesi. Ecco perché va precisato ancora una volta che l'indagine qui condotta vuole tenere conto, nel modo più attendibile possibile, solo del rapporto tra il costo di produzione indicativo dichiarato e la performance di un film nelle sale italiane.

Rimangono fuori, dunque, quelle produzioni nazionali che, pur avendo goduto anche di budget ragguardevoli, sono stati distribuite direttamente sulle piattaforme streaming e in home video. È il caso, per esempio, di alcune produzioni pensate principalmente per il mercato internazionale come *La rosa velenosa* con John Travolta e Morgan Freeman (2019; budget: 15,1 milioni di euro) o *Muti – The Ritual Killer* (2023, sempre con Morgan Freeman; 17 milioni di budget). O, per quanto riguarda il circuito dello streaming, *È stata la mano di Dio* di Paolo Sorrentino (2021; 13 milioni di budget dichiarati), *Beckett* di Ferdinando Cito Filomarino (2021; 9,5 milioni), *Fabbricante di lacrime* dal romanzo di Erin Doom (2024; 6,5 milioni) e *Rapiniamo il duce* (2022; 15,2 milioni).

## AUMENTANO I FILM AD ALTO BUDGET

Si nota come dal 2018 al 2024 ci sia stato un crescendo di film realizzati con budget sempre più consistenti e che la media stessa dei costi di produzione sia aumentata. Con l'eccezione del biennio pandemico che ha messo in ginocchio l'industria cinematografica, riducendo tanto il volume dei film prodotti quanto la performance in sala dei pochi film che sono stati distribuiti, il numero dei film ad alto budget sono aumentati, come anche è aumentato lo standard dei budget considerati mediani. Se da un lato questa crescita può dare l'idea di un settore che gode di buona salute, dall'altra è la cartina di tornasole di un vizio di forma. Il fatto che un film costi di più non solo non implica in maniera automatica che incassi di più, ma rende ancora più difficile un ritorno economico nel breve periodo, accentuando il fattore di rischio. Spesso, invece, risultano più redditizi nell'immediato film realizzati con budget inferiori. Si tenga conto che mediamente un film italiano incassa tra 1 e 2 milioni di euro.

## 2018

Nel 2018, per esempio, sono stati solo due i film destinati alla sala costati oltre 10 milioni di euro: *Loro* di Paolo Sorrentino (19,4 milioni) ed *Ella & John* di Paolo Virzì (14 milioni). Dei restanti 18 titoli, 12 film hanno goduto di un budget inferiore ai 10 milioni ma superiore ai 5 milioni di euro, mentre 6 sono costati meno di 5 milioni e più di 1,5 milioni, soglia entro cui un film è considerato dal MiC low budget. In questo caso specifico, il budget di tutti e sei i film sotto i 5 milioni è stato di circa 4 milioni di euro. Nessuno, invece, dei film che sono costati più di 10 milioni è riuscito a incassare neanche lontanamente il costo di produzione. Questo significa che, se dovessimo attenerci alla regola hollywoodiana della moltiplicazione del 3 (a Hollywood un film è considerato una hit, solo se incassa almeno tre volte il costo dichiarato di produzione), sono in perdita. *Loro* di Paolo Sorrentino, il film ispirato alla figura di Silvio Berlusconi, ha avuto un costo di produzione pari a circa 19 milioni. Il film è poi uscito al cinema diviso in due parti, prima di essere riproposto in una versione conglomerata con le due parti editate in un unico film, e la somma delle due parti ha incassato poco meno di 7 milioni (4 milioni il primo, 2,7 milioni il secondo). Dei 12 film costati oltre i 5 milioni, ma sotto i 10, solo quattro hanno superato il budget di produzione a livello di incasso cinematografico: *A casa tutti bene* di Gabriele Muc-



## TOP 20 BUDGET FILM USCITI NEL 2019

TITOLO	BUDGET €	INCASSO €
1 <i>L'ufficiale e la spia</i>	24.996.091	3.357.260
2 <i>Suspiria</i>	20.196.898	1.127.810
3 <i>Pinocchio</i>	16.123.655	15.009.700
4 <i>Il peccato – Il furore di Michelangelo</i>	14.912.183	203.980
5 <i>La famosa invasione degli orsi in Sicilia</i>	11.131.216	473.428
6 <i>Il primo Natale</i>	10.354.120	15.350.735
7 <i>Il traditore</i>	9.568.026	4.847.640
8 <i>Ma cosa ci dice il cervello</i>	8.639.238	5.104.892
9 <i>Il giorno più bello del mondo</i>	8.273.324	6.419.577
10 <i>Il primo re</i>	8.140.775	2.256.505
11 <i>Cetto c'è senzadubbiamente</i>	7.929.839	4.985.806
12 <i>Sono solo fantasmi</i>	6.745.782	1.437.436
13 <i>Tutto il mio folle amore</i>	6.400.487	2.835.759
14 <i>L'uomo del labirinto</i>	6.328.915	1.986.190
15 <i>Attenti al gorilla</i>	6.157.994	561.386
16 <i>La dea fortuna</i>	5.583.911	8.281.141
17 <i>Tulipani - Amore, onore e una bicicletta</i>	5.464.000	9.300
18 <i>L'immortale</i>	5.398.488	6.006.180
19 <i>Momenti di trascurabile felicità</i>	5.378.525	1.902.250
20 <i>I villeggianti</i>	5.362.433	574.517

Fonte: MiC/Cinetel - N.B. sono incluse le co-produzioni

## TOP 20 BUDGET FILM USCITI NEL 2018

TITOLO	BUDGET €	INCASSO €
1 <i>Loro</i>	19.460.540	6.894.150
2 <i>Ella &amp; John</i>	14.011.796	3.310.258
3 <i>Il ragazzo invisibile - Seconda generazione</i>	8.677.564	1.457.105
4 <i>Amici come prima</i>	7.533.022	8.247.651
5 <i>Notti magiche</i>	6.956.578	1.360.870
6 <i>A casa tutti bene</i>	6.581.767	9.181.750
7 <i>La befana vien di notte</i>	5.979.779	7.750.136
8 <i>Moschettieri del Re - La penultima missione</i>	5.924.708	5.165.669
9 <i>Il vegetale</i>	5.640.234	3.433.791
10 <i>Lazzaro felice</i>	5.632.641	464.309
11 <i>Capri - Revolution</i>	5.589.625	765.372
12 <i>Se son rose</i>	5.491.115	4.257.562
13 <i>Benedetta Follia</i>	5.435.145	8.491.967
14 <i>Dogman</i>	5.181.510	2.742.770
15 <i>Io sono Tempesta</i>	4.965.922	1.841.529
16 <i>Sono tornato</i>	4.412.335	2.577.936
17 <i>Chiamami col tuo nome</i>	4.170.228	3.181.316
18 <i>Una storia senza nome</i>	4.084.485	754.452
19 <i>Made in Italy</i>	4.058.307	3.366.501
20 <i>Ti presento Sofia</i>	4.007.257	3.059.280

Fonte: MiC/Cinetel - N.B. sono incluse le co-produzioni







### TOP 20 BUDGET FILM USCITI NEL 2020

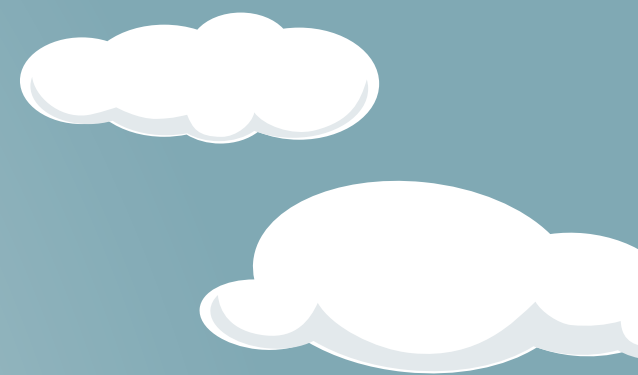
TITOLO	BUDGET €	INCASSO €
1 <i>Tolo Tolo</i>	21.274.170	46.208.191
2 <i>Waiting for the Barbarians</i>	15.362.411	541.775
3 <i>Gli anni più belli</i>	7.861.936	5.656.713
4 <i>Creators - The Past</i>	7.150.202	121.480
5 <i>La mia banda suona il pop</i>	6.498.579	375.000
6 <i>Guida romantica a posti perduti</i>	5.770.279	107.000
7 <i>Hammamet</i>	5.751.492	5.781.170
8 <i>Figli</i>	5.480.024	3.295.686
9 <i>Odio l'estate</i>	5.288.580	7.521.372
10 <i>Miss Marx</i>	5.091.922	463.671
11 <i>Siberia</i>	4.614.987	21.828
12 <i>Volevo nascondermi</i>	4.518.816	900.107
13 <i>In buona compagnia (Tornare)</i>	3.980.464	22.700
14 <i>Lacci</i>	3.971.640	814.932
15 <i>Un figlio di nome Erasmus</i>	3.961.729	21.600
16 <i>Lasciami andare</i>	3.951.873	370.000
17 <i>18 regali</i>	3.414.770	3.136.746
18 <i>Notturmo</i>	3.753.937	121.000
19 <i>Padrenostro</i>	3.110.330	984.180
20 <i>Le sorelle Macaluso</i>	2.185.315	476.401

Fonte: MiC/Cinetel - N.B. sono incluse le co-produzioni

cino è costato 6,5 milioni e ne ha incassati 9,1 milioni; *Benedetta follia* di Carlo Verdone è costato 5,4 milioni e ha totalizzato 8,4 milioni; la commedia di Christian De Sica e Massimo Boldi *Amici come prima* è costata 7,5 milioni e ha incassato 8,2 milioni; *La befana vien di notte* è costato 5,9 milioni e ha registrato 7,7 milioni.

### 2019

Nel 2019 si assiste a un aumento dei film con budget superiori ai 10 milioni: sei contro i due dell'anno precedente. I restanti 14 hanno tutti un budget superiore ai 5 milioni. Per trovare un film appartenente alla terza fascia, quella dei budget inferiori ai 5 milioni, bisogna arrivare almeno in ventitreesima posizione (*5 è il numero perfetto*, esordio alla regia del fumettista Igor Tuveri). Fa riflettere, però, come gli unici due film che abbiano incassato più di 10 milioni di euro siano stati *Il primo natale* del duo comico Ficarra e Picone (15,3 milioni), a fronte di un budget di 10,3 milioni, e *Pinocchio* di Matteo Garrone (15 milioni), a fronte di un costo di produzione di 16,1 milioni. Non solo in perdita, ma dei veri e propri flop sono stati, invece, il film d'animazione di Lorenzo Mattotti tratto dall'opera di Dino Buzzati *La famosa invasione degli orsi in Sicilia*, co-produzione italo-francese da oltre 11 milioni di euro che nei nostri cinema ha registrato 473mila euro, *Il peccato - Il furore di Michele* di Andrey Konchalovskiy, co-pro-



duzione italo-russa da quasi 15 milioni di euro che ha totalizzato solo 203 mila euro. Anche un film molto chiacchierato come *Suspiria* di Luca Guadagnino, ispirato all'omonimo cult di Dario Argento del 1977, è andato particolarmente al di sotto delle previsioni se si confronta l'incasso in sala (1,1 milioni) con il suo relativo budget di produzione (20,1 milioni).

### 2020 E 2021

Il 2020 e il 2021 sono stati gli anni della crisi provocata dalla pandemia del Covid-19, ma se nel 2020 il film di Checco Zalone *Tolo Tolo*, uscito all'inizio di quell'anno, ha fatto in tempo a fare il record d'incassi con 46,2 milioni di euro a fronte di un budget di produzione dichiarato di 21 milioni, nel 2021, l'anno più critico in cui le sale sono rimaste chiuse per più tempo e la produzione cinematografica si è ridotta drasticamente, solo un film ha superato i 5 milioni di euro di incasso: *Me contro Te - Il mistero della scuola incantata* (che è costato 3,8 milioni). ➤



BUDGET €  
6.605.016

INCASSO €  
7.236.631

IL GRANDE GIORNO

### TOP 20 BUDGET FILM USCITI NEL 2021

TITOLO	BUDGET €	INCASSO €
1 <i>Rifkin's Festival</i>	15.165.557	684.446
2 <i>Freaks Out</i>	13.271.000	2.710.103
3 <i>Diabolik</i>	8.518.674	2.889.440
4 <i>La Befana vien di notte 2 - Le origini</i>	8.493.829	481.000
5 <i>Come un gatto in tangenziale - Ritorno a Coccia di Morto</i>	8.404.210	3.203.146
6 <i>Chi ha incastrato Babbo Natale?</i>	8.348.623	2.087.827
7 <i>Tre piani</i>	8.232.858	2.044.785
8 <i>Supereroi</i>	7.631.411	607.000
9 <i>E noi come stronzi rimanemmo a guardare</i>	6.919.917	39.100
10 <i>Promises</i>	6.631.483	245.000
11 <i>Il materiale emotivo</i>	6.200.086	445.000
12 <i>7 donne e un mistero</i>	6.047.500	1.100.000
13 <i>Qui rido io</i>	5.467.248	1.567.145
14 <i>La scuola cattolica</i>	5.374.867	1.603.884
15 <i>France</i>	5.187.205	60.700
16 <i>The Book of Vision</i>	5.157.094	102.000
17 <i>Per tutta la vita</i>	4.979.758	930.316
18 <i>Mondocane</i>	4.944.878	118.000
19 <i>Io sono Babbo Natale</i>	4.300.260	1.678.935
20 <i>Il cattivo poeta</i>	3.979.771	786.531

Fonte: MiC/Cinetel - N.B. sono incluse le co-produzioni



## 2022

Nel 2022 la situazione è andata riassetandosi dal punto di vista dei volumi di budget investiti. Dei 20 film italiani più costosi, 6 hanno superato i 10 milioni di budget e tutti gli altri hanno abbondantemente superato i 5 milioni di costi di realizzazione. Nessuno, però, ha raggiunto i 10 milioni di incasso (ovviamente il mercato theatrical nel 2022 era ancora contratto dagli effetti post-pandemia). Il film che ha incassato di più è stato *Il grande giorno* di Aldo, Giovanni & Giacomo, che costato 6,6 milioni ne ha guadagnati 7,2). Seguono *Le otto montagne* dal best seller di Paolo Cognetti (6 milioni di euro al botteghino e 8,6 di budget dichiarato) e *La stranezza*, incursione di Ficarra e Picone nel cinema d'autore per la regia di Roberto Andò (5,7 milioni di incasso a fronte di 10 milioni di budget). Le restanti 17 produzioni italiane hanno incassato meno di 5 milioni, con 9 titoli che non hanno neanche raggiunto il milione. In questo senso film anche ambiziosi come *L'immensità* di Emanuele Crialese, *America Latina* dei fratelli D'Innocenzo, *Dampyr*, prima produzione della Sergio Bonelli Editore, *Hill of Vision* di Roberto Faenza e la co-produzione italo-francese *Notre-Dame in Fiamme*, hanno performato molto al di sotto del loro potenziale al punto che in alcuni casi, visti i costi di produzione, si può parlare di flop.

### TOP 20 BUDGET FILM USCITI NEL 2022

TITOLO	BUDGET €	INCASSO €
1 <i>Notre-Dame in fiamme</i>	24.891.160	7.800
2 <i>Dampyr</i>	13.584.094	352.000
3 <i>L'immensità</i>	14.646.084	895.000
4 <i>L'ombra di Caravaggio</i>	12.225.867	2.070.993
5 <i>Siccià</i>	11.116.638	1.801.414
6 <i>La stranezza</i>	10.037.258	5.703.282
7 <i>Le otto montagne</i>	8.610.353	6.009.196
8 <i>Il Colibrì</i>	8.249.759	3.041.042
9 <i>Diabolik - Ginko all'attacco!</i>	7.707.246	1.200.000
10 <i>The Hanging Sun</i>	7.589.842	25.200
11 <i>Il signore delle formiche</i>	7.433.833	1.713.056
12 <i>Hill of Vision</i>	6.776.339	45.800
13 <i>American Night</i>	6.754.418	42.000
14 <i>Belli Ciao</i>	6.688.268	3.013.526
15 <i>Il grande giorno</i>	6.605.016	7.236.631
16 <i>America Latina</i>	6.518.863	652.000
17 <i>Il sesso degli angeli</i>	6.500.402	1.514.066
18 <i>Chiara</i>	6.381.887	198.000
19 <i>C'era una volta il crimine</i>	6.190.665	514.000
20 <i>Corro da te</i>	6.189.761	2.446.502

Fonte: MIC/Cinetel - N.B. sono incluse le co-produzioni



### TOP 20 BUDGET FILM USCITI NEL 2023

TITOLO	BUDGET €	INCASSO €
1 <i>Finalmente l'alba</i>	25.474.832	400.000
2 <i>The Palace</i>	18.867.399	398.000
3 <i>Comandante</i>	15.629.671	3.637.121
4 <i>Rapito</i>	13.685.046	1.871.309
5 <i>Il sol dell'avvenire</i>	13.028.407	4.194.451
6 <i>Io capitano</i>	11.909.549	4.821.961
7 <i>Santocielo</i>	11.833.965	5.500.000
8 <i>Adagio</i>	11.284.695	1.132.215
9 <i>La chimera</i>	10.920.344	1.211.351
10 <i>C'è ancora domani</i>	10.773.440	36.698.309
11 <i>L'ultima notte di Amore</i>	10.698.525	3.471.583
12 <i>Come può uno scoglio</i>	9.637.800	4.200.000
13 <i>Mary e lo spirito di mezzanotte</i>	9.292.344	193.000
14 <i>Mixed by Ery</i>	8.833.031	1.000.000
15 <i>Lubo</i>	8.738.601	137.000
16 <i>Tramite amicizia</i>	8.687.853	3.018.709
17 <i>Il primo giorno della mia vita</i>	8.409.738	2.200.000
18 <i>Tutti per 1 - 1 per tutti</i>	8.083.802	1.500.000
19 <i>The Honeymoon - Come ti rovino il viaggio di nozze</i>	8.043.337	27.500
20 <i>Ladri di Natale</i>	8.014.684	5.600

Fonte: MIC/Cinetel - N.B. sono incluse le co-produzioni

## 2023

È stato il 2023 l'anno produttivamente più interessante. Sono aumentati i film dal grande budget (con almeno 11 produzioni oltre i 10 milioni) e almeno 15 nella fascia tra i 5 e i 10 milioni, segno che dopo la crisi c'è stato un aumento di investimenti nel settore cinematografico ed è cresciuta anche la disponibilità dei produttori a credere in piani di finanziamento più in linea con la media europea. Purtroppo, salvo il caso di *C'è ancora domani* di Paola Cortellesi (36,6 milioni di euro di incasso e 10,7 di costo di produzione) nessun altro film è andato davvero bene proporzionalmente al budget impiegato per realizzarli. L'unico titolo ascrivibile alla seconda fascia di incassi, quella superiore ai 5 milioni al box office è stato *Santocielo* di Ficarra e Picone (5,5 milioni di euro), anche se a fronte di un costo

di oltre 11 milioni di euro. Tutti gli altri titoli o hanno incassato tra il milione e i 5 milioni, o molto meno. Rientrano in questa fascia i film molto apprezzati di grandi maestri come Matteo Garrone (*Io capitano*: 4,8 milioni al box office, 11,9 milioni di budget), *Il sol dell'avvenire* di Nanni Moretti (4,1 milioni al box office, 13 milioni di budget), *Comandante* di Edoardo De Angelis (3,6 milioni al box office, 15,6 milioni di budget), *Rapito* di Marco Bellocchio (1,8 milioni al box office, 13,6 di budget). Particolarmente netto il divario tra budget e incasso nei casi di *Finalmente l'alba* di Saverio Costanzo (25,4 milioni di budget, 400.000 al box office), *The Palace* di Roman Polanski (co-produzione italo-franco-svizzera da 18,8 milioni, 398.000 al box office) e la co-produzione italo-inglese *The Honeymoon* (8 milioni di budget, 27.500 al box office).

**C'È ANCORA DOMANI**

BUDGET €  
10.773.440

INCASSO €  
36.698.309



Fermo, Teatro dell'Aquila

# *Marche infinite storie, infiniti luoghi*

Guarda lo short film



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





## TOP 20 BUDGET FILM USCITI NEL 2024

TITOLO	BUDGET €	INCASSO €
1 Dostoevskij	14.070.776	140.000
2 Un altro ferragosto	12.450.872	1.724.386
3 Succede anche nelle migliori famiglie	10.179.830	5.771.789
4 Race for Glory	9.185.593	1.333.774
5 Another End	9.154.696	238.000
6 Un mondo a parte	9.129.012	7.068.521
7 Enea	8.494.060	1.223.435
8 Caracas	7.315.000	576.000
9 Marcello mio	6.601.402	194.000
10 50 km all'ora	6.439.485	2.220.058
11 Romeo è Giulietta	6.409.330	1.456.820
12 Confidenza	6.267.405	1.733.258
13 Shoshana	6.001.814	50.100
14 Sei fratelli	5.968.500	313.000
15 Ennio Doris - C'è anche domani	5.782.491	727.000
16 The Penitent	5.432.170	110.000
17 Pare parecchio Parigi	5.038.924	3.260.612
18 Me contro Te il film - Operazioni spie	4.997.059	2.302.267
19 Il segreto di Liberato	4.421.993	1.137.461
20 Dieci minuti	3.903.817	1.173.694

Fonte: MIC/Cinetel - N.B. sono incluse le co-produzioni

### 2024

Il 2024 non si è ancora concluso, ma è già possibile delineare un quadro della situazione abbastanza attendibile. Rispetto al 2023, il numero di film con budget consistenti si è ridotto, tornando più o meno ai livelli pre-pandemia. Solo tre film da oltre 10 milioni di budget: *Un altro ferragosto* di Paolo Virzì (12,4 milioni, per un incasso di 1,7 milioni), *Succede anche nelle migliori famiglie* di Alessandro Siani (10,1 milioni, per un box office di 5,7 milioni) e il caso particolare della serie *Dostoevskij* dei fratelli D'Innocenzo uscita in due atti al cinema (14 milioni di budget complessivo, con un incasso di circa 140mila a fine luglio). Il trend produttivo ha visto piuttosto puntare sui film di fascia media. Il titolo italiano che finora ha incassato di più è stato *Un mondo a parte* con Antonio Albanese e Virginia Raffaele, con 7 milioni di euro, a fronte di un budget, da quanto dichiarato al Ministero, di 9,1 milioni. Questa prima metà d'anno ha visto poi film particolarmente ambiziosi i cui risultati in sala, però, non hanno convinto, come *Another End* di Piero Messina (budget di 9,1 milioni e 238.000 euro di incasso), *The Penitent* di Luca Barbarelli (5,4 milioni il budget, 110.000 euro al box office) ed *Enea* di Pietro Castellitto (8,4 milioni di budget, 1,2 milioni di incasso).

### UNO SGUARDO AL FUTURO

Il futuro sembra riservare una stagione ancora all'insegna dei "big budget".

Tra i titoli attesi al varco ci sono, in ordine decrescente: *Queer* di Luca Guadagnino (52,6 milioni di budget), *Parthenope* di Paolo Sorrentino (29,4 milioni di budget), *Napoli-New York* di Gabriele Salvatores (18,5 milioni di budget), *L'abbaglio* di Roberto Andò (18 milioni di budget), *Kung Fu all'amatriciana* di Gabriele Mainetti (16,8 milioni di budget), *Maternità* di Edoardo Ponti (13,3 milioni di budget), *La morte ci divide* di David Chavez Grant e Abigail Ory (13 milioni di budget), *Here Now* di Gabriele Muccino (13 milioni di budget), *Il ritorno* di Uberto Pasolini (12,9 milioni di budget), *Limonov* di Kirill Serebren-

nikov (12,4 milioni di budget), *Eterno visionario* di Michele Placido (12,2 milioni di budget), *Il sognatore indiscreto* di Giuseppe Tornatore (11,5 milioni di budget), *Il treno dei bambini* di Cristina Comencini (10,9 milioni di budget), *Campo di battaglia* di Gianni Amelio (10,8 milioni di budget), *The Opera* di Davide Livermore e Paolo Gep Cucco (10,5 milioni di budget), *Duse* di Pietro Marcello (10,2 milioni di budget) *Il prigioniero* di Alejandro Amenábar (10 milioni di budget). Non resta che attendere l'uscita in sala per valutare la correlazione tra risultato al box office e costo di produzione.

BC

## FILM AD ALTO BUDGET DEL 2024 NON ANCORA USCITI

TITOLO	REGISTA	BUDGET €
1 <i>Queer</i>	Luca Guadagnino	52.670.535
2 <i>Parthenope</i>	Paolo Sorrentino	29.436.420
3 <i>Napoli-New York</i>	Gabriele Salvatores	18.592.320
4 <i>L'abbaglio</i>	Roberto Andò	18.007.637
5 <i>Kung Fu all'amatriciana</i>	Gabriele Mainetti	16.882.672
6 <i>Maternità</i>	Edoardo Ponti	13.398.755
7 <i>La morte ci divide</i>	David Chavez Grant, Abigail Ory	13.025.000
8 <i>Here Now</i>	Gabriele Muccino	13.016.963
9 <i>Il ritorno</i>	Uberto Pasolini	12.920.000
10 <i>Limonov</i>	Kirill Serebrennikov	12.449.190
11 <i>Eterno visionario</i>	Michele Placido	12.293.752
12 <i>Il sognatore indiscreto</i>	Giuseppe Tornatore	11.500.000
13 <i>Paradox Effect</i>	Scott Weintrob	11.144.165
14 <i>Il treno dei bambini</i>	Cristina Comencini	10.951.360
15 <i>Campo di battaglia</i>	Gianni Amelio	10.800.000
16 <i>The Opera</i>	Davide Livermore, Paolo Gep Cucco	10.513.371
17 <i>Duse</i>	Pietro Marcello	10.263.345
18 <i>The Captive</i>	Alejandro Amenábar	10.000.000

Fonte: MIC/Cinetel - N.B. sono incluse le co-produzioni

© iStock, courtesy of Vision Distribution (2); courtesy of Medusa Film (2)



10 ANNI DI CINEMA RICERCATO

WANTED 10

# la sindrome degli amori passati

UN FILM DI ANN SIROT & RAPHAËL BALBONI



62<sup>e</sup> SEMAINE DE LA CRITIQUE CANNES 2023



JASMINE TRINCA

# MARIA MONTESSORI

LA NOUVELLE FEMME

UN FILM DI LÉA TODOROV



NEL CENTENARIO DELLA MORTE DEL GRANDE SCRITTORE

# L'AMORE SECONDO KAFKA

un film di GEORG MAAS & JUDITH KAUFMANN





# LUCI E OMBRE DELLA PIRATERIA IN ITALIA

A FRONTE DI UNA LIEVE DIMINUZIONE DEL CONSUMO ILLEGALE DI FILM, SERIE TV, SPETTACOLI SPORTIVI E SHOW DI INTRATTENIMENTO IN DIRETTA, I DANNI ECONOMICI CAUSATI DA QUESTI ILLECITI RIMANGONO SIGNIFICATIVI. ECCO I DATI DELLA RICERCA A CURA DI IPSOS, COMMISSIONATA DALLA FEDERAZIONE PER LA TUTELA DELLE INDUSTRIE DEI CONTENUTI AUDIOVISIVI E MULTIMEDIALI, SULLA PIRATERIA IN ITALIA NEL 2023


a cura di Fapav

# N

el panorama della pirateria audiovisiva italiana, il 2023 si presenta con luci e ombre. L'ultima indagine FAPAV/Ipsos, presentata il 24 giugno scorso a Roma durante l'evento "Stati Generali della Lotta alla Pirateria tra Legalità, Sicurezza e Intelligenza Artificiale", ha evidenziato una lieve diminuzione nel numero di pirati e negli atti di pirateria, però i danni economici causati da tali illeciti rimangono significativi.

Prima di addentrarci nel dettaglio dell'indagine FAPAV/Ipsos, è da ricordare un evento fondamentale nella lotta al consumo illegale di contenuti audiovisivi avvenuto nel 2023. Ad agosto dello scorso anno è stata infatti introdotta la nuova legge antipirateria (Legge N.93/2023) che conferisce all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) il potere di bloccare entro 30 minuti le piattaforme che trasmettono illegalmente contenuti live, prime visioni di opere cinematografiche e audiovisive, eventi sportivi e altri programmi di intrattenimento in diretta. Per ora questa rapidità di intervento è applicata solo ai contenuti sportivi live, ma entro l'anno si attende l'estensione anche agli altri contenuti previsti dalla Legge. Sicuramente è ancora presto per riscontrare gli effetti benefici di questo impianto nor-





mativo all'avanguardia, anche se si intravedono i primi risultati, almeno a livello informativo: a 4 mesi dall'entrata in vigore della Legge, 1 italiano su 2 è a conoscenza della nuova normativa che prevede, tra l'altro, anche pene più severe per i pirati.

#### **I DATI DELLA RICERCA**

Torniamo alla ricerca. L'ultima indagine FAPAV/Ipsos ci dice che, nel 2023, il 39% degli adulti italiani ha commesso almeno un atto di pirateria, fruendo illecitamente di film, serie/fiction, programmi o sport live. Si registra dunque un calo di 3 punti percentuali rispetto al 2022, tuttavia, il numero totale degli atti di pirateria, anche se in diminuzione, è ancora preoccupante, con una stima di 319 milioni di atti di pirateria. Tra i contenuti più piratati, troviamo sempre al primo posto i film – ogni utente pirata ne ha visti almeno 7 – seguiti da serie/ fiction. Tra le modalità più utilizzate dai pirati, quelle più utilizzate sono le IPTV illecite, con il 23% degli italiani adulti che le ha provate almeno una volta: stiamo parlando di quasi 12 milioni di italiani, un numero costante negli ultimi 3 anni.

#### **IDENTIKIT DEL PIRATA: CHI SONO I PRINCIPALI RESPONSABILI?**

Il profilo del pirata in Italia è chiaro: prevalentemente under 35, con un livello di istruzione più alto rispetto alla media nazionale (22% sono laureati), e concentrati principalmente nel Sud Italia e nelle isole. Gli uomini sono leggermente più propensi a commettere atti di pirateria rispetto alle donne. ➤

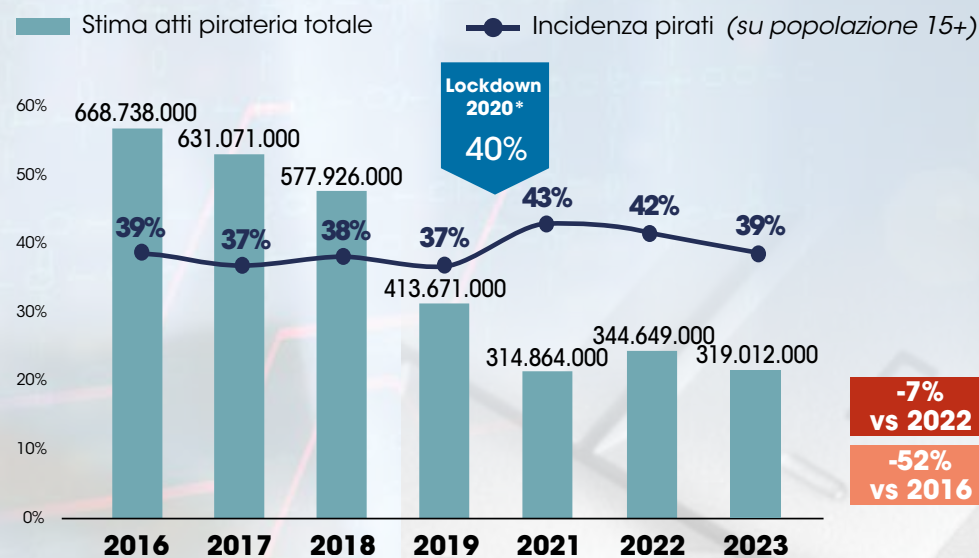
## **LA RICERCA**

La ricerca "La Pirateria Audiovisiva In Italia 2016-2023" è stata realizzata da Ipsos per conto di FAPAV - Federazione per la Tutela dei Contenuti Audiovisivi e Multimediali utilizzando un campione di 3.070 interviste online a soggetti rappresentativi della popolazione italiana dai 15 anni in su. È stato redatto anche un focus specifico sui ragazzi tra i 10 e i 14 anni, intervistando 193 soggetti. Dal 2019, il report ha scorporato il dato della pirateria di sport live da quello dei programmi Tv.



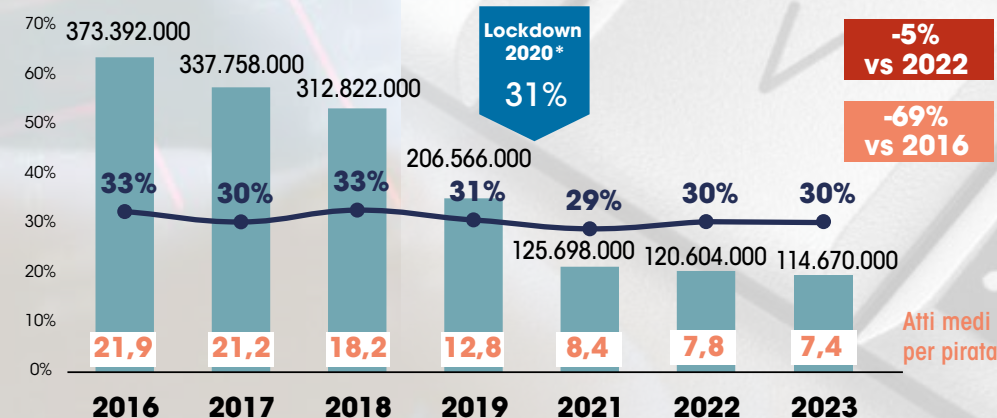
## LA PIRATERIA TRA GLI ADULTI IN ITALIA (2016-2023)

Totale film, serie / fiction, programmi televisivi e sport live



## LA PIRATERIA DI FILM (2016-2023)

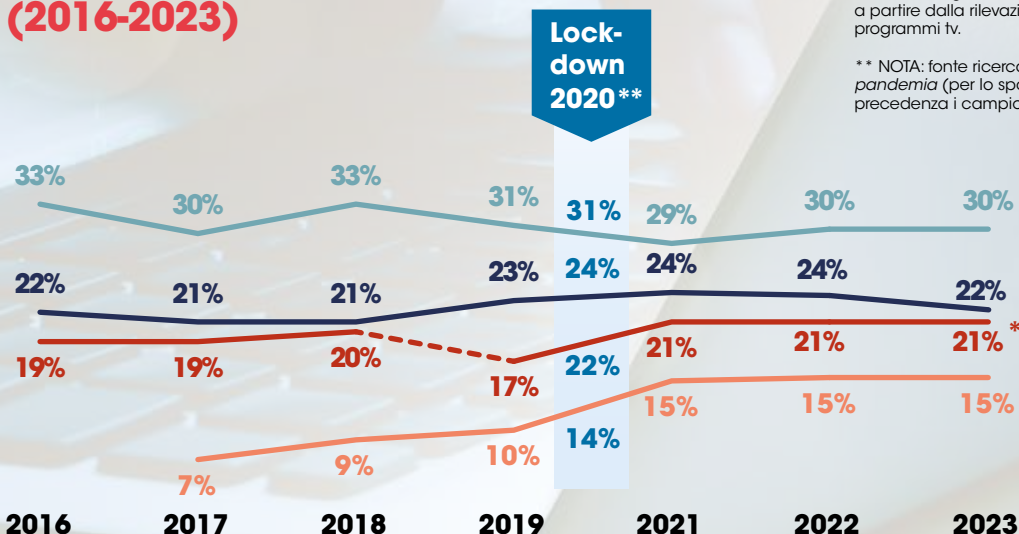
Stima atti pirateria totale / Incidenza pirati (su popolazione 15+)



## LA PIRATERIA PER CONTENUTO (2016-2023)

\* NOTA: i dati relativi ai programmi tv 2016 2018 contengono anche lo sport live; a partire dalla rilevazione 2019 lo sport live è stato scorporato dai programmi tv.

\*\* NOTA: fonte ricerca FAPAV Ipsos La pirateria audiovisiva ai tempi della pandemia (per lo sport live si mostra il dato post lockdown in quanto in precedenza i campionati sono stati sospesi)



## LA SITUAZIONE TRA GLI ADOLESCENTI

Per quanto riguarda gli adolescenti, si guarda ai dati con un barlume di ottimismo visto che l'incidenza della pirateria è in calo ormai da qualche anno: il 45% dei giovani tra i 10 e i 14 anni ha commesso almeno un atto di pirateria nel 2023, contro il 47% del 2022 e il 51% del 2021. Gli atti di pirateria complessivi tra i giovani sono scesi del 14%, attestandosi a 207 milioni. I film restano i contenuti più piratati anche tra gli adolescenti, mentre l'interesse per lo sport live e le serie/fiction è in diminuzione.

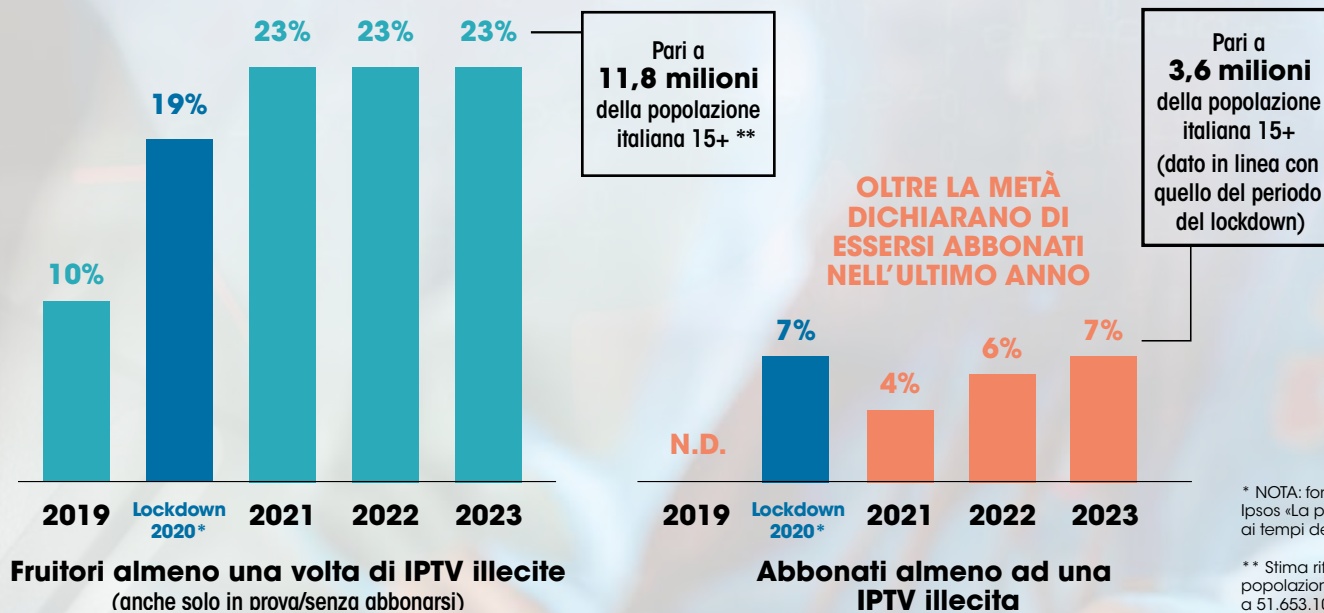
## IL COSTO DELLA PIRATERIA: UN IMPATTO ECONOMICO SIGNIFICATIVO

Veniamo ora alle ombre. La pirateria audiovisiva continua a rappresentare una grave minaccia per l'economia italiana. Ipsos stima che nel 2023 la pirateria abbia causato una perdita di fatturato per l'intero sistema Paese di circa 2 miliardi di euro, con un impatto negativo sul PIL di circa 821 milioni di euro e una contrazione





## INCIDENZA TOTALE E ABBONAMENTI DELLE DELLE IPTV ILLECITE

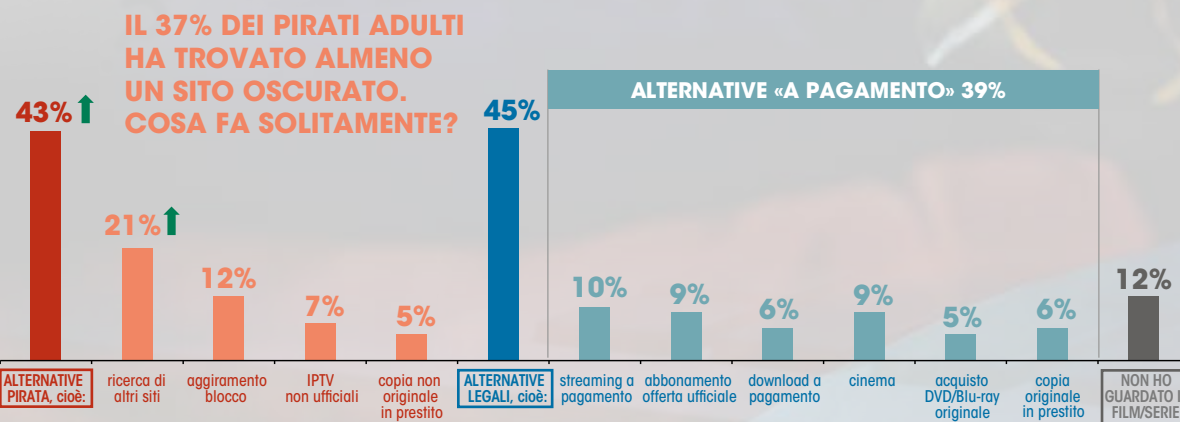


di circa 11.200 posti di lavoro. Il danno economico diretto potenziale per le industrie dei contenuti audiovisivi è stimato a 767 milioni di euro a causa della pirateria di film e serie/fiction, con un ulteriore danno potenziale di 285 milioni di euro a causa della pirateria di eventi sportivi live.

### LA CONSAPEVOLEZZA DEL REATO E LE MISURE DI DETERRENZA

Nella ricerca troviamo poi altri dati che ci spingono a un'ulteriore riflessione. La consapevolezza del reato di pirateria è alta: il 79% dei pirati adulti è a conoscenza che si tratta di una pratica illecita ma ritiene poco probabile essere scoperto. Inoltre, il 47% degli italiani non com- ➔

## EFFICACIA DELLA DETERRENZA





prende appieno la gravità del fenomeno e i suoi impatti economici e culturali.

Le misure di deterrenza, come l'oscuramento dei siti illegali, si dimostrano efficaci: secondo i dati Ipsos, il 37% dei pirati ha incontrato un sito bloccato e il 45% di questi ha scelto di rivolgersi a fonti legali. Proprio per questo è necessaria la collaborazione anche di quei grandi soggetti che favoriscono l'accesso ai contenuti illeciti, come i prestatori di servizi di accesso alla rete, i motori di ricerca e gli altri fornitori di servizi della società dell'informazione.

## SENSIBILIZZAZIONE E CONTRASTO: LE STRATEGIE FAPAV

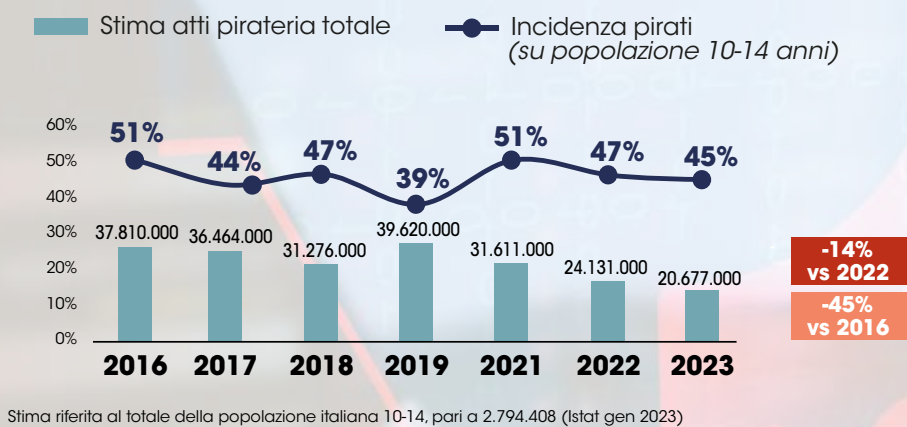
Come possiamo contrastare questa situazione? «È evidente che non si tratta di un problema solo economico o industriale ma assume sempre di più una connotazione sociale», ha detto Federico Bagnoli Rossi, Presidente di FAPAV - Federazione per la Tutela delle Industrie dei Contenuti Audiovisivi e Multimediali. «Proprio per questo è importante lavorare sulla percezione del fenomeno e sulla consapevolezza dei danni creati. La Federazione, infatti, continua a promuovere campagne di sensibilizzazione e progetti di comunicazione per informare e coinvolgere l'opinione pubblica sul valore della legalità». Tra le iniziative più recenti di FAPAV, la seconda edizione di "We Are Stories", una campagna che racconta storie vere di giovani professioniste che hanno realizzato il sogno di lavorare nell'industria audiovisiva, lanciata durante la Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia, e "Il cinema siete voi" dedicata a contrastare il fenomeno del camcording (ovvero l'illecita registrazione di audio e/o video nelle sale cinematografiche) che grazie alla legge dello scorso agosto è diventato reato contro il Diritto d'Autore.

## CONCLUSIONI

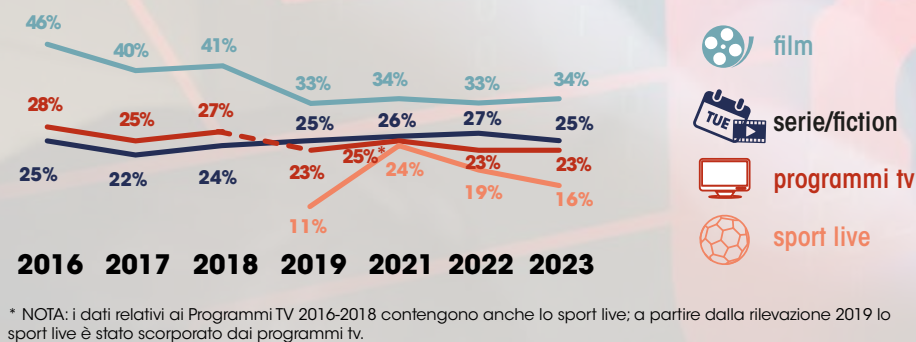
L'indagine FAPAV/Ipsos 2023 disegna un panorama in evoluzione per la pirateria audiovisiva in Italia. Nonostante una leggera diminuzione degli atti illeciti e della platea dei pirati, il fenomeno continua a rappresentare una sfida significativa per l'economia italiana e per le industrie dei contenuti. L'enforcement e le attività di comunicazione ed educational restano dunque i pilastri fondamentali per combattere efficacemente la pirateria e proteggere il futuro del settore audiovisivo. **BO**

## LA PIRATERIA TRA GLI ADOLESCENTI (2016-2023)

Totale film, serie / fiction, programmi televisivi e sport live



## LA PIRATERIA PER CONTENUTO - ADOLESCENTI (2016-2023)





# 10 ANNI DI VISIONI DAL MONDO

IL FESTIVAL INTERNAZIONALE DEL DOCUMENTARIO VISIONI DAL MONDO COMPIE 10 ANNI E TORNA A MILANO DAL 12 AL 15 SETTEMBRE CON UN'EDIZIONE RICCA DI PROIEZIONI (38 ANTEPRIME), EVENTI, ROUNDTABLE E LA SEZIONE INDUSTRY VISIONI INCONTRA. OSPITE D'ONORE, MARIO MARTONE

10 anni sono un traguardo importante.

Lo sa bene **Visioni dal Mondo**: il **Festival Internazionale del Documentario** fondato da Francesco Bizzari è infatti arrivato a spegnere le sue prime 10 candeline, dimostrando in questo arco temporale tutto il suo impegno nel supportate e promuovere il cinema del reale come forma d'espressione più interessante ed efficace per decifrare la complessità del mondo contemporaneo. «Sono profondamente orgoglioso di celebrare questo traguardo che rappresenta non solo una pietra miliare per il nostro Festival, ma anche un'importante conquista per l'industria del documentario in Italia e nel mondo. In questi 10 anni abbiamo lavorato instancabilmente per costruire un ponte tra registi e produttori, facilitando incontri e collaborazioni tra i professionisti del settore» ha sottolineato l'ideatore e Presidente della manifestazione Francesco Bizzari.

Gli fa eco il direttore artistico Maurizio Nichetti: «Il nostro Festival è diventato un punto di riferimento per il cinema del reale e attraverso proiezioni, incontri, masterclass e panel continuiamo a promuovere un dialogo vibrante e significativo tra tutti i partecipanti».

## NON C'È PIÙ TEMPO

Quest'anno **Visioni dal Mondo** torna a Milano dal 12 al 15 settembre per un'immersione di quattro giorni nel cinema del reale. Saranno 38 le anteprime in programma per le diverse sezioni del Festival: il Concorso italiano (con le

due categorie "lungometraggi" e "new talent opera prima") rivolto ai cineasti del nostro Paese, il Concorso internazionale dedicato alle produzioni straniere indipendenti, il Concorso Visioni VR dedicato alla realtà virtuale e la sezione Industry Visioni Incontra. Inoltre, a Visioni dal Mondo in collaborazione con la Commissione Europea ci sarà la proiezione di *Winning Battles*, il cortometraggio prodotto per la campagna "Feeding Hope", volta a sensibilizzare l'opinione pubblica sul ruolo cruciale dell'UE nel finanziamento delle operazioni di aiuto umanitario.

38 film che arrivano da ogni angolo del mondo, con stili e personalità diversi, ma accomunati da un *fil rouge*: l'invito a non stare fermi, ad agire, a cambiare il mondo se il mondo non ci piace. Il tema di questa 10ª edizione, non a caso, è: "Non c'è più tempo". Come spiega bene Nichetti: «per come l'abbiamo pensata noi, l'espressione "Non c'è più tempo" non ha nulla di ansiogeno; anzi, è un inno al coraggio, uno stimolo a muoversi. I film selezionati hanno protagonisti che agiscono, che compiono rivoluzioni storiche ma anche personali». Ecco allora - solo per citare alcuni titoli - il documentario *The Lost Legacy of Tony Gaudio* sul direttore della fotografia Tony Gaudio (primo italiano ad aggiudicarsi l'Oscar nella storia nel 1937), il racconto del tragico incidente del piccolo Alfredino Rampi in *La tv nel pozzo*, la fotografia della star del cinema muto Max Linder, considerato il maestro di Charlie Chaplin, in *Life & Deaths Of Max Linder*.



Nel bollo, l'ospite d'onore del Festival Mario Martone. Da destra in senso orario, alcuni frame dei documentari in programma: *The Lost Legacy of Tony Gaudio*, *Life & Deaths Of Max Linder* e *La tv nel pozzo*



## OSPITI

Mario Martone sarà il guest of honor della 10ª edizione del Festival. Il regista e sceneggiatore, che nel 2023 ha firmato il documentario su Massimo Troisi *Laggiù qualcuno mi ama* premiato col David di Donatello, sarà protagonista domenica 15 settembre di un incontro condotto da Maurizio Nichetti.

## GLI APPUNTAMENTI INDUSTRY DI VISIONI INCONTRA

Oltre ai film documentari già ultimati, **Visioni dal Mondo** è ormai diventato un appuntamento fisso per scoprire anche i progetti in lavorazione o in fase di sviluppo finale. Grazie infatti alla sezione Industry Visioni Incontra (in programma giovedì 12 e venerdì 13 settembre, sempre curata da Cinzia Masòtina), esclusivamente dedicata al settore, a inviti e per soli accreditati, sarà possibile assistere alle presentazioni di documentari ancora in work in progress o in final development. In calendario anche incontri one on one con potenziali finanziatori, commissioning editors, coproduttori, distributori, film commissions. Senza dimenticare panel e roundtable come quella dal titolo "Non siamo un genere: il cinema del reale e il racconto delle donne. Canonizzare l'eccezionalità o restituire la complessità? La creatività tra possibilità produttive e linee editoriali" realizzata in collaborazione con Women in Film, Television & Media Italia.

© Courtesy of Visioni dal Mondo (3); Getty Images (1)

## FESTIVAL INTERNAZIONALE DEL DOCUMENTARIO VISIONI DAL MONDO

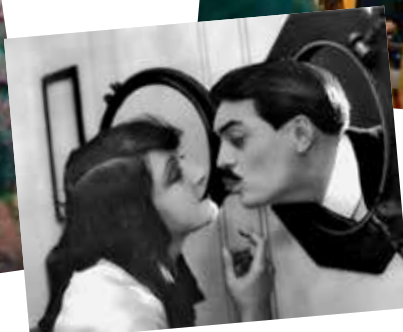
MILANO, DAL 12 AL 15 SETTEMBRE 2024

PRESSO IL TEATRO LITTA, LA CINETECA MILANO ARLECCHINO, IL MUSEO NAZIONALE SCIENZA E TECNOLOGIA LEONARDO DA VINCI

Le proiezioni sono fruibili anche online da tutta Italia su [www.visionidalmondo.it](http://www.visionidalmondo.it) attraverso le sale web della piattaforma streaming MYmovies

Il 10° Festival organizzato da Frankieshowbiz è patrocinato da Regione Lombardia, RAI, CNA Cinema e Audiovisivo e dall'Associazione dell'autorialità cinetelevisiva 100autori. Main sponsor GKSD Investment Holding Group; sponsor BNL, BNP Paribas e Pirelli.

Media partner Rai Cultura e Rai Documentari, il sostegno di Rai Cinema, radio media partner Radio24, web media partner Taxi Drivers.







thewashingmachine.it

## UNO SPETTACOLO DI TARGET.

\*Dicembre 2019 GfK - Analisi acquirenti DCA

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

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

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



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



IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS

# BOXOFFICE & *Best* MOVIE

PRESENTANO

# TOP 50

## LA POWER LIST 2024 DEL CINEMA ITALIANO

LA CLASSIFICA DEI PROFESSIONAL (A CURA DI *BOX OFFICE*) E DEI TALENT (STILATA DA *BEST MOVIE*) PIÙ INFLUENTI DEL CINEMA ITALIANO NELLA STAGIONE 2023/2024, TRA CONFERME, NUOVI VOLTI E SORPRESE. ECCO UNA FOTOGRAFIA DI CHI CONTA DAVVERO NELL'INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA ITALIANA





## **TOP 50 GLI SPECIALI DI BOX OFFICE**

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

I.R. Riservato ai lettori di Box Office  
Registrazione Tribunale di Milano n. 238 del 7/5/94 -  
Iscrizione Registro Nazionale della Stampa  
n. 9380 del 11/4/2001 - ROC n. 6794  
Le informazioni sui listini (crediti non definitivi)  
provengono dalle rispettive aziende

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

**N.B. Gli incassi sono aggiornati al 29/7/2024.**



# PROFESSIONAL

di Paolo Sinopoli



01

## PAOLO DEL BROCCO

AMMINISTRATORE DELEGATO DI RAI CINEMA



**PUNTI DI FORZA**  
IL RUOLO INDISCUSSO DI PARTNER STRATEGICO PER IL CINEMA ITALIANO E LA CAPACITÀ DI REALIZZARE STORIE IN GRADO DI VALICARE I CONFINI NOSTRANI.

**PUNTO DEBOLE**  
NON SARÀ SCONTATO TROVARE UN NUOVO EQUILIBRIO INTERNO SULLA QUANTITÀ (E QUALITÀ) DEI FILM PRODOTTI.

Ancora una volta l'amministratore delegato di Rai Cinema, Paolo Del Brocco, sempre coadiuvato dal presidente **Nicola Claudio** e dal direttore generale **Giuseppe Sturiale**, ha lasciato il segno in quest'ultima stagione cinematografica. Specialmente dopo la corsa all'Oscar di *lo capitano* di Matteo Garrone, che ha concorso nella cinquina finalista per il Miglior film internazionale, purtroppo senza aggiudicarsi l'ambita statuetta ma consolato dalla vittoria di 6 David di Donatello, tra cui per miglior film, regia e produttore. E se nel quadriennio 20/23 Rai Cinema ha contribuito alla realizzazione di 280 film e 120 documentari, per un investimento complessivo di 325 milioni di euro, garantendo come servizio pubblico un sostegno imprescindibile per la ripresa dell'industria cinematografica, ora il manager invita a ritrovare un nuovo equilibrio interno sulla quantità di film prodotti, a costo di scontentare qualcuno. Nei tre maggiori incassi di produzioni targate Rai Cinema figurano *Succede anche nelle migliori famiglie* (5,7 milioni), *lo capitano* (4,8 milioni) e *Comandante* (3,6 milioni). E nel prossimo futuro di Rai Cinema sono attesi sul grande schermo titoli quali *Fino alla fine* di Muccino, *Napoli - New York* di Salvatores, *The Return* di Pasolini, *lo e te dobbiamo parlare* di Alessandro Siani, *L'abbaglio* di Andò e *Follemente* di Genovese. Tutte opere che usciranno in sala con 01 Distribution, guidata dal direttore **Luigi Lonigro**, che nell'ultima stagione si è distinta con 17 film per un incasso complessivo di 24,6 milioni di euro (in crescita rispetto ai 22,2 milioni totalizzati con 20 film nella stagione precedente).



02

## GENNARO SANGIULIANO

MINISTRO DELLA CULTURA



**PUNTI DI FORZA**  
RESTA IMPRESCINDIBILE IL SOSTEGNO DEL MIC AL SETTORE CINEMATOGRAFICO.

**PUNTO DEBOLE**  
IL RITARDO E L'INCERTEZZA ATTORNO ALLA RIFORMA DEL TAX CREDIT HA INCISO NEGATIVAMENTE SULLA PRODUZIONE ITALIANA.

Anche in quest'ultima stagione, segnata da diverse difficoltà, il ministro della cultura Gennaro Sangiuliano non ha fatto mancare il suo sostegno all'esercizio cinematografico, addirittura potenziando le risorse a disposizione. Un merito che va riconosciuto all'impegno dalla senatrice e sottosegretario di Stato al MiC **Lucia Borgonzoni**, assistita dal direttore generale cinema del MiC **Nicola Borrelli**, con **Mario Turetta** recentemente nominato a capo del DIAC - Dipartimento per le attività culturali. Importante la riconferma della campagna estiva "Cinema Revolution", anche se le risorse sono state sbloccate ancora una volta all'ultimo momento. Ma il vero scoglio con cui ha dovuto fare i conti Sangiuliano è stato il settore produttivo, alle prese con l'incertezza attorno alla nuova riforma del tax credit, che a fine luglio non è ancora entrata in vigore. Un ritardo che ha portato a una paralisi delle produzioni cinematografiche, gettando un'ombra soprattutto sulle società più piccole, che chiedono anche uno stop ai ritardi sulle finestre del tax credit e pagamenti più puntuali del credito di imposta. Inoltre, il MiC si trova in debito con le produzioni, pagando con grande ritardo i contributi automatici e selettivi degli ultimi anni. Intanto il ministro ha ribadito il suo disappunto per l'elevato numero di opere audiovisive sostenute dal tax credit e mai uscite in sala, o che hanno registrato incassi irrisori sul grande schermo. Infine, va segnalato il taglio di 50 milioni di euro al fondo per il cinema nel 2024.

NEW ENTRY

03

## MASSIMO PROIETTI

AMMINISTRATORE DELEGATO DI VISION DISTRIBUTION



**PUNTI DI FORZA**  
LA LUNGA ESPERIENZA E PROFESSIONALITÀ DI UN MANAGER STIMATO DAL SETTORE E GIÀ ABITUATO A CONFRONTARSI CON PIÙ SOGGETTI AI TAVOLI ASSOCIATIVI E MINISTERIALI.

**PUNTO DEBOLE**  
RESTA LA COMPLESSITÀ DI GESTIRE LE ESIGENZE DI TUTTI I PRODUTTORI SOCI, CHE NON SEMPRE CONVERGONO VERSO UN INTERESSE COMUNE.

Eletto all'unanimità lo scorso marzo da tutti i soci, Massimo Proietti è ora alla guida di Vision Distribution in veste di amministratore delegato. Un importante attestato di fiducia nei confronti di un manager con una brillante carriera in campo cinematografico che lascia così il ruolo di Deputy Managing Director in Universal Pictures International Italy per dedicarsi a una nuova sfida professionale. Proietti prende le redini della società fondata da Sky e da 5 produttori italiani in un momento di riorganizzazione interna dopo l'uscita dell'ex AD Massimiliano Orfei (ora presidente di Piperfilm) e in seguito all'incredibile successo di *C'è ancora domani* di Paola Cortellesi: 6 David di Donatello, 36,6 milioni di euro al box office italiano e maggiore incasso italiano del 2023. Nella stagione 2023/24 Vision ha totalizzato 53,5 milioni con 21 film usciti in sala, di cui ricordiamo anche *Come può uno scoglio* (4,2 milioni), *Cento domeniche* (1,9 milioni) e *Confidenza* (1,7 milioni). Nel frattempo Proietti continua a supportare con una consulenza strategica **Xavier Albert**, Managing Director di Universal, mentre in Vision può contare sul supporto di un team ormai consolidato, a partire da **Laura Mirabella** (Marketing & Communication Director) e **Barbara Bladier** (Distribution Manager). Tra i prossimi film co-prodotti da Vision, *Limonov*, *L'amore e altre seghe mentali*, *Non sono quello che sono*, *Falla girare 2*, il nuovo film di Gabriele Mainetti ed *Hey Joe* di Claudio Giovannesi con James Franco. Vision distribuirà poi *Diamanti* di Ozpetek e il nuovo film di Angelo Duro.

# TALENT

di Giorgio Viaro  
Ha collaborato Cristiano Bolla



01

## PAOLA CORTELLESI

ATTRICE, SCENEGGIATRICE, REGISTA



**PUNTI DI FORZA**  
NON SAPREMMO DA DOVE INIZIARE. ATTRICE BRILLANTE, SCENEGGIATRICE ISPIRATA, REGISTA DA RECORD.

**PUNTO DEBOLE**  
RIPETERE QUESTI NUMERI NON SARÀ FACILE, MA C'È QUALCUNO DISPOSTO A SCOMMETTERE CHE NON CI RIUSCIRÀ?

Attrice e sceneggiatrice di enorme successo, le mancava giusto la regia e al debutto con *C'è ancora domani* ha pensato bene di battere una mezza dozzina di record, compreso quello come maggior incasso al botteghino del 2023 con oltre 36,6 milioni di euro (più del fenomeno mondiale *Barbie*, che sembrava inarrivabile) e 5,4 milioni di presenze in sala. Solo che Paola Cortellesi non si è accontentata di mettere d'accordo il pubblico italiano: ha collezionato ottime critiche, portato a casa 6 David di Donatello (su 19 candidature, altro record) e conquistato il box office francese (quasi cinque milioni di euro). Soprattutto, ha saputo riaccendere il piacere del dibattito sociale e politico, sfruttando il megafono cinematografico per parlare e far parlare di temi fondamentali quali la parità di genere e la violenza contro le donne. Insomma, un trionfo e l'inizio - almeno lo auspichiamo - di una nuova fase della sua carriera.



02

## MATTEO GARRONE

REGISTA, SCENEGGIATORE, PRODUTTORE



**PUNTI DI FORZA**  
CAMBIA SEMPRE GENERE E TONO, HA UNO STILE MENO MARCATO DI ALTRI SUOI COLLEGGI, EPPURE TROVA SEMPRE IL CUORE DEL PUBBLICO.

**PUNTO DEBOLE**  
OGNI SUO FILM IN FONDO È UNA SCOMMESSA, E OGNI SCOMMESSA COMPORTA UN RISCHIO.

Probabilmente *C'è ancora domani* avrebbe vinto ancora più David di Donatello, se non fosse stato per la concorrenza di uno dei film italiani più coraggiosi e meno omologati degli ultimi tempi. Quattro anni dopo *Pinocchio*, Matteo Garrone è tornato per raccontare in chiave quasi fiabesca l'odissea dolorosa di due giovani migranti senegalesi diretti in Europa. *lo capitano* ha conquistato la Mostra del Cinema di Venezia vincendo due premi (Leone d'argento per il miglior regia e Premio Marcello Mastroianni a Seydou Sarr), collezionato David di Donatello e soprattutto rappresentato l'Italia nella categoria Miglior Film Internazionale ai premi Oscar, arrivando a conquistarsi un posto nell'ambitissima cinquina finale dei Migliori Film Stranieri. Non solo: in sala ha incassato quasi 5 milioni di euro, che per un film sottotitolato e senza star è una specie di miracolo. Anche in questo caso: intrattenimento e impegno, coinvolgimento del pubblico e plauso della critica. La conferma che Garrone resta una delle punte di diamante della nostra industria, nonostante film diversissimi tra loro.



03

## RICCARDO MILANI

REGISTA, SCENEGGIATORE



**PUNTI DI FORZA**  
LE SUE COMMEDIE HANNO UNA PRECISA IDENTITÀ CHE IL PUBBLICO RICONOSCE E APPREZZA, E L'AFFINITÀ CON ALBANESE È INCREDIBILE.

**PUNTO DEBOLE**  
PRIMA O POI IL RISCHIO DELLA RIPETITIVITÀ (ANCHE DEL CAST) POTREBBE PRESENTARE IL CONTO.

All'ultima edizione di Ciné - Giornate di Cinema anche Medusa ha scherzato sul tour infinito portato avanti dal regista per promuovere *Un mondo a parte* nelle sale di tutta Italia, ma è un'ironia corroborata dai grandi risultati ottenuti dalla commedia con protagonisti Antonio Albanese e Virginia Raffaele. 7 milioni di euro al box office e oltre 1 milione di spettatori, primo film italiano del 2024 e secondo degli ultimi 12 mesi dopo il clamoroso successo di *C'è ancora domani*. Milani continua a non sbagliare un colpo, con o senza Paola Cortellesi, e ha ormai precisato la sua particolare versione della commedia all'italiana, della cui grande stagione è oggi uno dei più legittimi eredi: storie "piccole" ma di grande cuore, in cui il tessuto sociale della provincia, delle periferie e dei piccoli centri sono il punto di partenza per situazioni comiche basate sull'accostamento di opposti.



## PROFESSIONAL

di Paolo Sinopoli

=

04

## GIAMPAOLO LETTA

VICEPRESIDENTE E AMMINISTRATORE DELEGATO DI MEDUSA FILM



**PUNTI DI FORZA**  
MEDUSA TENDE A DARE SEMPRE IL MEGLIO DI SÉ QUANDO SI TRATTA DI COMMEDIE, A PRESCINDERE DAL SOTTOGENERE IN QUESTIONE

**PUNTO DEBOLE**  
I RISULTATI MIGLIORI SONO SPESSO VINCOLATI ALLA PRESENZA DEI COMICI PIÙ NOTI, SENZA CUI NON È FACILE IMPORSI A UN PUBBLICO PIÙ LARGO.

Il secondo maggiore incasso italiano della stagione 2023/24 appartiene a Medusa Film, guidata dal vicepresidente e amministratore delegato Giampaolo Letta, con la commedia *Un mondo a parte* di Riccardo Milani, che ha registrato un risultato complessivo di oltre 7 milioni di euro. Nell'ultimo anno di attività il gruppo ha raccolto un box office totale di 23,7 milioni di euro con 12 film distribuiti in sala, in crescita rispetto ai 19,3 milioni registrati nella stagione precedente con 13 titoli usciti al cinema. Degni di nota anche i risultati di *Santocielo* (5,4 milioni), *I solidi idioti 3 - Il ritorno* (3,9 milioni) e *L'ultima volta che siamo stati bambini* (1,9 milioni). Tra i prossimi film che Medusa porterà sul grande schermo ricordiamo *Ricomincio da taaac* con il Milanese Imbruttito, *Famiglia* di Francesco Costabile e il natalizio *Cortina Express* con Christian De Sica, Lillo e Isabella Ferrari. A questi si aggiungono anche i prossimi titoli di Be Water Film, che saranno distribuiti in sala da Medusa in collaborazione con Be Water. Inoltre, dopo il caso de *La stranezza* (5,5 milioni nella stagione 2022/2023), Medusa ha rinnovato la partnership produttiva con Rai Cinema per il nuovo film di Roberto Andò *L'abbaglio*, che riunirà ancora una volta sul grande schermo Toni Servillo, Ficarra e Picone.

=

05

## ALESSANDRO ARAIMO

EVP &amp; MID ITALY &amp; IBERIA DI WARNER BROS. DISCOVERY



**PUNTI DI FORZA**  
I CRESCENTI INVESTIMENTI NEL CINEMA ITALIANO E LA POSSIBILITÀ DI POTER CONTARE SU UN TEAM STRUTTURATO.

**PUNTO DEBOLE**  
ME CONTRO TE A PARTE, MANCA UNA CONTINUITÀ DI PRODOTTO CON AUTORI E/O CELEBRITÀ DEL PANORAMA ITALIANO.

Warner Bros. Discovery si conferma l'unica major a investire con costanza nel cinema italiano, e anche nell'ultima stagione il gruppo guidato da Alessandro Araimo, EVP & Mid Italy & Iberia di WBD, ha lasciato il segno con tre opere coprodotte e distribuite in sala per un incasso complessivo di oltre 7,5 milioni di euro: *Me contro Te - Vacanze in Transilvania* (4,5 milioni), *Me contro Te - Operazione spie* (2,5 milioni) e *Home Education - Le regole del male* (433mila euro). Inoltre, quest'anno l'investimento di Warner Bros. Discovery nel cinema italiano è sostanzialmente raddoppiato in progetti che vedono anche la supervisione di **Arturo De Simone**, Exec. Marketing Director Theatrical and Digital Distribution Italy and Spain & Italian Local Production di WBD. Il fenomeno italiano dei *Me contro Te* - l'unico dedicato al target dei più piccoli - è destinato a proseguire sul grande schermo con *Me contro Te: Cattivissimi a Natale*, al cinema da dicembre, e tra i film annunciati in arrivo al cinema figurano anche *Come far litigare mamma e papà* con Carolina Crescentini e Giampaolo Morelli, e l'adattamento della pièce francese *Toc Toc* di Laurent Baffie. Infine, va ricordato l'importante risultato dell'ultimo film diretto da Luca Guadagnino, *Challengers*, che WBD ha distribuito nelle sale italiane raggiungendo un incasso finale di 4,3 milioni di euro.

NEW ENTRY

06

## SONIA ROVAI

AMMINISTRATORE DELEGATO DI WILDSIDE



**PUNTI DI FORZA**  
LA LUNGA ESPERIENZA DI SONIA ROVAI IN SKY E NEL MONDO DEGLI SCRIPTED.

**PUNTO DEBOLE**  
POTREBBE SENTIRSI IL CONTRACCOLPO DELL'USCITA DI UNA FIGURA CENTRALE COME L'EX AD MARIO GIANANI.

Dopo l'uscita di scena dell'ex AD Mario Gianani, da febbraio 2024 Sonia Rovai è il nuovo amministratore delegato della casa di produzione Wildside, controllata da Fremantle del Group COO e Continental Europe CEO **Andrea Scrosati**. La manager prende così le redini della società dopo una stagione particolarmente luminosa che ha visto Wildside brillare con la produzione dei due maggiori incassi italiani del 2023/2024: *C'è ancora domani* di Paola Cortellesi (36,6 milioni di euro) e *Un mondo a parte* di Riccardo Milani (7 milioni). Complessivamente il gruppo ha chiuso l'ultima stagione con un incasso complessivo di 44,2 milioni con soli 6 film usciti in sala, di cui ricordiamo anche *Finalmente l'alba* di Saverio Costanzo (407mila euro). Wildside ha siglato anche un nuovo accordo di co-produzione con Sony Pictures International Productions per sviluppare e produrre film in Italia, e il primo titolo a rientrare in questo deal sarà *Una famiglia sottopapa* di Alessandro Genovesi, con Luca Argentero e Valentina Lodovini. Tra le produzioni future targate Wildside ricordiamo anche *Limonov* di Serebrennikov e il nuovo film di Gabriele Mainetti.

## TALENT

di Giorgio Viaro  
Ha collaborato Cristiano Bolla

↓

04



**PUNTI DI FORZA**  
RESTA IL REGISTA ITALIANO PIÙ AMATO E RICONOSCIUTO, ANCHE ALL'ESTERO, CAPACE DI CATALIZZARE L'ATTENZIONE MEDIATICA ATTRAVERSO MILLE STRADE (VEDI LA COLLABORAZIONE SOCIAL CON IL GRANDE FOTOGRAFO GREG WILLIAMS).

**PUNTO DEBOLE**  
DUE FILM DI FILA COSÌ CONCENTRATI SUL SUO AMORE VISCERALE PER NAPOLI RISCHIANO DI IRRIGIDIRE UN PO' LA SUA VENA POETICA.

## PAOLO SORRENTINO

REGISTA, SCENEGGIATORE, PRODUTTORE

Dopo il passaggio a Venezia con *È stata la mano di Dio*, il regista-divo del cinema italiano è tornato a Cannes con *Parthenope*, nel quale per la prima volta ha declinato al femminile il suo amore per Napoli e la sua vena immaginifica, capace di trasfigurare ogni luogo e ogni istituzione in forma mitica. Era l'unico italiano in concorso, a conferma che anche in annate meno fortunate - o comunque meno ricche - per il nostro cinema d'autore, la sua firma resta una garanzia di qualità e riconoscibilità internazionale, come confermato anche dall'interessamento della prestigiosa etichetta A24, che distribuirà il film negli States. In generale, quando si parla di film-evento, in Italia si parla ancora e sempre del suo cinema.

↑

05



**PUNTI DI FORZA**  
PRATICAMENTE NON C'È STAR AL MONDO CHE NON VOGLIA LAVORARE CON LUI, ANCHE A COSTO DI ABBASSARSI IL CACHET.

**PUNTO DEBOLE**  
COMINCIA A INCASSARE UN PO' DI PIÙ, MA CERTO NON È NOTO PER I SUOI BOX OFFICE STRATOSFERICI.

## LUCA GUADAGNINO

REGISTA, SCENEGGIATORE, PRODUTTORE

Zendaya, Daniel Craig e Julia Roberts. Sono il recente passato, l'immediato futuro e quello un po' meno immediato di Luca Guadagnino, e sono anche alcune delle star americane più amate al mondo. Senza considerare il suo rapporto speciale con Timothée Chalamet. Basterebbe questo per far capire quale sia oggi la rilevanza del cinema del regista di *Chiamami col tuo nome* nel panorama internazionale. Cinefilo, provocatore, appassionato, impossibile da classificare in un genere o in uno stile, oltre che bravissimo sta diventando anche più performante al botteghino, considerato che con *Challengers* ha sfiorato i 100 milioni di dollari al botteghino globale (superando i 4 milioni in Italia). Ma il punto è che con la sua capacità di calamitare i grandi divi, si dimostra una forza produttiva senza pari, e non è un caso che non faccia a tempo a finire un film che ne ha già uno nuovo in partenza. Prossima tappa: *Queer*, con protagonista Daniel Craig, basato sul romanzo bollente di William S. Burroughs.

↓

06



**PUNTI DI FORZA**  
LE LORO COMMEDIE CONTINUANO A FUNZIONARE MA ESCONO VOLENTIERI, E SEMPRE CON OTTIMO ESITO, DALLA LORO COMFORT ZONE.

**PUNTO DEBOLE**  
SANTOCIELO È ANDATO BENE, MA NON QUANTO I LORO MAGGIORI SUCCESSI.

## FICARRA E PICONE

ATTORI, SCENEGGIATORI, REGISTI

Se *La stranezza* di Roberto Andò ne aveva dimostrato le qualità (e la loro presa sul pubblico) anche al di fuori dalla loro *comfort zone*, *Santocielo*, con oltre 5 milioni di euro al botteghino, ha ribadito che sono una sicurezza al box office, pur non avendo raggiunto gli incassi dei loro film più fortunati. E ha segnato un'evoluzione: per la prima volta hanno deciso di far dirigere un loro film da un altro regista (Francesco Amato). Ora torneranno al cinema in costume, sempre diretti da Andò e sempre al fianco di Toni Servillo, con *L'abbaglio*, sulla Spedizione dei Mille di Giuseppe Garibaldi. Naturalmente tra i titoli più attesi dei prossimi dodici mesi. Curiosità: Salvatore Ficarra farà anche parte del cast della nuova serie su Zorro prodotta da Paramount+ e France Télévisions insieme a France Tv Distribution, nella quale a dare il volto allo spadaccino sarà Jean Dujardin.



## PROFESSIONAL

di Paolo Sinopoli



### 07 IGINIO STRAFFI; ALESSANDRO USAI



**PRESIDENTE; AMMINISTRATORE DELEGATO DI COLORADO FILM**

Si conferma vincente la linea editoriale improntata sulla commedia per la casa di produzione Colorado Film, controllata da Rainbow e guidata dal presidente Iginio Straffi e dall'amministratore delegato Alessandro Usai. A fare la parte del leone nell'ultima stagione sono stati ancora una volta i film con protagonisti i Me contro Te, fenomeno cinematografico dedicato al target kids e co-prodotto da Colorado, Warner Bros. Discovery e dallo stesso duo comico. Sono stati due, infatti, i film dei Me contro Te usciti al cinema - *Vacanze in Transilvania* (4,5 milioni di euro) e *Operazioni spie* (2,5 milioni) - mentre il prossimo capitolo è previsto in sala a dicembre e si intitolerà *Me contro Te: Cattivissimi a Natale*. Si è distinta al cinema anche la commedia *50 km all'ora* (2,2 milioni), co-prodotta con Sony Pictures International Productions, che prosegue la collaborazione di vecchia data con Fabio De Luigi (questa volta al fianco di Stefano Accorsi) dopo il successo di *Tre di troppo*. Tra le prossime produzioni targate Colorado figurano anche due film di Guido Chiesa.

**PUNTI DI FORZA**  
CONTINUA A RIVELARSI PREZIOSO IL FILONE DEI ME CONTRO TE, COSÌ COME RESTA VINCENTE LA SCOMMESSA SULLE COMMEDIE.

**PUNTO DEBOLE**  
C'È ANCORA AMPIO MARGINE PER ESPANDERE LE COLLABORAZIONI CON ALTRI ARTISTI E PROVARE A IMBOCCARE NUOVE STRADE CINEMATOGRAFICHE.



### 08 RAMÓN BIARNÉS; FRANCESCO GRANDINETTI



**MANAGING DIRECTOR SOUTHERN E NORTHERN EUROPE DI ODEON CINEMAS GROUP (UCI CINEMAS); GENERAL MANAGER DI THE SPACE CINEMA**

I circuiti cinematografici The Space (35 multiplex per 352 sale), controllato da Vue International, e UCI Cinemas (39 multiplex per 392 sale), di proprietà di Odeon Cinemas Group, restano la colonna portante del mercato italiano. Nel 2023 le due catene hanno registrato complessivamente una quota di mercato del 36,5% (contro il 36,6% del 2022). Prosegue per UCI Cinemas - guidata da Ramón Biarnés - l'ambizioso piano di investimenti che, oltre alla conversione di alcuni cinema nel concept Luxe, prevede l'installazione di nuovi PLF e un programma di rinnovamento delle poltrone. Degna di nota anche la struttura UCI Verona, appena rinnovata e con una nuova sala Imax, l'unica in Veneto. Va notato che, rispetto alla stagione 2022/2023, oggi UCI presenta due cinema in meno in quanto il multiplex di Certosa (MI) ha chiuso i battenti e il cinema di Ferrara è passato in gestione a Notorious Cinemas, mentre The Space non può più fare affidamento sull'Odeon di Milano, che ha cessato l'attività. E dopo i restyling di diverse strutture di The Space Cinema, per il circuito diretto da Francesco Grandinetti quest'anno si concluderà il processo che porterà al rinnovo di 114 proiettori con tecnologia laser in 12 multiplex e saranno completati i lavori di ristrutturazione del cinema di Nola (NA).

**PUNTI DI FORZA**  
I DUE CIRCUITI LEADER DI MERCATO RESTANO DETERMINATI A MIGLIORARE L'EXPERIENCE DELLO SPETTATORE INVESTENDO SU QUALITÀ E COMFORT.

**PUNTO DEBOLE**  
CONTINUANO A INCIDERE NEGATIVAMENTE SUI BILANCI LE CONSEGUENZE DELLA PANDEMIA E GLI SLITTAMENTI DEI BLOCKBUSTER A CAUSA DEGLI SCIOPERI HOLLYWOODIANI.



### 09 ATTILIO DE RAZZA; NICOLA PICONE



**HEAD OF PRODUCER; ADMINISTRATOR DI TRAMP LIMITED**

È stata una stagione 2023/24 particolarmente ricca per Tramp Limited dell'Head of Producer Attilio De Razza e dell'administrator Nicola Picone, che ha totalizzato al box office italiano ben 9,1 milioni di euro con soli due film. Non solo Tramp ha prodotto il quarto maggiore incasso dell'anno per una produzione italiana, ovvero la commedia *Santocielo* di Francesco Amato (5,4 milioni di euro), con Ficarra, Picone e Giovanni Storti, ma ha co-prodotto anche l'ambizioso *Comandante* (3,6 milioni) con Pierfrancesco Favino. E dopo aver co-prodotto uno dei progetti più stimolanti della stagione precedente, *La stranezza*, Tramp Limited è pronta a ripetere un'operazione analoga con lo stesso regista (Roberto Andò) e lo stesso cast (Toni Servillo, Ficarra e Picone) nel film in costume *L'abbaglio*. Tra i prossimi film italiani che portano la firma della società troviamo anche *Il peggior lavoro della mia vita* di Volfrango De Biasi, *Nelle migliori famiglie* di Paolo Costella, *Famiglia* di Francesco Costabile, *Dove osano le cicogne* di Fausto Brizzi.

**PUNTI DI FORZA**  
AVERE IN SCUDERIA FICARRA E PICONE, MA ANCHE LA CAPACITÀ DI ALLARGARE GLI ORIZZONTI E CREARE SINERGIE CON NUOVI AUTORI E ARTISTI.

**PUNTO DEBOLE**  
NORMALMENTE RIESCONO A IMPORSI ALL'ATTENZIONE DEL GRANDE PUBBLICO SOLO LE PRODUZIONI CON FICARRA E PICONE.

## TALENT

di Giorgio Viaro  
Ha collaborato Cristiano Bolla



### 07



### PIERFRANCESCO FAVINO ATTORE, PRODUTTORE

È un po' il Sorrentino della recitazione, scusateci la semplificazione. Almeno se parliamo di rilevanza internazionale, presenza ai Festival, garanzia che i prodotti a cui prende parte hanno la qualità necessaria per interessare sia il pubblico che i concorsi di cinema. Non tutte le ciambelle gli riescono con un buco perfetto ma tutte, in partenza, ingoliscono. Ma c'è di più: all'ultima Mostra del Cinema di Venezia, dove presentava gli ottimi *Comandante* di Edoardo De Angelis e *Adagio* di Stefano Sollima, si è parlato molto del suo "attacco" a Hollywood e in particolare all'appropriazione culturale grossolana del nostro patrimonio di personaggi storici. Le sue idee hanno fatto il giro del mondo e stimolato dibattiti quanto mai appropriati. Vi vengono in mente altri grandi attori oggi così rilevanti anche sul piano del dibattito culturale? Adesso lo rivedremo in *Napoli-New York* di Gabriele Salvatores, ne *Il conte di Montecristo* di Alexandre de La Patellière e Matthieu Delaporte, e in *Maria* di Pablo Larraín con Angelina Jolie.

**PUNTI DI FORZA**  
I SUOI FILM NON PASSANO MAI INOSSERVATI, LE SUE PROVOCAZIONI INTELLETTUALI NEMMENO.

**PUNTO DEBOLE**  
NON È UNA GARANZIA DI INCASSI STRATOSFERICI. *COMANDANTE* E *ADAGIO* SONO ANDATI BENINO, NON DI PIÙ.



### 08



### ALESSANDRO SIANI ATTORE, REGISTA, SCENEGGIATORE

Si parla spesso di un "target Favino", ma l'industria italiana non sembra poter prescindere nemmeno dal "target Siani". L'attore, sceneggiatore, regista e produttore ha un approccio che si potrebbe definire "realista", quando si tratta di commedie: ambizioni misurate, formule consolidate. E così accade che si presenta a inizio gennaio 2023 con *Succede anche nelle migliori famiglie* e gli bastano appena 77 minuti per incassare 5,7 milioni di euro e mantenere per sei mesi (fino all'arrivo di *Inside Out 2*) il primato dell'anno per il miglior debutto (952mila euro). Sono passati undici anni dall'ultima volta in cui si è fatto dirigere da qualcun altro e non solo intende mantenere questa rotta produttiva, ma punta a far esplodere il botteghino con un "crossover" di grandi comici italiani: a Natale arriverà nelle sale con *Io e te dobbiamo parlare*, nel quale dirige e fa coppia con un altro principe della risata natalizia: Leonardo Pieraccioni.

**PUNTI DI FORZA**  
IL PUBBLICO CONTINUA A SEGUIRLO E GLI BASTA POCHISSIMO PER ATTIRARE L'ATTENZIONE: ANCHE QUESTO È TALENTO.

**PUNTO DEBOLE**  
SIANI PIÙ PIERACCIONI NELLO STESSO FILM: GLI INCASSI DEI DUE SI SOMMERANNO?



### 09



### ANTONIO ALBANESE ATTORE, REGISTA, SCENEGGIATORE

Una sicurezza. Accantonate al cinema (torneranno presto a teatro...), almeno per il momento, le sue maschere più famose, su grande schermo ha alternato la sua vena brillante con quella drammatica. E così, ancor prima del successo di *Un mondo a parte*, aveva portato nella sale a novembre 2023 il durissimo *Cento domeniche* (quasi 2 milioni di euro al botteghino) nel quale - da regista, sceneggiatore e attore - ha voluto dare voce a istanze che gli stanno particolarmente a cuore, quelle dei piccoli risparmiatori truffati dai grandi conglomerati bancari. Un'opera coraggiosa e ispirata, che poteva essere respingente e invece ha trovato un suo pubblico grazie all'umanità del suo interprete. Poi, come detto, ha rinnovato l'alchimia con Riccardo Milani, dimostrato di essere un fantastico partner per le sue compagne femminili di set (stavolta Virginia Raffaele) e la solita sicurezza al box office.

**PUNTI DI FORZA**  
COMMEDIA O DRAMMA, MASCHERE GROTTESCHE O RITRATTI REALISTICI: ALBANESE FUNZIONA SEMPRE, CONFERMANDOSI GRANDE INTERPRETE.

**PUNTO DEBOLE**  
*CENTO DOMENICHE* ERA UN RISCHIO, IN PARTE RIPAGATO. MA NON TUTTO IL SUO PUBBLICO LO HA SEGUITO.



## PROFESSIONAL

di Paolo Sinopoli



10

## FEDERICA LUCISANO

AMMINISTRATORE DELEGATO DI IIF - ITALIAN INTERNATIONAL FILM



## PUNTI DI FORZA

LA VIRTUOSA COLLABORAZIONE CON ALESSANDRO SIANI SEMBRA DESTINATA A CONSOLIDARSI CON PROGETTI SEMPRE PIÙ AMBIZIOSI

## PUNTO DEBOLE

ESCLUSO SIANI, MANCANO DA UN PO' ALTRI FILONI D'ORO POPOLARI E DI APPEAL PER IL GRANDE PUBBLICO.

Il terzo maggiore incasso per un film italiano nella stagione 2023/24 appartiene alla casa di produzione IIF - Italian International Film. Si tratta di *Succede anche nelle migliori famiglie* (5,7 milioni di euro), secondo titolo di e con Alessandro Siani realizzato insieme a IIF, in crescita rispetto alla performance del suo precedente film *Tramite amicizia* (3 milioni). E il gruppo guidato da Federica (amministratore delegato) e Fulvio Lucisano (presidente) realizzerà anche il prossimo ambizioso progetto di Alessandro Siani, che lo vedrà per la prima volta recitare al fianco di Leonardo Pieraccioni nella commedia *Io e te dobbiamo parlare*, al cinema a Natale.

Inoltre, IIF è una delle pochissime case di produzione italiane che ha avuto il coraggio di alimentare l'offerta estiva nel 2023 con ben due titoli: *I peggiori giorni* di Massimiliano Bruno ed Edoardo Leo (707mila euro) e *Un matrimonio mostruoso* di Volfrango De Biasi (194mila euro). Prossimamente in sala arriveranno le seguenti produzioni di IIF: *Falla girare 2 - Offline* di Giampaolo Morelli e l'opera seconda di Giovanni Dota *Totomorto*.

Degna di nota anche la performance del circuito cinematografico Lucisano Media Group, che con i suoi 5 multiplex ha totalizzato oltre 834mila presenze nel 2023 (+33%).

NEW ENTRY

11

## MASSIMILIANO ORFEI

PRESIDENTE DI PIPERFILM



## PUNTI DI FORZA

UNA PROFONDA CONOSCENZA DEL MERCATO CINEMATOGRAFICO ITALIANO E UN MODELLO DISTRIBUTIVO GIÀ DEFINITO GRAZIE ALLA PARTNERSHIP CON WARNER E NETFLIX.

## PUNTO DEBOLE

CI VORRÀ UN TEMPO FISIOLOGICO PER STRUTTURARSI ADEGUATAMENTE E DIMOSTRARE LA PROPRIA FORZA NEL MERCATO.

Era fine 2023 quando Massimiliano Orfei lasciò il suo ruolo di amministratore delegato di Vision Distribution (ora ricoperto da Massimo Proietti), proprio dopo aver raggiunto l'apice del successo con l'incredibile risultato di *C'è ancora domani* di Paola Cortellesi, maggiore incasso italiano dell'anno scorso con oltre 36,6 milioni di euro. Ma questo, ormai, è il passato, perché da maggio 2024 il manager ricopre la carica di presidente di PiperFilm, nuova casa di produzione e distribuzione nel panorama cinematografico italiano, al fianco di Luisa Borella (COO). La filiera distributiva di questa società sarà impostata sul seguente modello: il Dipartimento Sales di Warner Bros. Entertainment Italia curerà la distribuzione operativa nelle sale cinematografiche, mentre Netflix avrà la prima finestra post-theatrical in esclusiva. Allo stesso tempo, PiperFilm curerà anche la distribuzione dei suoi film in tutti i mercati e festival internazionali. Il primo film di PiperFilm a uscire nei cinema italiani in autunno sarà *Parthenope* di Paolo Sorrentino, a cui si aggiungono *30 notti con la mia ex* di Guido Chiesa, *L'infinito* di Umberto Contarello, *Dove osano le cicogne* di Fausto Brizzi, *Diva futura* di Giulia Steigerwalt e un nuovo film di Gabriele Mainetti. Tra i finanziatori del gruppo rientra anche Be Water, entrata in società con una quota del 12%.



12

## MARCO COHEN, FABRIZIO DONVITO, BENEDETTO HABIB

PARTNER DI INDIANA PRODUCTION



## PUNTI DI FORZA

LO SVILUPPO DI GENERI DIVERSI IN GRADO DI INTERCETTARE TARGET TRASVERSALI, E IL GIUSTO MIX TRA AUTORI AFFERMATI E NUOVI ARTISTI.

## PUNTO DEBOLE

NONOSTANTE I GRANDI SFORZI PRODUTTIVI, ANCHE I FILM PIÙ AMBIZIOSI FATICANO A CONQUISTARE UN PUBBLICO MOLTO LARGO.

Si conferma eterogeneo il ventaglio di film realizzati da Indiana Production, che anche nella scorsa stagione ha spaziato dal thriller alla commedia, dall'horror al drama, totalizzando al box office italiano 5,4 milioni di euro con 7 film. Il titolo capolista è stato *Confidenza* di Daniele Luchetti (1,7 milioni), seguito da *Romeo è Giulietta* di Giovanni Veronesi (1,4 milioni), *Dieci minuti* di Maria Sole Tognazzi (1,1 milioni), *L'ordine del tempo* di Liliana Cavani (510mila euro) e *Home Education - Le regole del male* (433mila euro). Meno incisivo, seppur ambizioso, *Lubo* di Giorgio Diritti (140mila euro), a cui segue l'opera prima di Brando De Sica *Mimi* - *Il principe delle tenebre* (23mila euro). Tra le prossime produzioni targate Indiana Production figurano *Io sono la fine del mondo* di Gennaro Nunziante, l'opera seconda di Andrea Di Stefano *Karski*, *Marko Polo* di Elisa Fuksas, *Audrey La Mer* di Sebastiano Riso e due opere dirette da Luca Lucini: *Milano-Roma* e *L'idolo delle mamme*.

## TALENT

di Giorgio Viaro  
Ha collaborato Cristiano Bolla

NEW ENTRY

10



## VIRGINIA RAFFAELE

ATTRICE

## PUNTI DI FORZA

È BRAVA, BELLA, BRILLANTE E SA FARE PRATICAMENTE TUTTO, SUL PICCOLO E SUL GRANDE SCHERMO (MA PURE IN RADIO). PUÒ BASTARE?

## PUNTO DEBOLE

I PROSSIMI ANNI, E QUINDI LE PROSSIME SCELTE DI CARRIERA, SARANNO DECISIVI PER DECIDERE LA GRANDEZZA DELLA SUA STELLA.

È forse la novità più rilevante degli ultimi 12 mesi, almeno se parliamo di attori e attrici. Prendere la "formula Milani", levargli la più grande star italiana (Paola Cortellesi) e sostituirla con una interprete che aveva un solo vero successo cinematografico alle spalle (*Tre di troppo*) poteva essere un azzardo, e invece... E invece Virginia Raffaele ha definitivamente compiuto il passaggio da donna di spettacolo - ovvero imitatrice, conduttrice, soubrette - ad attrice di prima grandezza in *Un mondo a parte*, di quelle il cui nome in cartellone è già garanzia di qualità e successo. Non solo ha trovato l'alchimia giusta con il suo compagno di set Albanese e con il tono del cinema di Milano, ma ha dimostrato di avere una sua modalità di interprete originale e potente. Siamo disposti a scommettere che sarà uno dei nomi decisivi del botteghino italiano nei prossimi cinque anni.



11

## ME CONTRO TE

ATTORI, SCENEGGIATORI, PRODUTTORI



## PUNTI DI FORZA

HANNO UN SEGUITO ECCEZIONALE TRA I GIOVANISSIMI, E I LORO FILM SONO COSÌ "AGILI" PRODUTTIVAMENTE DA AVERNE CONFEZIONATI SEI IN QUATTRO ANNI.

## PUNTO DEBOLE

I BAMBINI CRESCONO E NUOVI TALENTI CHE ARRIVANO DAL SUCCESSO SUL WEB SPINGONO.

Passano gli anni, ma non passano di moda (ed entusiasmo) Luigi Calagna e Sofia Scalia, in arte Lui e Sofi, la cui presa sul botteghino e in particolare sul target infantile resta salda. E così i film si moltiplicano: addirittura tre da gennaio 2023 ad oggi, per un totale di sei film in quattro anni, una media superiore anche a quella del vulcanico Alessandro Siani. L'ultimo - *Operazione Spie*, uscito in sala a giugno - ha chiuso, per il momento, la "saga", e a giudicare dagli incassi viene da pensare che abbiano deciso di voltare pagina nel momento giusto: i 2,6 milioni di euro raccolti sono lontani dai loro standard migliori, ma contribuiscono a consolidare il record di franchise italiano che ha incassato di più nella storia. La loro avventura, però, non finisce qui: per dicembre 2024 Warner Bros. Discovery ha annunciato l'uscita di uno spin-off dedicato al Signor S., dal titolo *Cattivissimi a Natale*.

NEW ENTRY

12

## PIO E AMEDEO

ATTORI, SCENEGGIATORI



## PUNTI DI FORZA

HANNO DIMOSTRATO DI POTER FARE COMICITÀ IN MODO PIÙ LIMPIDO E TRADIZIONALE, CIOÈ PIÙ EVOLUTO RISPETTO AGLI ECCESSI TELEVISIVI E ALLA DIMENSIONE COMPRESSA DEGLI SKETCH.

## PUNTO DEBOLE

DI STRADA PER AFFERMARSI DEFINITIVAMENTE COME COPPIA COMICA NAZIONALE POPOLARE E COME SICUREZZA AL BOTTEGHINO, CE N'È ANCORA UN PO'.

La quota politicamente scorretta della comicità italiana. Il duo formato dai foggiani Pio D'Antini e Amedeo Grieco non è esattamente un beniamino della critica, ma si sta ritagliando uno spazio sempre più consistente al botteghino italiano. *Come può uno scoglio*, uscito a fine dicembre 2023, ha incassato 4,2 milioni di euro nelle sale, superando ampiamente *Belli ciao* (3 milioni) e ancor più il loro esordio *Amici come noi*. Merito forse di una comicità meno di rottura (e meno televisiva) e più classica, che smussando gli aspetti più controversi ha allargato il bacino del loro pubblico. Se dovessero proseguire su questa linea, azzeccando le idee giuste, potrebbero diventare degni rivali dell'altra grande coppia comica del cinema italiano: Ficarra e Picone.



## PROFESSIONAL

di Paolo Sinopoli



13



### ANDREA LEONE; RAFFAELLA LEONE

AMMINISTRATORE DELEGATO;  
PRESIDENTE/AMMINISTRATORE  
DELEGATO DI LOTUS PRODUCTION

È stata una stagione più sottotono quella del 2023/24 per la casa di produzione Lotus Production, controllata da Leone Film Group di Andrea e Raffaella Leone, di cui sono usciti in sala solo due film:

*Un altro ferragosto* di Paolo Virzì (1,7 milioni di euro) e l'opera prima da regista di Micaela Ramazzotti, qui anche protagonista, *Felicità* (613mila euro), premiata al Festival di Venezia nella sezione Orizzonti Extra con il premio degli spettatori. Due performance cinematografiche che, insieme, raggiungono un box office totale di 2,3 milioni di euro (contro i 5,2 milioni della stagione precedente). Intanto tra le prossime produzioni targate Lotus figurano i nomi di due grandi autori: Gabriele Muccino con *Fino alla fine* e Paolo Genovese con *Scandalo*, incentrato sul celebre triangolo amoroso tra il regista Roberto Rossellini e le attrici Anna Magnani e Ingrid Bergman.

**PUNTI DI FORZA**  
RESTA SALDO IL RAPPORTO CON PAOLO GENOVESE E GABRIELE MUCCINO, E NON MANCA LA VOLONTÀ DI PORTARE AL CINEMA STORIE DI AMPIO RESPIRO.

**PUNTO DEBOLE**  
PUNTARE SU VOLTI E AUTORI AFFERMATI NON È PIÙ UNA GARANZIA DI SUCCESSO E FORSE VANNO RICERCATE NUOVE STRADE.



14

### BENEDETTO HABIB; LUIGI LONIGRO; MARIO LORINI; FRANCESCO RUTELLI

PRESIDENTE UNIONE PRODUTTORI ANICA;  
PRESIDENTE UNIONE EDITORI E DISTRIBUTORI ANICA;  
PRESIDENTE ANEC; PRESIDENTE ANICA

È stato un anno intenso per le associazioni di categoria cinematografica Anec (Associazione Nazionale Esercenti Cinema) e Anica (Associazione Nazionale Industria Cinematografiche Audiovisive Digitali). Entrambe hanno mantenuto vivo il dialogo con il Ministero della Cultura nella stagione 2023/24, ciascuna portando le proprie istanze. Le due associazioni hanno collaborato positivamente per pianificare e avviare "Cinema Revolution" per il secondo anno consecutivo, forti di un importante contributo ministeriale anche per la campagna di comunicazione. Non sono mancati momenti più concitati attorno alla riforma del Tusma, che ha inevitabilmente scontentato qualche soggetto, e sulla riforma del tax credit, a lungo procrastinata dal MiC gettando nell'incertezza soprattutto il mondo della produzione cinematografica. Nel frattempo, continua a restare aperta la controversia attorno all'esistenza di due associazioni di produttori audiovisivi, Apa e l'unione produttori Anica, che ormai da diversi anni condividono interessi comuni.

**PUNTI DI FORZA**  
NEGLI ANNI SI È CONSOLIDATA L'UNITÀ TRA ANEC E ANICA, SEMPRE PIÙ ALLINEATE VERSO L'INTERESSE DEL MERCATO CINEMATOGRAFICO.

**PUNTO DEBOLE**  
NONOSTANTE LA BUONA VOLONTÀ, SI DIPENDE SPESSO DALLE TEMPESICHE DEL MINISTERO DELLA CULTURA PER "SBLOCCARE" RISORSE E AVVIARE INIZIATIVE.



15

### ANDREA OCCHIPINTI

PRESIDENTE DI LUCKY RED

I risultati registrati da Lucky Red nella stagione passata sono sostanzialmente in linea con quelli della stagione precedente. La società del presidente Andrea Occhipinti ha, infatti, totalizzato incassi pari a 1,3 milioni di euro (contro gli 1,2 milioni del 2022/23) con 5 film italiani distribuiti. Gli incassi migliori sono stati quelli del documentario di Riccardo Milani *Io, noi e Gaber* (609mila euro), l'opera prima di Alessandro Bardani *Il più bel secolo della mia vita* (363mila euro) con Sergio Castellitto e *Marcello mio* di Christophe Honoré (190mila euro), quest'ultimi due co-prodotti dalla stessa Lucky Red. Tra le prossime opere del gruppo troviamo il debutto alla regia di Roberto Saviano *Sono ancora vivo*, una co-produzione animata targata Lucky Red. Quest'anno Occhipinti si è esposto in prima linea agli occhi del mercato anche con l'iniziativa "Vogliamo che ci sia ancora un domani", con l'obiettivo di comunicare al pubblico, ma soprattutto al Governo, le problematiche attuali dell'intero settore. Infine continua a svolgere un ruolo importante Circuito Cinema, di cui Lucky Red è socio di maggioranza, gestito dal direttore della programmazione **Fabio Fefè** e dal neo amministratore delegato **Gabriele D'Andrea**, che continua a ricoprire anche il ruolo di Direttore Theatrical in Lucky Red.

**PUNTI DI FORZA**  
LO SGUARDO ALLENATO SUL CINEMA DI QUALITÀ E LA POSSIBILITÀ DI CREARE SINERGIE IMPORTANTI CON CIRCUITO CINEMA.

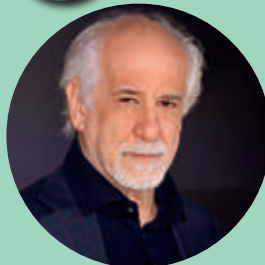
**PUNTO DEBOLE**  
MANGANO DA TEMPO PRODUZIONI DI LARGO RESPIRO IN GRADO DI ABBRACCIARE UN PUBBLICO AMPIO.

## TALENT

di Giorgio Viaro  
Ha collaborato Cristiano Bolla



13



### TONI SERVILLO

ATTORE

Nonostante qualche scelta recente che non ha convinto del tutto, Toni Servillo resta un nome imprescindibile per il cinema italiano di qualità e una garanzia per i nostri autori che hanno bisogno di mettere in cassaforte un personaggio con una prova di spessore e versatilità. Dopo *La stranezza* e in attesa di rivederlo con la stessa squadra in *L'abbaglio* (che sarà la vera cartina al tornasole del suo status divistico), nel corso dell'ultimo anno ha fatto parte del cast corale di *Adagio* di Stefano Sollima e di *Caracas* del collega Marco D'Amore, a testimonianza di una grande energia creativa, in progetti anche molto diversi tra loro. In futuro, oltre al film di Roberto Andò, lo vedremo anche con Elio Germano in *Iddu*, sulla vita di Matteo Messina Denaro e del mondo grottesco che gli ruotava attorno durante la lunghissima latitanza.

**PUNTI DI FORZA**  
RESTA IL NOME-GARANZIA PER IL CINEMA ITALIANO DA FESTIVAL E PER GLI AUTORI CHE HANNO BISOGNO DI METTERE UN RUOLO IN CASSAFORTE.

**PUNTO DEBOLE**  
NON TUTTE LE ULTIME SCELTE DI CARRIERA SONO SEMBRATE AZZECCATISSIME.



14



### ALICE ROHRWACHER

REGISTA, SCENEGGIATRICE

«Amo follemente Alice Rohrwacher. È una grandissima cineasta». Lo ha detto Justine Triet, regista di *Anatomia di una caduta*, mentre ritirava il David di Donatello per il Miglior Film Straniero. È una delle tante voci prestigiose nel coro di apprezzamenti nazionali e stranieri che Alice Rohrwacher sta collezionando negli ultimi anni grazie al suo cinema, fortemente ancorato alla tradizione (Fellini, Pasolini...) ma con una sua ricetta perfettamente originale e riconoscibile. Un endorsement, quello di Triet, che ha parzialmente lenito la delusione per le zero statuette a fronte di tredici candidature. Poco male: Rohrwacher non ha mai preso scorcio, né con il pubblico, né con la critica, e tuttavia ha ormai una consolidata dimensione internazionale, rafforzata dal legame con il Concorso del Festival di Cannes. Ha anche ricevuto agli European Film Awards il premio per la Miglior scenografia con *La chimera*, film inserito tra i cinque migliori film stranieri dalla National Board of Review del 2023. Ogni suo film adesso è un evento, e non c'è attore che non vorrebbe prendervi parte.

**PUNTI DI FORZA**  
L'APPREZZAMENTO CHE LA CRITICA INTERNAZIONALE HA RISERVATO A *LA CHIMERA* È STATO QUASI UNANIME E NON C'È ATTORE CHE NON VORREBBE LAVORARE CON LEI.

**PUNTO DEBOLE**  
PRATICA UN CINEMA D'ESSAI SENZA COMPROMESSI, IL CHE COMPORTA CERTE "STRETTOLIE" PRODUTTIVE. MA LA FEDELITÀ A SE STESSI NATURALMENTE HA UN COSTO.



15



### ROBERTO ANDÒ

REGISTA, SCENEGGIATORE

Abbiamo parlato di Ficarra e Picone, e di Toni Servillo, non potevamo quindi sorvolare sul vero artefice di quella piccola rivoluzione partita con *La stranezza*, film meraviglioso e a suo modo "severo", letterario, inclassificabile (commedia teatrale?, dramma onirico?), che ha saputo infilarsi nel cuore del grande pubblico aprendo il mercato a nuove possibilità di sviluppo. Ed ecco allora quelle possibilità concretizzarsi ne *L'abbaglio*, che ci riporterà ai tempi dell'unificazione d'Italia e allo sbarco dei Mille in Sicilia. Un film che conterà sullo stesso cast e sulla stessa unione di intenti produttivi (con Rai Cinema e Medusa Film che vanno a braccetto). Troppo facile, direte voi? Se vi sembra facile fare un cinema storico così lontano dalla commedia all'italiana, riunendo "sotto lo stesso tono" quei tre, beh, forse l'"abbaglio" l'avete preso voi...

**PUNTI DI FORZA**  
HA SAPUTO CONIUGARE AUTORIALITÀ E SUCCESSO COMMERCIALE, APRENDO IL MERCATO A NUOVE FORMULE PRODUTTIVE.

**PUNTO DEBOLE**  
CON *L'ABBAGLIO* DOVRÀ CONFERMARE SU LIVELLI MOLTO ALTI PERCHÉ NON SI PARLI DI DELUSIONE: TUTTI LO ASPETTANO AL VARCO.



## PROFESSIONAL

di Paolo Sinopoli

NEW ENTRY

16

FRANCESCA CIMA;  
NICOLA GIULIANO

SOCI DI INDIGO FILM



Dopo anni passati sottotraccia sul fronte cinematografico, Indigo Film è reduce da una stagione più vivace, soprattutto grazie alla sua co-produzione *Comandante* di Edoardo De Angelis, con Pierfrancesco

Favino, che ha incassato 3,6 milioni di euro al box office italiano. Tra le altre co-produzioni di Indigo uscite in sala

nell'ultimo anno ricordiamo *Vangelo secondo Maria* (312mila euro), con Benedetta Porcaroli e Alessandro Gassmann, il dramma sci-fi *Another End* (237mila euro), con Gael Garcia Bernal e Bérénice Bejo, e il documentario *Enzo Jannacci - Vengo anch'io* (166mila euro). Tra le prossime co-produzioni della società in uscita al cinema troviamo *Fuori* di Mario Martone, con Valeria Golino, Matilde De Angelis ed Elodie, *Idu* di Antonio Piazza e Fabio Grassadonia, *Il maestro* di Andrea Di Stefano e l'opera prima di Ludovica Rampoldi *Breve storia d'amore*, con Pilar Fogliati, Adriano Giannini, Valeria Golino e Andrea Carpenzano.

**PUNTI DI FORZA**  
LA CAPACITÀ DI DAR VITA A PRODUZIONI CON CAST IMPORTANTI E CON UN ALTO VALORE PRODUTTIVO.

**PUNTO DEBOLE**  
NEL CORSO DEGLI ULTIMI ANNI INDIGO HA FATIGATO MOLTO A LASCIARE UN SEGNO INCISIVO AL BOX OFFICE.

↑

17

TARAK BEN AMMAR;  
ANDREA GORETTIPRESIDENTE; AMMINISTRATORE DELEGATO  
DI EAGLE PICTURES

Eagle Pictures ha lasciato il segno nell'ultima stagione cinematografica distribuendo in sala la commedia *50 km all'ora* di e con Fabio De Luigi (2,2 milioni di euro), una co-produzione Colorado Film e Sony Pictures International Productions, a cui si aggiungono *Hotspot - Amore senza rete* (150mila euro), realizzato da Eagle e Sony, e *I bambini di Gaza* (149mila euro), co-prodotto da Eagle.

Tra le prossime produzioni del gruppo e sempre al cinema con Eagle figurano *Il ragazzo dai pantaloni rosa* con Claudia Pandolfi, storia vera del quindicenne Andrea Spezzacatena che nel 2012 si tolse la vita perché vittima di bullismo a scuola, e il giallo *Il corpo* di Vincenzo Alfieri, con Giuseppe Battiston e Claudia Gerini. Eagle distribuirà poi *Una famiglia sottosopra*, co-produzione Wildside e Sony Pictures International Productions, con Luca Argentero e Valentina Lodovini. Nella selezione e lavorazione dei progetti italiani resta essenziale la supervisione di **Roberto Proia**, direttore area cinema e produzione di Eagle Pictures.

**PUNTI DI FORZA**  
LA PARTNERSHIP CON SONY PICTURES INTERNATIONAL PRODUCTIONS E LA FORZA DI FUOCO DI EAGLE PICTURES.

**PUNTO DEBOLE**  
I PROSSIMI ANNI SARANNO DETERMINANTI PER VALUTARE I FRUTTI DELLA STRADA INTRAPRESA NEL CINEMA ITALIANO.

NEW ENTRY

18

MARIO GIANANI;  
LORENZO MIELI

CO-CEO DI OUR FILMS



Si è aperta una nuova pagina professionale per Mario Gianani e Lorenzo Mieli dopo aver lasciato i ruoli di Ceo di Wildside, per il primo, e di presidente di Fremantle e Ceo di The Apartment, per il secondo, tutte società controllate dal gruppo Fremantle guidato dal Group COO e Continental Europe CEO **Andrea Scrosati**. I due manager,

infatti, ricoprono il ruolo di Co-Ceo in Our Films spa, nuova casa di produzione forte di un capitale sociale di 102mila euro controllato al 51% dal colosso francese Mediawan International (già alla guida di Palomar dal 2019) e al 49% da Prati srl (holding posseduta al 50% da Mieli e al 50% da Gianani). Gianani e Mieli hanno firmato anche un accordo di co-produzione con Fremantle che prevede una collaborazione su diversi progetti sviluppati insieme in precedenza.

**PUNTI DI FORZA**  
LA STRETTA RELAZIONE CON FREMANTLE E I RAPPORTI DI LUNGA DATA CON I MAGGIORI AUTORI E ARTISTI DEL CINEMA ITALIANO.

**PUNTO DEBOLE**  
BISOGNERÀ VEDERE COME PROSEGUIRÀ OUR FILMS UNA VOLTA ESAURITA LA SPINTA INIZIALE DEI FILM PIÙ IMPORTANTI GIÀ IN LISTINO.

## TALENT

di Giorgio Viaro  
Ha collaborato Cristiano Bolla

↓

16

## MARCO BELLOCCHIO

REGISTA, SCENEGGIATORE



**PUNTI DI FORZA**  
A 84 ANNI RESTA UN PATRIMONIO PREZIOSO DEL CINEMA EUROPEO: LA PENSIONE È LONTANA.

**PUNTO DEBOLE**  
NESSUNO IN PARTICOLARE, MA IL SUO CINEMA RIGOROSO (NELLO SPIRITO E NELLA FORMA) FATICA A FAR BRECCIA NELLE NUOVE GENERAZIONI.

Leone d'Oro alla Carriera a Venezia, Palma d'oro onoraria a Cannes, addirittura una Medaglia d'oro ai benemeriti della cultura e dell'arte, ma in realtà non è che Marco Bellocchio si senta in pensione, anzi. E così, mentre nel 2025 ricorreranno i 60 anni (!) dall'inizio della sua carriera, lui è destinato a confermarsi come uno dei nomi di punta del cinema europeo. *Rapito* è stato il film italiano più visto dell'estate 2023, per poi trovare distribuzione anche in Francia e Stati Uniti (e non solo). Dopodiché ha dato filo da torcere a *C'è ancora domani* e *Io capitano* ai David 2024, vincendo 5 premi su 11 candidature, compresa quella come Miglior sceneggiatura adattata. Ad agosto sarà nelle sale con *La vita accanto* di Marco Tullio Giordana, del quale ha co-firmato lo script, mentre *Sbatti il mostro in prima pagina* è tornato protagonista in sala in versione restaurata, mostrando di non aver perso un'oncia del suo vigore e della sua modernità. E all'orizzonte potrebbe esserci una serie su Enzo Tortora...

↑

17

## MARIO MARTONE

REGISTA, SCENEGGIATORE



**PUNTI DI FORZA**  
UNO DEI REGISTI-CINEFILI PIÙ PROFILICI E GENEROSI DELLA SUA GENERAZIONE.

**PUNTO DEBOLE**  
DOPO I QUASI OTTO MILIONI DI EURO PER IL GIOVANE FAVOLOSO, NON HA PIÙ SAPUTO REPLICARE UN SUCCESSO DI QUELLA PORTATA.

Martone non si discute: prolifico, generoso, mai ripetitivo e sempre affascinante nella scelta dei progetti. Il 64enne autore napoletano è reduce da alcuni anni splendidi in termini creativi e di risposta critica. Se con *Qui rido io* e *Nostalgia* (la scelta italiana per gli Oscar 2023) è riuscito a conquistare anche un doppio Nastro d'Argento per la regia, all'ultima edizione ha raddoppiato il bis ottenendo il Nastro d'Argento ai documentari sia per *Laggiù qualcuno mi ama* - atto d'amore nei confronti di Massimo Troisi, anche vincitore del David di Donatello - sia per *Un ritratto in movimento. Omaggio a Mimmo Jodice*. Che faccia cinema o che ne parli, lo sguardo di Mario Martone è sempre vivo e aperto al pubblico, che infatti lo segue. Ora è al lavoro sul prossimo film dal titolo *Fuori*, sulla scrittrice Goliarda Sapienza, con un cast tutto al femminile composto da Valeria Golino, Matilde De Angelis e Elodie.

NEW ENTRY

18

## LEONARDO PIERACCIONI

ATTORE, REGISTA, SCENEGGIATORE



**PUNTI DI FORZA**  
PARE PARECCHIO PARIGI NON HA TRAVOLTO IL BOTTEGHINO MA HA SEGNA TO UN CHIARO MIGLIORAMENTO RISPETTO AL PRECEDENTE IL SESSO DEGLI ANGELI.

**PUNTO DEBOLE**  
ALL'ORIZZONTE SI PROFILA LA ATTESISSIMA COLLABORAZIONE ARTISTICA CON SIANI, E DA GRANDI OPPORTUNITÀ DERIVANO ANCHE GRANDI RISCHI... PIERACCIONI DA SOLO NON È PIÙ SUFFICIENTE?

*Pare parecchio Parigi* si è inserito nel solco delle sue commedie familiari e di cuore, con il consueto cast corale (questa volta ha chiamato Chiara Francini, Giulia Bevilacqua e Nino Frassica) e al botteghino non è andato nemmeno così male: certo, siamo lontanissimi dai tempi d'oro de *Il Ciclone* o dai circa 13 milioni di euro di *Io & Marilyn*, ma quantomeno gli oltre 3 milioni dell'ultimo film hanno più che raddoppiato il risultato del precedente *Il sesso degli angeli*, segnando una netta progressione dopo un ottimo debutto. Ora è atteso dal crossover comico di cui parlavamo prima: per la prima volta dal 1998 (*Il mio West*, di Giovanni Veronesi) si lascerà dirigere da un altro regista: Alessandro Siani. *Io e te dobbiamo parlare* potrebbe essere una straordinaria congiunzione astrale per il botteghino italiano, lanciando una nuova coppia (cinematografica) di fatto.



# PROFESSIONAL

di Paolo Sinopoli

NEW ENTRY

19

## BARBARA SALABÈ; MATTIA GUERRA



**PRESIDENTE DEL GRUPPO BE WATER;  
AMMINISTRATORE DELEGATO  
DI BE WATER FILM**

Sta entrando nel vivo la società di produzione e distribuzione Be Water Film, guidata dall'amministratore delegato Mattia Guerra (con Alice Panada in veste di Head of Marketing and Distribution) e controllata dal gruppo Be Water (in cui rientrano anche i brand Chora Media e Will), di cui Barbara Salabè è presidente, con l'importante presenza nell'azionariato di Guido Brera. Nell'ultima stagione cinematografica, il gruppo ha portato in sala la sua prima produzione cinematografica *Il segreto di Liberato*, a cavallo tra documentario, musica e animazione, che ha incassato 1,1 milioni di euro. E tra le sue future produzioni italiane in arrivo sul grande schermo troviamo *Modi* di Johnny Depp, con Riccardo Scamarcio, Al Pacino e Luisa Ranieri. I prossimi film del gruppo, siano proprie produzioni o acquisizioni, saranno distribuiti da Be Water Film in collaborazione con Medusa Film. Be Water è entrata anche nella società PiperFilm con una quota del 12%.

**PUNTI DI FORZA**  
UN TEAM CON UNA VASTA ESPERIENZA NEL MERCATO CINEMATOGRAFICO E LE DIVERSE EXPERTISE ALL'INTERNO DEL GRUPPO BE WATER.

**PUNTO DEBOLE**  
LE DIVERSE "ANIME" AUDIO DEL GRUPPO, COME CHORA E WILL, POSSONO DAR VITA A SINERGIE, MA POTREBBERO ANCHE DISTARRE DAL FOCUS CINEMATOGRAFICO.

NEW ENTRY

20

## MANUELA CACCIAMANI

**AMMINISTRATORE DELEGATO DI CINECITTÀ**



In seguito all'uscita dell'ex amministratore delegato di Cinecittà Nicola Maccanico, che si è dimesso dal suo ruolo lo scorso giugno, il compito di guidare la società pubblica nel ruolo di AD è stato affidato a Manuela Cacciamani, da anni attiva nel mondo audiovisivo avendo ricoperto il ruolo di Founder and Producer di One More Pictures e di Presidente dell'Unione Editori e Creators Digitali di Anica. La manager prende così le redini del gruppo in un momento di grandissima vivacità produttiva grazie all'importante operazione di rilancio che Maccanico è riuscito ad avviare in soli tre anni, riportando gli studios romani al centro della competizione internazionale, potenziando la loro capacità produttiva e raggiungendo una occupancy costante al 70-80%. Inoltre, nel 2023 è stato registrato un fatturato complessivo di 43 milioni di euro (secondo anno consecutivo in utile), addirittura superiore del 10% rispetto all'anno record del 2022. Numeri estremamente rilevanti, a maggior ragione se si pensa che negli ultimi due anni sono venute a girare negli studios oltre 120 produzioni audiovisive. In veste di presidente di Cinecittà è stata riconfermata Chiara Sbarigia.

**PUNTI DI FORZA**  
LA POSSIBILITÀ DI CONTINUARE A COSTRUIRE SULLE SOLIDE FONDAMENTA GETTATE CON SUCCESSO DALL'EX AD NICOLA MACCANICO.

**PUNTO DEBOLE**  
NON SARÀ FACILE GUIDARE UNA SOCIETÀ PUBBLICA COME CINECITTÀ, TRA PRESSIONI INTERNE ED ESTERNE.

=

21

## GUGLIELMO MARCHETTI

**CHAIRMAN DI NOTORIOUS PICTURES  
E PRESIDENTE DI NOTORIOUS CINEMAS**



Continua a credere nel cinema italiano Guglielmo Marchetti, Chairman di Notorious Pictures e presidente del circuito Notorious Cinemas. E se nell'ultimo anno Notorious Cinemas ha portato al cinema la sua produzione *Improvvisamente a Natale mi sposo* (389mila euro), interpretata da Diego Abatantuono, Nino Frassica, Violante Placido e Michele Foresta, a cui si aggiungono *Noi anni luce* e il doc *Uomini in marcia*, nella prossima stagione sono in arrivo nuovi film targati Notorious e degni di nota: la co-produzione internazionale, in uscita a dicembre, *Ops! È già Natale* di Peter Chelsom, con Danny DeVito ed Andie MacDowell, e *Il nibbio* di Alessandro Tonda, con Claudio Santamaria e Sonia Bergamasco, sui 28 giorni precedenti i tragici eventi del 4 marzo 2005, quando Nicola Calipari ha sacrificato la propria vita per salvare Giuliana Sgrena, la giornalista rapita in Iraq da una cellula terroristica. Continua a crescere anche il circuito Notorious Cinemas, guidato dall'amministratore delegato Andrea Straffa, che, oltre ad aver registrato nel 2023 ben 794mila presenze (erano 511mila nel 2022), ha inaugurato il nuovo multiplex di Cascina Merlata (MI - 10 sale), ha preso in gestione la Multisala di Ferrara (10 schermi), di cui sono quasi terminati i lavori di restyling, ed è costantemente alla ricerca di nuovi cinema.

**PUNTI DI FORZA**  
UNA COSTANTE ATTENZIONE VERSO IL CINEMA ITALIANO E UN CIRCUITO CINEMATOGRAFICO INDIPENDENTE IN CONTINUA ESPANSIONE.

**PUNTO DEBOLE**  
MANCA ANCORA UNA GRANDE PRODUZIONE ITALIANA CAPACE DI LASCIARE UN SEGNO INDELEBILE AL BOX OFFICE ITALIANO.

# TALENT

di Giorgio Viaro  
Ha collaborato Cristiano Bolla

NEW ENTRY

19



## VALERIA GOLINO

**ATTRICE, REGISTA, SCENEGGIATRICE, PRODUTTRICE**

L'abbiamo vista in *Te l'avevo detto*, opera seconda di Ginevra Elkann, e nella serie *La vita bugiarda degli adulti* di Edoardo De Angelis (su Netflix), in entrambi i casi opere non troppo fortunate. Ma il bello, in questo 2024, doveva ancora venire: Valeria Golino è stata infatti una delle due voci italiane (con Sorrentino) protagoniste all'ultima edizione del Festival di Cannes, dove ha presentato *L'arte della gioia*, adattamento seriale del romanzo di Goliarda Sapienza, poi arrivato nelle sale in due parti e con un buon riscontro di pubblico. Un'uscita evento riservata a pochi, che certifica la sua autorevolezza come autrice e la sua importanza per il cinema al femminile in Italia. In cantiere ha diversi progetti ma in *Fuori* di Mario Martone, in particolare, chiuderà un cerchio artistico, interpretando proprio Goliarda Sapienza. Poi ci saranno *Breve storia d'amore* di Ludovica Rampoldi e *Maria* di Pablo Larraín, ennesima esperienza internazionale della sua carriera.

**PUNTI DI FORZA**  
È TORNATA A CANNES 11 ANNI DOPO L'ESORDIO ALLA REGIA CON *MELE*, OTTENENDO UN BUON RISCONTRO. SI È GUADAGNATA LA SALA, CHE ORA LA ASPETTA ANCHE INTERPRETE IN PROGETTI NAZIONALI E INTERNAZIONALI.

**PUNTO DEBOLE**  
LO STREAMING-FLOP DI *LA VITA BUGIARDA DEGLI ADULTI* NON SE LO ASPETTAVANO IN MOLTI.

↓

20

## ALDO, GIOVANNI E GIACOMO

**ATTORI, SCENEGGIATORI, REGISTI**



Il David dello Spettatore 2023 per *Il grande giorno* (oltre un milione di spettatori per un box office da 7,1 milioni di euro) ha reso chiara una cosa: dopo qualche anno di "appannamento", il trio comico più amato d'Italia è tornato a pieno regime. Il ritrovato sodalizio con Massimo Venier sta funzionando alla grande (anche *Odio l'Estate* aveva ottenuto ottimi risultati) e quindi perché non andare avanti e sfruttare questa ritrovata alchimia? Ora sono in fase di lettura di soggetti, il nuovo film è ancora lontano, perché «essere originali è sempre più difficile ma è fondamentale», come ha confessato Giacomo Poretti. Nel frattempo li vedremo in un nuovo documentario sulla loro carriera.

**PUNTI DI FORZA**  
SI SONO RILANCIATI ANCHE IN SALA CON GLI ULTIMI DUE FILM, E HANNO ANNUNCIATO DI ESSERE ALLA RICERCA DEL NUOVO (GIUSTO) PROGETTO COMICO. NEL FRATTEMPO LI VEDREMO IN UN DOCUMENTARIO.

**PUNTO DEBOLE**  
SPERIAMO CHE NON ASPETTINO TROPPO. COME ZALONE, CHE NON ABBIAMO INSERITO IN CLASSIFICA SOLO PERCHÉ LE INCOGNITE SONO ANCORA MAGGIORI: VAI A SAPERE QUANDO E COME TORNERÀ.

NEW ENTRY

21



## PIETRO CASTELLITTO

**REGISTA, ATTORE, SCENEGGIATORE**

Se oggi parliamo di voci nuove, giovani e con un carattere potente nel cinema italiano, o parliamo dei gemelli D'Innocenzo o parliamo di Pietro Castellitto. Non perché non ci siano altri giovani bravi (una la troverete al numero 25 di questa classifica, ad esempio), ma perché ad oggi nessuno si è ancora consolidato a livello di Festival, critica e pubblico cinefilo come loro tre. Dopo *I Predatori* (Premio Orizzonti per la miglior sceneggiatura a Venezia e David per il Miglior regista esordiente), è tornato al Lido con *Enea*, premiato anche ai Nastri d'Argento, che ha confermato il suo talento e la sua idea di cinema: storie composte per quadri, sequenze come cortometraggi, dialoghi cesellati, contributi musicali decisivi e colpi di scena micidiali. Uno stile sovraccarico e una faccia tosta che lo mettono in scia a Sorrentino. È (sarà) il nostro Dolan?

**PUNTI DI FORZA**  
UN GIOVANE SORRENTINO O UN DOLAN ITALIANO: IL FUTURO GLI SI STA APRENDO DAVANTI FILM DOPO FILM.

**PUNTO DEBOLE**  
DOVREBBE ESSERE UN REGISTA "GENERAZIONALE", MA LA SUA GENERAZIONE NON STA ANCORA RISPONDENDO IN SALA COME CI SI POTREBBE ASPETTARE.



## PROFESSIONAL

di Paolo Sinopoli

## TALENT

di Giorgio Viaro  
Ha collaborato Cristiano Bolla

=

22

## NICOLA CORIGLIANO

COORDINATORE DESK SPECIALISTICO MEDIA & CULTURA  
DI INTESA SANPAOLO

**PUNTI DI FORZA**  
UNA PROFONDA CONOSCENZA  
DELL'ARCHITETTURA  
FINANZIARIA DELLE PRODUZIONI  
CINEMATOGRAFICHE E DEL  
SETTORE AUDIOVISIVO.

**PUNTO DEBOLE**  
INEVITABILMENTE ANCHE  
INTESA SANPAOLO HA RISENTITO  
NEGATIVAMENTE DI UN QUADRO  
INCERTO ATTORNO ALLA NUOVA  
RIFORMA TAX CREDIT.

Intesa Sanpaolo è una delle banche italiane che in questi anni ha creduto e investito maggiormente sul settore cinematografico. L'anno scorso il gruppo ha messo a disposizione l'incredibile cifra di 5 miliardi euro (in aggiunta agli oltre 2,4 miliardi di finanziamenti già dedicati al settore a partire dal 2009) per anticipare il tax credit alle produzioni audiovisive, consentendo a queste di avviare l'intera macchina produttiva attorno alla lavorazione di un film. L'intervento di Intesa Sanpaolo rientra nel sostegno di 410 miliardi di euro stanziati dal gruppo per ottemperare agli obiettivi del PNRR entro il 2026. Il compito di valutare l'architettura finanziaria dei progetti audiovisivi e stanziare eventuali risorse a loro supporto è sempre di Nicola Corigliano, Coordinatore desk specialistico media & cultura di Intesa Sanpaolo, professionista capace e ben integrato all'interno del settore cinematografico. Purtroppo, quest'anno anche Intesa Sanpaolo ha risentito del clima di incertezza e dei ritardi attorno alla nuova riforma tax credit, rallentando alcuni processi e portando a vagliare con maggiore attenzione le produzioni da sostenere.

↓

22

## ALESSANDRO BORGHI

ATTORE



**PUNTI DI FORZA**  
PER QUALITÀ E VERSATILITÀ ATTORIALE,  
È IL PROSSIMO NELLA LINEA DI  
SUCCESSIONE CHE VA DA TONI SERVILLO  
A PIERFRANCESCO FAVINO.

**PUNTO DEBOLE**  
LA SUA GENEROSITÀ LO PORTA A  
SCEGLIERE RUOLI NEL CINEMA INDIE  
CHE NON SEMPRE FANNO GIOCO ALLA  
SUA CARRIERA. OVVIAMENTE È ANCHE  
UN PREGIO.

Nella serie *Boris* si ironizzava sul fatto che "Una volta c'erano i ruoli, per gli attori. Adesso li fa tutti Favino". Forse ora dovremmo aggiornare la battuta e aggiungerei Alessandro Borghi. Da *Le otto montagne* fino alla serie *Supersex*, ha dimostrato una poliedricità e una presa sul pubblico con pochi eguali in Italia al di fuori del cinema di commedia, lavorando sempre con efficacia sia sull'aspetto fisico che sull'accento. Il prossimo sarà quello veneto del dottor Stefano Zorzi, il personaggio che interpreterà in *Campo di Battaglia* di Gianni Amelio, ambientato durante gli anni della Prima Guerra Mondiale e della febbre spagnola. Alejandro Amenábar invece lo ha voluto per il film *Il prigioniero* al fianco di Julio Peña: il film racconta le avventure del giovane Miguel de Cervantes (l'autore di *Don Chisciotte*), imprigionato ad Algeri dal tiranno Hasán, interpretato proprio da Borghi.

↓

23

## PIERA DETASSIS

PRESIDENTE E DIRETTRICE ARTISTICA DELL'ACCADEMIA  
DEL CINEMA ITALIANO - PREMI DAVID DI DONATELLO

**PUNTI DI FORZA**  
IL RAPPORTO STRETTO, SPESSO  
PERSONALE, CON ARTISTI E AUTORI  
DEL MONDO DEL CINEMA, MA ANCHE  
LA DETERMINAZIONE A INNOVARE I  
DAVID DI DONATELLO.

**PUNTO DEBOLE**  
LA CERIMONIA DI PREMIAZIONE  
DEVE ANCORA TROVARE UN  
PUNTO DI EQUILIBRIO IDEALE PER  
DIVENTARE UN EVENTO POPOLARE.

Di anno in anno Piera Detassis ha riportato i premi David di Donatello al centro del sistema cinema, rimodellando la cerimonia, rimettendo mano al regolamento di voto e ai giurati, rinsaldando i rapporti con il Ministero della Cultura e le associazioni cinematografiche di categoria, e portando la serata di premiazione nell'alveo di Cinecittà. Anche l'ultima edizione, per il secondo anno consecutivo, è stato il trampolino di lancio per promuovere e lanciare l'iniziativa "Cinema Revolution" in una serata che ha registrato 2,8 milioni di spettatori (contro gli 1,7 milioni del 2023), pari al 17,3% di share, con la conduzione di Carlo Conti, affiancato dalle new entry Alessia Marcuzzi e Fabrizio Biggio. In questi anni, nel solco dei David di Donatello, è nata anche l'iniziativa di mentoring Becoming Maestre, il progetto "Uniti per la scuola", oltre a nuovi premi come il David Rivelazioni Italiane e, dal 2025, il riconoscimento al Miglior Casting.

NEW ENTRY

23

## STEFANO SOLLIMA

REGISTA, SCENEGGIATORE



**PUNTI DI FORZA**  
PRODUZIONE ITALIANE  
O INTERNAZIONALI NON  
IMPORTA, LA QUALITÀ DEI SUOI  
THRILLER È SEMPRE ALTISSIMA  
INDIPENDENTEMENTE DAL BUDGET.

**PUNTO DEBOLE**  
ADAGIO, VISTO IL CAST E LA DATA DI  
USCITA, SEMBRAVA UN'OCCASIONE  
UNICA DI "SFONDAMENTO" DEL BOX  
OFFICE, MA HA FATTO FATICHE. E UN FILM  
CON WILL SMITH, IN QUESTO MOMENTO  
STORICO, È ANCORA UN BEL RISCHIO.

Sorrentino, Guadagnino, Muccino, Moretti, Rohrwacher... Di grandi autori di spessore internazionale il nostro cinema comincia a contarne parecchi, ma se si parla di film di genere nessuno dei citati ha raggiunto i risultati di Stefano Sollima. E così, dopo *Soldato* e *Senza rimorso*, ovvero i due action movie che lo hanno consacrato a Hollywood come regista capace di gestire non solo la logistica dei set piece ma anche gli umori delle grandi star, è tornato in Italia per concludere la sua "Trilogia della Roma criminale", iniziata con *Romanzo Criminale* e proseguita con *Suburra. Adagio* ha riunito gli "Avengers italiani" Servillo, Favino, Mastandrea e Giannini e, nonostante gli incassi non sfavillanti, ha mostrato di nuovo le sue qualità, con scene d'azione originali e personaggi a dir poco iconici. Ora tornerà all'estero per lavorare con Will Smith in *Sugar Bandits*, su un ex soldato delle Forze Speciali che guida una squadra di vigilantes anti-spaccio.

↓

24

## CRISTINA PRIARONE

PRESIDENTE DI ITALIAN FILM COMMISSIONS



**PUNTI DI FORZA**  
UNA VISIONE UNITARIA DEL  
SISTEMA AUDIOVISIVO ITALIANO  
E I RAPPORTI DI LUNGA DATA  
COSTRUITI CON I PAESI ESTERI.

**PUNTO DEBOLE**  
NON È FACILE SEGUIRE  
ATTENTAMENTE TUTTE LE REALTÀ  
CHE COMpongONO UN  
ECOSISTEMA ITALIANO COSÌ  
VARIO E DIVERSIFICATO.

Italian Film Commissions, guidata dalla presidente Cristina Priarone, conferma avere un ruolo centrale nella promozione delle location italiane nel nostro Paese e all'estero, trait d'union tra le nostre 20 film commission e le produzioni audiovisive nazionali e internazionali. Durante l'anno l'associazione svolge poi un lavoro di sistema per stringere i rapporti con le istituzioni italiane e per allargare le partnership con i territori esteri, creando anche momenti di dialogo e confronto. Cristina Priarone ricopre anche un ruolo di dirigenza all'interno di Roma Lazio FC (che vede **Maria Giuseppina Troccoli** nel ruolo di commissario straordinario), film commission determinante nel panorama italiano e fortemente attrattiva con i suoi fondi destinati alle produzioni audiovisive.

NEW ENTRY

24

## I SOLITI IDIOTI

ATTORI, REGISTI, SCENEGGIATORI



**PUNTI DI FORZA**  
IL LORO PUBBLICO HA RISPOSTO  
PRESENTE, NONOSTANTE I 10 ANNI  
DI ASSENZA COME COPPIA COMICA,  
CHE NON SONO CERTO POCHE.

**PUNTO DEBOLE**  
IL FILM È ANDATO BENE, MA HA  
INCASSATO COMUNQUE MENO  
DELLA METÀ RISPETTO A I 2  
SOLITI IDIOTTI (8,7 MILIONI NEL  
2012). CERTO, PARLIAMO DI ERA  
PRE-COVID...

Più di dieci anni di assenza dal grande schermo sono tanti, forse troppi in un mondo in costante evoluzione e ricambio generazionale, soprattutto quando si parla di linguaggio comico. Eppure Fabrizio Biggio (a cui ha certamente giovato la grande esposizione televisiva) e Francesco Mandelli hanno riproposto al cinema le loro maschere più famose (Ruggero e Gianluca, su tutti) in un threequel arrivato a incassare quasi 4 milioni di euro, coinvolgendo oltre mezzo milione di spettatori. Non era scontato, anche perché la loro è una comicità sfacciata, che ama stuzzicare i tabù gettando al macero il galateo della commedia e le regole di ingaggio del buon gusto generalista. Da capire ora se si è trattato di un revival occasionale o di un vero e proprio ritorno, che porterà nuovi frutti.



# PROFESSIONAL

di Paolo Sinopoli

NEW  
ENTRY

25



## FRANCESCO GESUALDI; PAOLO MANERA

RESPONSABILE MARCHE FILM  
COMMISSION; DIRETTORE FILM  
COMMISSION TORINO PIEMONTE

Tra le 20 film commission italiane, due spiccano in modo particolare (dopo Roma Lazio FC) e figurano tra le più dinamiche, attrattive e strutturate del nostro Paese: Marche Film Commission, guidata dal responsabile Francesco Gesualdi e dal presidente della Fondazione Marche Cultura **Andrea Agostini**, e Film Commission Torino Piemonte, controllata dal direttore Paolo Manera e dalla presidente **Beatrice Borgia**. Le due fondazioni sostengono attivamente il sistema audiovisivo regionale, valorizzando e promuovendo il proprio territorio, fornendo servizi, dialogando con le istituzioni ed erogando fondi di cui possono beneficiare le produzioni italiane e internazionali. Il risultato è un sistema efficiente e rodato che nel corso degli anni ha contribuito alla realizzazione di innumerevoli film per il grande schermo, innescando un'importante ricaduta economica e creando nuove opportunità professionali.

### PUNTI DI FORZA

L'ESPERIENZA PLURIENNALE, I SERVIZI E I FONDI FORTEMENTE ATTRATTIVI PER LE PRODUZIONI AUDIOVISIVE ITALIANE E INTERNAZIONALI.

### PUNTO DEBOLE

LA COMPETIZIONE IN QUESTO CAMPO È FORTE E LE ALTRE FILM COMMISSION NON STANNO A GUARDARE.

# TALENT

di Giorgio Viaro  
Ha collaborato Cristiano Bolla

NEW  
ENTRY

25



## MARGHERITA VICARIO

REGISTA, ATTRICE, SCENEGGIATRICE, MUSICISTA

Attrice, cantautrice e ora anche regista di uno dei migliori esordi degli ultimi anni del cinema italiano. Margherita Vicario, che aveva esordito sul grande schermo ventiquattrenne in *To Rome with Love* di Woody Allen e ha già una lunga esperienza come interprete, di certo non ha patito il passaggio dietro alla telecamera, anzi: subito in concorso al Festival Internazionale del Cinema di Berlino, *Gloria!* si è imposto come un film vitale e fuori dagli schermi come la sua protagonista (la folgorante Galathea Bellugi), muovendosi tra classico e contemporaneo, sia in termini di musica che di immagini. E, con l'aiuto di Veronica Lucchesi (alias La Rappresentante di Lista), ha portato a casa il Nastro d'Argento per la Miglior colonna sonora. A star is born.

### PUNTI DI FORZA

TALENTO GIOVANE E VERSATILE, HA PORTATO LA SUA OPERA PRIMA SUBITO IN CONCORSO A BERLINO. È LA NOSTRA SCOMMESSA PER IL FUTURO DEL CINEMA D'AUTORE ITALIANO.

### PUNTO DEBOLE

TANTE PASSIONI, TANTI TALENTI, TANTE CARRIERE: SARÀ IMPORTANTE NON DISPERDERE L'ISPIRAZIONE E PUNTARE CON FORZA (ANCHE) SULLA REGIA, ORA CHE LA QUALITÀ È EMERSA.

© Riccardo Ghilardi/courtesy of Rai Cinema (1); Getty Images (7); Brad&K Productions/courtesy of Universal Pictures International Italy (1); Gianmarco Chieragato/courtesy of Medusa Film (1); Daniele Cruciani/courtesy of Warner Bros. Discovery (1); courtesy of Wildside/Fremantle (1); Loris Zambelli/courtesy of Colorado Film (2); courtesy of UCI Cinemas (1); Stefano Pinci/Duesse Communication (1); Riccardo Ghilardi/courtesy of Lucisano Media Group (1); Riccardo Ghilardi/courtesy of Vision Distribution (1); Marco Craig/courtesy of Indiana Production (2); courtesy of Anec (1); courtesy of Leone Film Group (1); courtesy of Tramp Limited (1); courtesy of Indigo Film (2); courtesy of Eagle Pictures (1); courtesy of Be Water (1); courtesy of Wildside (1); courtesy of Be Water (1); Valerio Pardi/courtesy of Notorious Pictures (1); Dario De Rosa Photography/courtesy of Italian Film Commissions (1); courtesy of Marche Film Commission (1); Ivan Sunjic/courtesy of Torino Piemonte Film Commission (1)

© Getty Images (25)



# Best Movie

Ogni mese in edicola  
con in regalo

# Best Streaming



[www.bestmovie.it](http://www.bestmovie.it)

Scopri  
anche la  
versione  
digitale



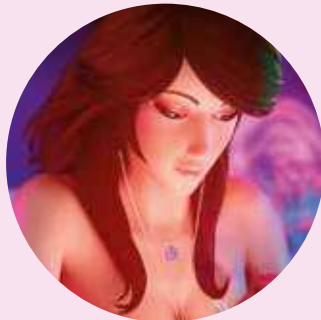
DUESSE MEDIA NETWORK  
WE ARE PUBLISHERS



# PAPMUSIC NEI CINEMA ITALIANI

IL FILM D'ANIMAZIONE *PAPMUSIC - ANIMATION FOR FASHION* USCIRÀ A SETTEMBRE NELLE NOSTRE SALE. PRODOTTA DA NOT JUST MUSIC, È UN'OPERA PRIMA ORIGINALE CHE MIXA MODA, MUSICA E COMICITÀ. NE PARLA LA REGISTA LEIKIÈ

a cura della redazione



## Come è nata l'idea del film *PAPMusic - Animation for Fashion*?

L'idea, anzi la sfida, è nata dalla voglia di riuscire a conciliare il mondo della moda con quello dell'animazione facendomi "aiutare" dalla musica. Moda, animazione e musica, ecco gli elementi che tutti insieme hanno composto la mia opera prima. L'esperienza come attrice di teatro mi ha permesso di conoscere le dinamiche creative e spesso eccentriche di questi mondi artistici, per questo ho pensato che sarebbe stato affascinante esplorare queste tematiche in un contesto animato. Quindi posso dire che l'idea di *PAPmusic - Animation for Fashion* è nata dalle mie esperienze di vita personali e dall'esigenza di dar voce ai personaggi che vivono dentro di me.

## Come descriverebbe *PAPMusic*? Qual è il suo stile visivo e quali sono le tematiche affrontate?

Ho preso ispirazione dalla Pop Art, dai suoi colori saturi e molto vivaci. I personaggi sono immersi in una "botta di colori" che ne esalta il look e il contesto in cui si trovano. Un contesto fatto di situazioni comiche, surreali ma anche educative perché mostrano uno spaccato reale di quello che c'è dietro al funzionamento di una vera azienda di moda. *PAPMusic* è un po' commedia, un po' documentario, e un po' reality show.

## Quali sono i punti di forza del film e qual è il suo target di riferimento?

Il punto di forza è l'animazione stessa del film, con il suo stile particolare. Abbiamo lavorato per tanti anni a quest'opera, in certi periodi anche con un team di quasi 200 persone.



Il target di riferimento è molto ampio, direi "all audience", dai kids che si vogliono divertire al cinema, ai giovani adulti appassionati di moda e musica, fino a un pubblico più adulto che apprezza storie divertenti di creatività e innovazione.

## Chi sono i doppiatori? Come li avete coinvolti?

Grazie alla collaborazione con Massimo Zoara di QG Studios siamo riusciti ad avere a bordo un cast importante di voice talent. Tra i principali doppiatori troviamo infatti: Rudy Zerbi, che è la voce narrante; Marco Mazzoli, fondatore e conduttore della famosa trasmissione radiofonica *Lo Zoo di 105*; Jake La Furia, rapper del gruppo Club Dogo e giudice di *X Factor 2024*; Luca Ward, uno dei più rinomati doppiatori italiani; Tamara Donà, attrice e presentatrice radio e Tv; Sergio Sylvestre, cantante italoamericano e vincitore del talent show *Amici*. È stato un lavoro impegnativo, ma ci siamo anche molto divertiti. Il cast sta supportando il film con grande entusiasmo, e lo supporterà soprattutto nella comunicazione per il lancio in sala a settembre.

## Qual è la strategia di lancio marketing del film? Come avete intenzione

## di promuoverlo?

Prevediamo un forte investimento per la campagna marketing su tutto il territorio italiana partendo dalla radio e dai social, visto che i nostri doppiatori sono tutti dj affermati delle più importanti emittenti italiane e sono seguiti da milioni di follower. Tram e affissioni coloreranno le città di *PAPMusic*! Saremo presenti nei cinema e in Tv con i nostri trailer e a Venezia e Milano con i "Pap Music Party".

## Il film è prodotto da Not Just Music, una casa di produzione indipendente attiva in molti ambiti, non solo nel cinema. Brevemente, di cosa si occupa Not Just Music?

Not Just Music è una casa di produzione indipendente che opera in diversi settori creativi, tra cui cinema, musica e produzioni multimediali. La nostra missione è promuovere l'innovazione e la creatività, producendo contenuti di alta qualità che ispirino e intrattengano. **BC**



© Courtesy of Not Just Music (4)



# UN PRIMO SEMESTRE DI GIOIA (E ANSIA...)

È STATA UNA PRIMA METÀ D'ANNO SFACCETTATA. DI VETTE E ABISSI. POCCHI BLOCKBUSTER HOLLYWOODIANI IN USCITA, TANTE BELLE SORPRESE DAI FILM QUALITÀ, UNA BUONA TENUTA DEL CINEMA ITALIANO NEI PRIMI MESI PER POI SCOMPARIRE DAI RADAR, UN MESE DI MAGGIO AI MINIMI STORICI E POI IL MIGLIOR GIUGNO DI SEMPRE. GRAZIE AL SUCCESSO OVERSIZE DI *INSIDE OUT 2*, IL BILANCIO DEL 2024 È POSITIVO (+6% SUL 2023), MA LE CRITICITÀ SONO MOLTE

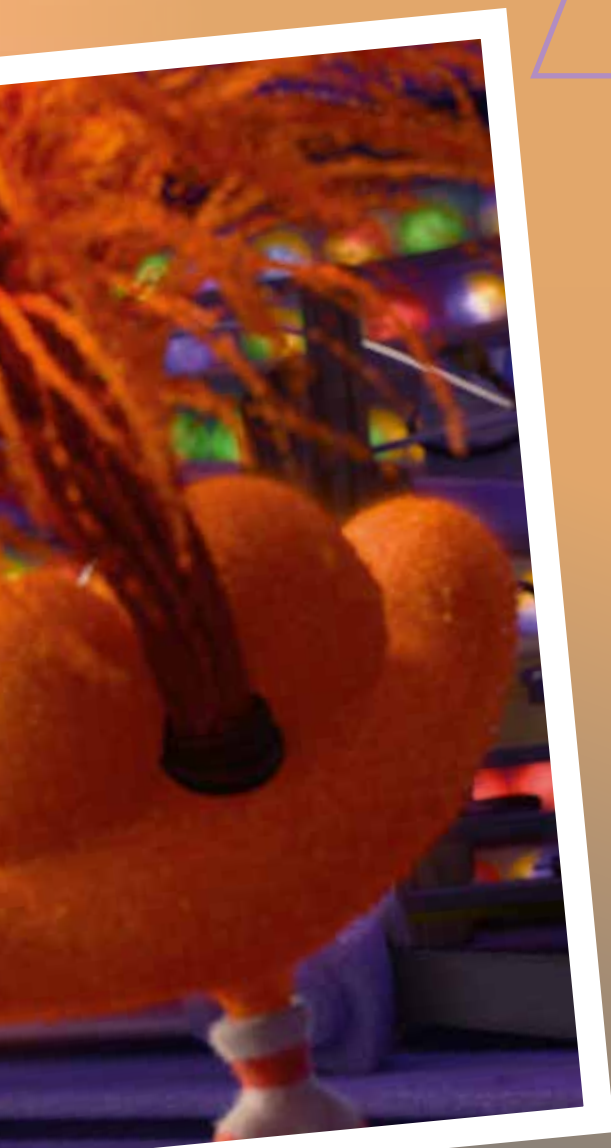
di [Valentina Torlaschi](#)







Da sinistra in senso orario, i tre maggiori successi al box office italiano del primo semestre 2024: *Dune - Parte 2* (10 milioni di euro), *Kung Fu Panda 4* (11,6 milioni) e *Inside Out 2* (29,8 milioni)



Il giro di boa di metà anno, questo 2024 ci ha regalato un primo semestre molto sfaccettato e altalenante sul fronte degli incassi delle sale cinematografiche italiane. Sì, a livello generale, i primi sei mesi del 2024 hanno chiuso con un +6% sullo stesso periodo del 2023 – con l'Italia quale unico Paese con segno positivo in Europa (Spagna ha chiuso a -10% e Francia a -7%) – tuttavia, il nostro mercato theatrical ha toccato anche dei minimi storici. Maggio 2024, per esempio, è stato il peggiore degli ultimi 15 anni.

Abissi, dunque, ma poi fulminee risalite, visto che l'uscita di *Inside Out 2* (Disney) ha ribaltato la situazione facendo di giugno 2024 il miglior giugno di sempre. Gioia immensa, dunque, per questo risultato epocale dalle dimensioni inaspettate, ma anche un'inevitabile ansia se si pensa che l'animation Disney/Pixar ha pesato da solo per i due terzi (il 67%) degli incassi complessivi di quel mese. Non bisogna dunque farsi abbagliare dal risultato oversize di *Inside Out 2*, perché diverse criticità del nostro mercato restano.

Ma andiamo con ordine e diamo i numeri di questi primi sei mesi del 2024.

#### I NUMERI DEL 2024

Nel complesso il primo semestre 2024 ha registrato 234 milioni di euro di incasso e 33 milioni di presenze. Numeri in lieve miglioramento sul 2023, con, come già detto, un +6% sul box office, ma in calo rispetto al pre-Covid con un -23,8% sulla media del 2017-18-19. Rispetto al pre-pandemia mancano oltre 70 milioni di euro di entrate per 16 milioni di biglietti.

Quello del 2024 è stato un primo semestre sfidante, percorso per lo più in salita, a causa di un'offerta di titoli non paragonabile a quella del 2023. Per via degli scioperi a Hollywood dell'anno scorso, i primi mesi del 2024 sono stati scarichi di blockbuster ma, nonostante questo, il mercato italiano ha mostrato una forte resilienza e retto bene. Questo grazie soprattutto a una serie di film di qualità (*Povere creature!*, *Il ragazzo e l'airone*, *Perfect Days*, *La zona di interesse*, solo per citare i principali) che hanno ottenuto tra i migliori risultati in Europa. È stata la dimostrazione del consolidamento della domanda di cinema in sala, di quella ritrovata abitudine ad andare al cinema, frutto del lavoro di tutta l'industria e del trend positivo innescato ➤



da fine ottobre in poi con *C'è ancora domani* di Paola Cortellesi e poi proseguito con le vacanze natalizie.

## TANTI SPETTATORI OCCASIONALI

Un dato interessante da sottolineare subito è infatti che, a inizio anno, pur senza pop-corn movie di richiamo, le sale italiane hanno richiamato tantissimi spettatori occasionali. Lo dicono i dati di CinExpert: nel mese di gennaio, il pubblico era composto da ben il 51% di spettatori "casual", ovvero da chi ha una bassa abitudine a frequentare le sale (meno di 5 volte l'anno). E di questo 51%, un'altissima percentuale – il 28%, ovvero più di 1 spettatore su 4 – era fatto di spettatori "super-casual", ossia da chi al cinema è abituato ad andare pochissimo, solo 1 o 2 volte all'anno.

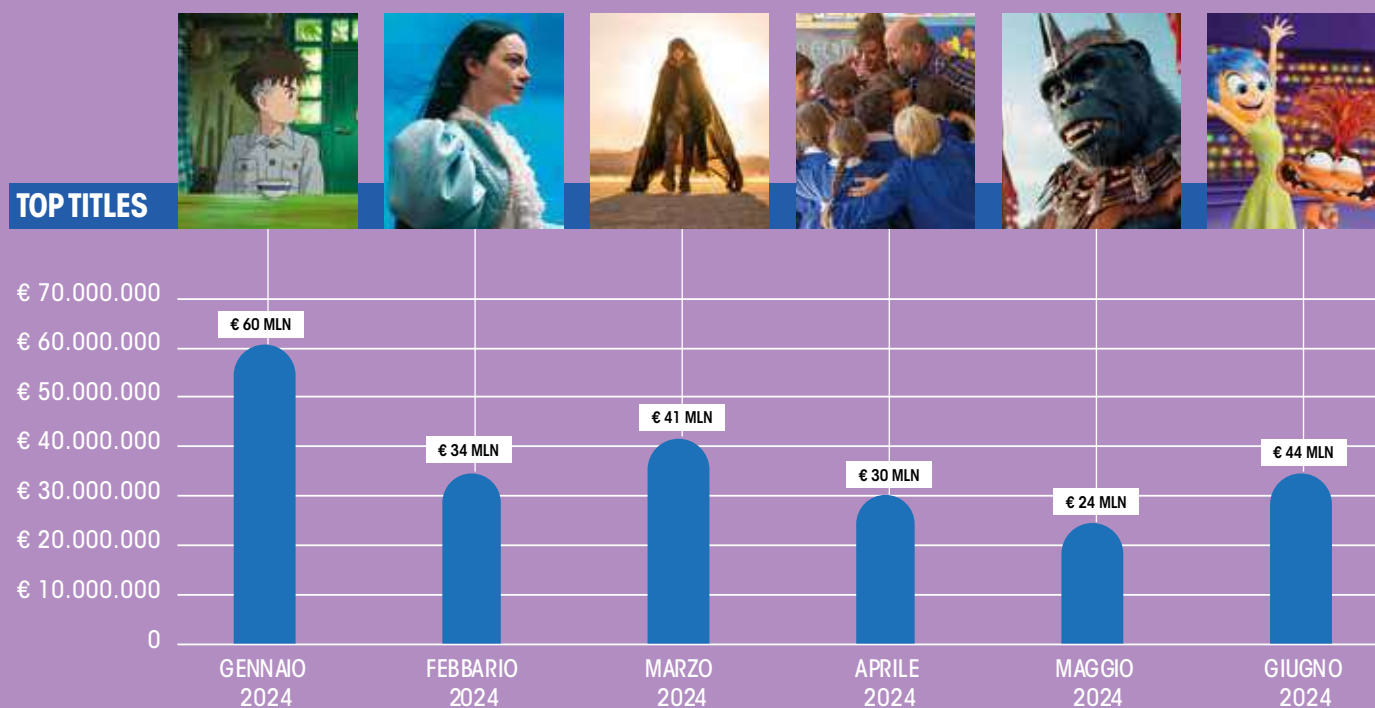
## L'ANDAMENTO MENSILE

Se, come si vede nella fig.4, il primo trimestre gennaio-marzo ha retto (faticosamente) bene, aprile e maggio si sono invece tinte di rosso con un -32% e -40% rispetto al 2023. Ci stavamo abituando al "segno meno", ma poi *Inside Out 2* ha ribaltato la situazione e trainato il mese di giugno facendolo chiudere al +55%.



Fig. 2

## INCASSI MENSILI DA GENNAIO A GIUGNO 2024

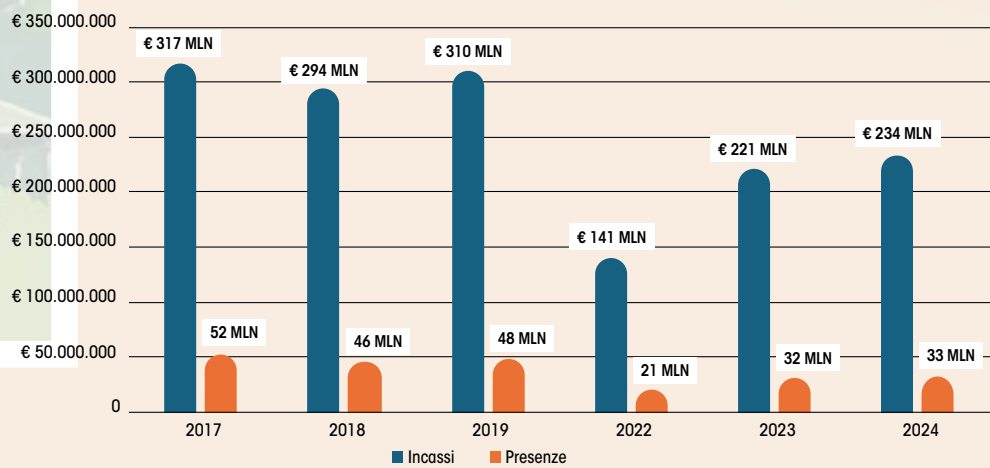


Fonte: Cinetel



Fig. 1

## INCASSI E PRESENZE IN ITALIA NEL PRIMO SEMESTRE (2017-2023)



Fonte: Cinetel

Dall'alto: *Il ragazzo e l'airone* (6,9 milioni di euro al box office); *Un mondo a parte* (primo incasso del 2024 per un film italiano); *Povere creature!* (9,1 milioni di euro al botteghino, ovvero il primo incasso internazionale del film)

### I MIGLIORI INCASSI

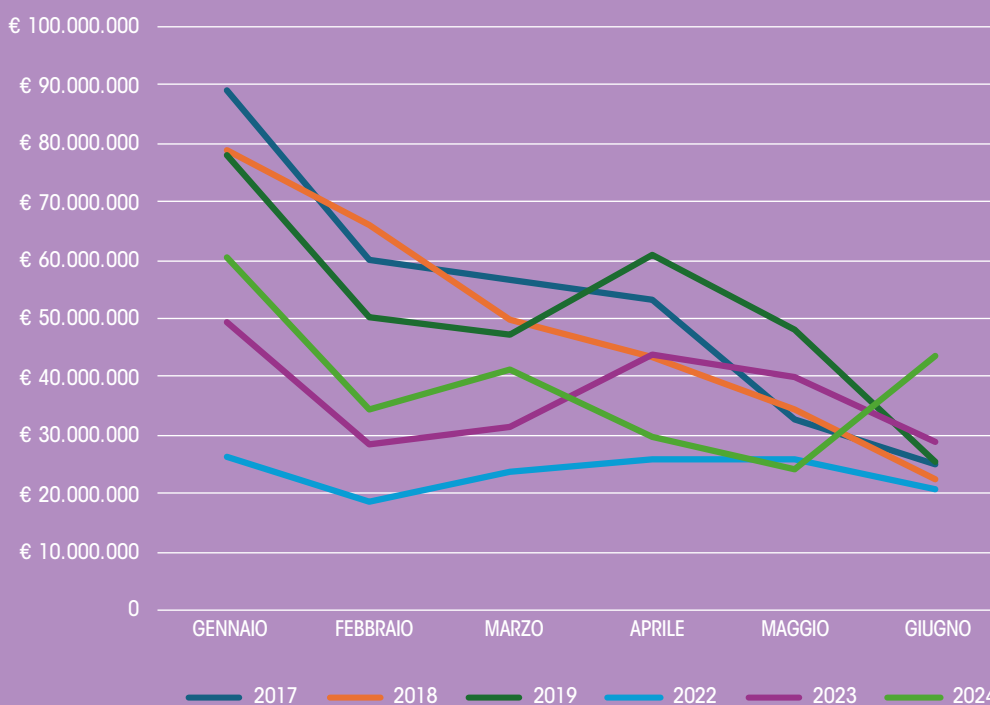
A livello di migliori incassi, è stato il pluricitato *Inside Out 2* ad aggiudicarsi con ampio margine il primo posto della Top 10. Uscito il 19 giugno, in neanche due settimane il film ha raccolto 29,8 milioni di euro, diventando il titolo d'animazione con il maggiore incasso di sempre in Italia.

L'animazione occupa anche il secondo gradino del podio con *Kung Fu Panda 4* (Universal) che, con 11,6 milioni di euro, va a battere con un bel distacco il precedente capito del 2016 che era arrivato 8,2 milioni. Terzo classificato è invece *Dune 2* con 10 milioni, altro sequel che va a migliorare i numeri dell'episodio precedente (*Dune 1* aveva chiuso nel 2021 con 7,5 milioni).

Segue lo straordinario risultato di *Povere creature!* (Disney) con 9,1 milioni di euro, primo incasso internazionale per il film con Emma Stone, meglio anche del box office del Regno Unito. E poi, quinto, *Un mondo a parte* (Medusa) con oltre 7 milioni di euro: insieme a *C'è ancora domani* (Vision) di Paola Cortellesi, è l'unica altra produzione italiana che è riuscita ad abbattere il muro dei 7 milioni di euro nel post-pandemia. La parte bassa della classifica vede una serie di "titoli sorprese", film d'essai o appartenenti a generi ritenuti deboli come la rom-com che invece hanno avuto delle ottime performance inaspettate: *Il ragazzo e l'airone* (Lucky Red) con 6,9 milioni di euro, secondo miglior risultato in Europa dopo la Francia; *Tutti tranne te* (Eagle) con 6,4 milioni, terzo miglior ri- ➤

Fig. 3

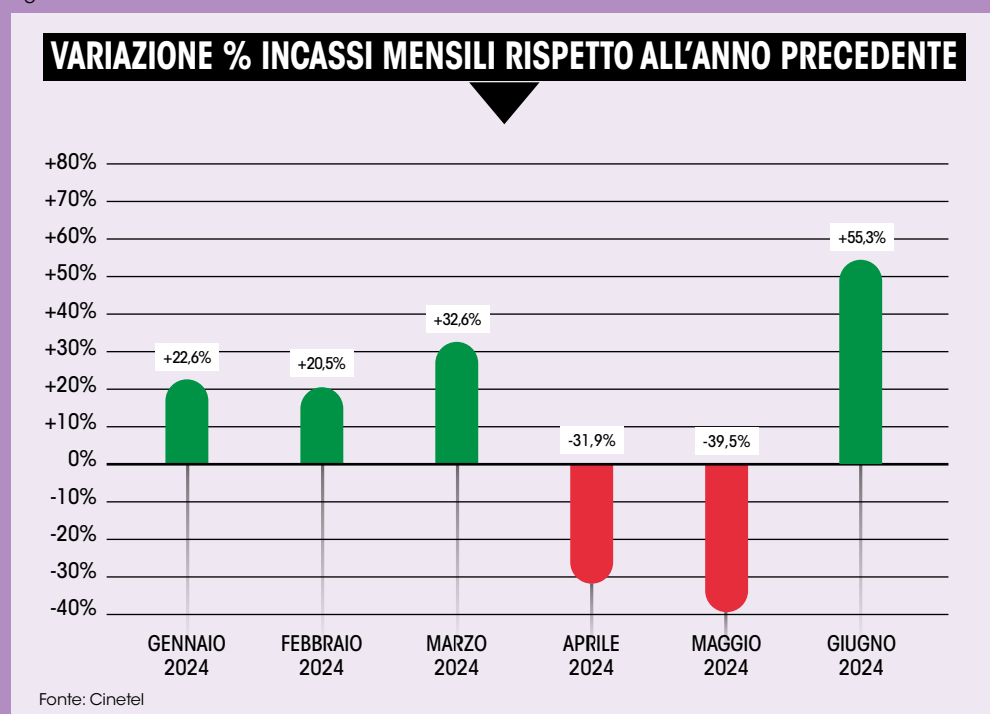
## CONFRONTO INCASSI MENSILI (2017-2024)



Fonte: Cinetel



Fig. 4



sultato in Europa dopo Germania e Regno Unito; *Perfect Days* (Lucky Red) con 5,6 milioni e il primato al mondo in termini di spettatori.

Nella Top 10 dei migliori incassi del primo semestre 2024, troviamo anche Siani con *Succede anche nelle migliori famiglie* (01 Distribution) con 5,7 milioni (in netto miglioramento sul suo titolo precedente *Tramite amicizia* arrivato a 3 milioni), e la coda lunga di *Wonka* (Warner) che, uscito nelle feste natalizie del 2023, nel 2024 ha raccolto quasi 5 milioni.

### LE ALTRE SORPRESE

In un contesto molto meno affollato di titoli che saturano il mercato, diversi film hanno trovato lo spazio e il tempo necessario per esprimere appieno il proprio potenziale. Così, oltre ai successi del cinema di qualità e di quei "titoli sorpresa" elencati sopra, il primo semestre 2024 ha visto altri inaspettati bei risultati al box office come quelli di: *La zona di interesse* (I Wonder), con 4,7 milioni, terzo migliore incasso in-



Fig. 5

### I FILM ITALIANI DI MAGGIORE SUCCESSO DEL PRIMO SEMESTRE 2024 PERIODO: DAL 1° GENNAIO AL 30 GIUGNO

TITOLO	DATA DI USCITA	DISTRIBUTORE	INCASSI	PRESENZE
1 UN MONDO A PARTE	28/03/24	MEDUSA FILM	7.094.867 €	1.060.010
2 SUCCEDA ANCHE NELLE MIGLIORI FAMIGLIE	01/01/24	01 DISTRIBUTION	5.772.496 €	811.016
3 I SOLITI IDIOTI 3 - IL RITORNO	25/01/24	MEDUSA FILM	3.919.805 €	504.322
4 C'E' ANCORA DOMANI	26/10/23	VISION/UNIVERSAL	3.758.798 €	589.190
5 PARE PARECCHIO PARIGI	18/01/24	01 DISTRIBUTION	3.261.386 €	451.686
6 COME PUO' UNO SCOGLIO	28/12/23	VISION/UNIVERSAL	3.001.787 €	420.212
7 ME CONTRO TE IL FILM - OPERAZIONE SPIE	30/05/24	WARNER BROS DISCOVERY	2.545.954 €	424.009
8 50KM ALL'ORA	04/01/24	EAGLE PICTURES	2.221.468 €	309.944
9 CONFIDENZA	24/04/24	VISION/UNIVERSAL	1.740.279 €	257.413
10 UN ALTRO FERRAGOSTO	07/03/24	01 DISTRIBUTION	1.730.678 €	258.895
11 ROMEO E' GIULIETTA	14/02/24	VISION/UNIVERSAL	1.463.120 €	222.312
12 SARO' CON TE	04/05/24	NEXO DIGITAL	1.433.457 €	119.425
13 RACE FOR GLORY - AUDI VS. LANCIA	14/03/24	MEDUSA FILM	1.333.774 €	180.224
14 ENEA	11/01/24	VISION/UNIVERSAL	1.224.528 €	178.692
15 DIECI MINUTI	25/01/24	VISION/UNIVERSAL	1.176.046 €	181.832
16 IL SEGRETO DI LIBERATO	09/05/24	BE WATER/MEDUSA	1.138.731 €	131.008
17 SANTOCIELO	14/12/23	MEDUSA FILM	837.814 €	118.730
18 PRISCILLA	27/03/24	VISION/UNIVERSAL	793.044 €	114.241
19 ENNIO DORIS - C'E' ANCHE DOMANI	15/04/24	MEDUSA FILM	723.785 €	102.959
20 ZAMORA	04/04/24	01 DISTRIBUTION	701.475 €	110.702
21 VOLARE	22/02/24	FANDANGO	645.827 €	102.340
22 CARACAS	29/02/24	VISION/UNIVERSAL	589.948 €	87.164
23 GLORIA!	11/04/24	01 DISTRIBUTION	536.872 €	84.988
24 FOOD FOR PROFIT	27/02/24	MESCALITO FILM	482.364 €	69.536
25 FINALMENTE L'ALBA	14/02/24	01 DISTRIBUTION	408.143 €	65.112
26 LA CHIMERA	23/11/23	01 DISTRIBUTION	386.321 €	66.351
27 L'ULTIMA VOLTA CHE SIAMO STATI BAMBINI	12/10/23	MEDUSA FILM	370.362 €	90.424
28 IO CAPITANO	07/09/23	01 DISTRIBUTION	355.877 €	75.007
29 L'ARTE DELLA GIOIA - PARTE 1	30/05/24	VISION/UNIVERSAL	347.711 €	59.877
30 VANDELLO SECONDO MARIA	23/05/24	VISION/UNIVERSAL	312.511 €	50.417

N.B. Sono incluse le co-produzioni

Fonte: Cinetel

Sopra, la rom-com rivelazione *Tutti tranne te* (6,4 milioni di euro ai botteghini). A destra, *Succede anche alle migliori famiglie* di Alessandro Siani (5,7 milioni di euro). Nell'altra pagina, *Perfect Days* di Wim Wenders (5,6 milioni)



Fig. 6

## I MAGGIORI INCASSI DEL PRIMO SEMESTRE 2024 PERIODO: DAL 1° GENNAIO AL 30 GIUGNO

TITOLO	DATA DI USCITA	DISTRIBUTORE	INCASSI	PRESENZE
1 INSIDE OUT 2	19/06/24	WALT DISNEY	29.880.177 €	4.038.230
2 KUNG FU PANDA 4	21/03/24	UNIVERSAL	11.622.668 €	1.589.873
3 DUNE - PARTE 2	28/02/24	WARNER BROS. DISCOVERY	10.051.247 €	1.247.203
4 POVERE CREATURE!	25/01/24	WALT DISNEY	9.185.838 €	1.286.463
5 UN MONDO A PARTE	28/03/24	MEDUSA FILM	7.094.867 €	1.060.010
6 IL RAGAZZO E L'AIRONE	01/01/24	LUCKY RED	6.900.127 €	944.472
7 TUTTI TRANNE TE	25/01/24	EAGLE PICTURES	6.416.930 €	850.722
8 SUCCEDE ANCHE NELLE MIGLIORI FAMIGLIE	01/01/24	01 DISTRIBUTION	5.772.496 €	811.016
9 PERFECT DAYS	04/01/24	LUCKY RED	5.575.392 €	827.585
10 WONKA	14/12/23	WARNER BROS. DISCOVERY	4.991.628 €	678.141
11 LA ZONA D'INTERESSE	22/02/24	I WONDER PICTURES	4.694.839 €	698.564
12 WISH	21/12/23	WALT DISNEY	4.468.942 €	650.814
13 CHALLENGERS	24/04/24	WARNER BROS. DISCOVERY	4.317.365 €	581.106
14 GODZILLA E KONG - IL NUOVO IMPERO	28/03/24	WARNER BROS. DISCOVERY	4.156.783 €	531.486
15 I SOLITI IDIOTI 3 - IL RITORNO	25/01/24	MEDUSA FILM	3.919.805 €	504.322
16 C'E' ANCORA DOMANI	26/10/23	VISION DISTRIBUTION	3.758.798 €	589.190
17 PAST LIVES	14/02/24	LUCKY RED	3.273.770 €	491.073
18 PARE PARECCHIO PARIGI	18/01/24	01 DISTRIBUTION	3.261.386 €	451.686
19 COME PUO' UNO SCOGLIO	28/12/23	VISION DISTRIBUTION	3.001.787 €	420.212
20 BOB MARLEY- ONE LOVE	22/02/24	EAGLE PICTURES	2.935.207 €	391.976
21 IL REGNO DEL PIANETA DELLE SCIMMIE	08/05/24	WALT DISNEY	2.913.312 €	389.789
22 GHOSTBUSTERS - MINACCIA GLACIALE	11/04/24	EAGLE PICTURES	2.789.459 €	379.275
23 ME CONTRO TE IL FILM - OPERAZIONE SPIE	30/05/24	WARNER BROS. DISCOVERY	2.545.954 €	424.009
24 THE HOLDOVERS - LEZIONI DI VITA	18/01/24	UNIVERSAL	2.332.575 €	356.029
25 BACK TO BLACK	18/04/24	UNIVERSAL	2.266.536 €	301.698
26 AQUAMAN E IL REGNO PERDUTO	20/12/23	WARNER BROS. DISCOVERY	2.224.918 €	292.023
27 50KM ALL'ORA	04/01/24	EAGLE PICTURES	2.221.468 €	309.944
28 THE FALL GUY	01/05/24	UNIVERSAL	2.191.443 €	292.563
29 GARFIELD - UNA MISSIONE GUSTOSA	01/05/24	EAGLE PICTURES	2.109.191 €	314.672
30 IF - GLI AMICI IMMAGINARI	16/05/24	EAGLE PICTURES	2.037.585 €	326.077
31 BAD BOYS - RIDE OR DIE	13/06/24	EAGLE PICTURES	1.963.459 €	280.813
32 THE BEEKEEPER	11/01/24	01 DISTRIBUTION	1.944.035 €	251.266
33 CIVIL WAR	18/04/24	01 DISTRIBUTION	1.819.997 €	246.338
34 CONFIDENZA	24/04/24	VISION DISTRIBUTION	1.740.279 €	257.413
35 UN ALTRO FERRAGOSTO	07/03/24	01 DISTRIBUTION	1.730.678 €	258.895
36 FURIOSA: A MAD MAX SAGA	23/05/24	WARNER BROS. DISCOVERY	1.729.556 €	245.835
37 EMMA E IL GIAGUARO NERO	22/02/24	01 DISTRIBUTION	1.703.418 €	256.074
38 ONE LIFE	21/12/23	EAGLE PICTURES	1.539.595 €	258.576
39 ROMEO E GIULIETTA	14/02/24	VISION DISTRIBUTION	1.463.120 €	222.312
40 SARO' CON TE	04/05/24	NEXO DIGITAL	1.433.457 €	119.425
41 LA SALA PROFESSORI	29/02/24	LUCKY RED	1.376.091 €	220.588
42 RACE FOR GLORY - AUDI VS. LANCIA	14/03/24	MEDUSA FILM	1.333.774 €	180.224
43 MADAME WEB	14/02/24	EAGLE PICTURES	1.326.015 €	176.962
44 CATTIVERIE A DOMICILIO	18/04/24	BIM DISTRIB.	1.305.655 €	200.797
45 ENEA	11/01/24	VISION DISTRIBUTION	1.224.528 €	178.692
46 DIECI MINUTI	25/01/24	VISION DISTRIBUTION	1.176.046 €	181.832
47 IL SEGRETO DI LIBERATO	09/05/24	BE WATER	1.138.731 €	131.008
48 KINDS OF KINDNESS	06/06/24	WALT DISNEY	1.126.497 €	219.496
49 LA PROFEZIA DEL MALE	09/05/24	EAGLE PICTURES	1.114.231 €	143.415
50 OMEN - L'ORIGINE DEL PRESAGIO	04/04/24	WALT DISNEY	1.081.772 €	138.802
51 IL FANTASMA DI CANTERVILLE	18/01/24	ADLER ENTERTAINMENT	964.104 €	149.405
52 NIGHT SWIM	22/02/24	UNIVERSAL	909.307 €	113.668
53 WONDER - WHITE BIRD	04/01/24	MEDUSA FILM	878.322 €	140.764
54 ARGYLLE - LA SUPER SPIA	01/02/24	UNIVERSAL	838.386 €	113.496
55 SANTOCIELO	14/12/23	MEDUSA FILM	837.814 €	118.730
56 PRISCILLA	27/03/24	VISION DISTRIBUTION	793.044 €	114.241
57 CHI SEGNA VINCE	11/01/24	WALT DISNEY	792.648 €	118.525
58 FOGLE AL VENTO	21/12/23	LUCKY RED	760.337 €	126.263
59 L'ESORCISMO - ULTIMO ATTO	30/05/24	EAGLE PICTURES	755.217 €	115.408
60 SANSONE E MARGOT - DUE CUCCIOLI ALL'OPERA	08/02/24	EAGLE PICTURES	751.441 €	115.023
61 HAIKYU!! - BATTAGLIA ALL'ULTIMO RIFIUTO	30/05/24	EAGLE PICTURES	744.588 €	97.206
62 ESTRANEI	29/02/24	WALT DISNEY	740.708 €	110.531
63 FERRARI	14/12/23	01 DISTRIBUTION	737.807 €	103.955
64 ENNIO DORIS - C'E' ANCHE DOMANI	15/04/24	MEDUSA FILM	723.785 €	102.959
65 DEMON SLAYER: KIMETSU NO YAIBA - VERSO L'ALLENAMENTO DEI PILASTRI	22/02/24	EAGLE PICTURES	708.013 €	89.796
66 ZAMORA	04/04/24	01 DISTRIBUTION	701.475 €	110.702
67 ANATOMIA DI UNA CADUTA	26/10/23	TEODORA FILM	695.236 €	115.166
68 IMAGINARY	14/03/24	EAGLE PICTURES	684.061 €	88.703
69 MAY DECEMBER	21/03/24	LUCKY RED	678.863 €	104.846
70 THE WATCHERS - LORO TI GUARDANO	06/06/24	WARNER BROS. DISCOVERY	674.514 €	127.414
71 SOUND OF FREEDOM - IL CANTO DELLA LIBERTA'	19/02/24	DOMINUS PROD.	652.584 €	87.702
72 IL GUSTO DELLE COSE	09/05/24	LUCKY RED	650.949 €	105.055
73 VOLARE	22/02/24	FANDANGO	645.827 €	102.340
74 ABIGAIL	16/05/24	UNIVERSAL	615.897 €	81.613
75 CARACAS	29/02/24	VISION DISTRIBUTION	589.948 €	87.164
76 PRENDI IL VOLO	07/12/23	UNIVERSAL	575.222 €	90.844
77 OPPENHEIMER	23/08/23	UNIVERSAL	541.799 €	83.429
78 GLORIA!	11/04/24	01 DISTRIBUTION	536.872 €	84.988
79 PERFECT BLUE	22/04/24	NEXO DIGITAL	528.234 €	56.583
80 FOOD FOR PROFIT	27/02/24	MESCALITO FILM	482.364 €	69.536
81 THE BIKERIDERS	19/06/24	UNIVERSAL	475.568 €	63.725
82 ANSELM	30/04/24	LUCKY RED	415.322 €	60.025
83 A QUIET PLACE - GIORNO 1	27/06/24	EAGLE PICTURES	414.134 €	54.509
84 FINALMENTE L'ALBA	14/02/24	01 DISTRIBUTION	408.143 €	65.112
85 LA CHIMERA	23/11/23	01 DISTRIBUTION	386.321 €	66.351
86 UN COLPO DI FORTUNA	06/12/23	LUCKY RED	382.145 €	62.539
87 L'ULTIMA VOLTA CHE SIAMO STATI BAMBINI	12/10/23	MEDUSA FILM	370.362 €	90.424
88 THE WARRIOR - THE IRON CLAW	01/02/24	EAGLE PICTURES	363.033 €	50.533
89 IO CAPITANO	07/09/23	01 DISTRIBUTION	355.877 €	75.007
90 L'ARTE DELLA GIOIA - PARTE 1	30/05/24	VISION DISTRIBUTION	347.711 €	59.877
91 THE MIRACLE CLUB	04/01/24	EUROPIC PICTURES	343.240 €	58.590
92 L'ODIO (LA HAINE) (RIED. 4K)	13/05/24	CAT PEOPLE	341.999 €	45.751
93 THE SONG REMAINS THE SAME	25/03/24	NEXO DIGITAL	341.422 €	28.284
94 SCARFACE 4K (RIED.)	08/04/24	LUCKY RED	340.890 €	44.163
95 C'ERA UNA VOLTA IN BHUTAN	30/04/24	OFFICINE UBU	338.731 €	55.362
96 I TRE MOSCHETTIERI - MILADY	14/02/24	MEDUSA FILM	328.164 €	48.520
97 TATAMI	04/04/24	BIM DISTRIB.	312.683 €	51.316
98 VANGELO SECONDO MARIA	23/05/24	VISION DISTRIBUTION	312.511 €	50.417
99 E LA FESTA CONTINUA!	11/04/24	LUCKY RED	312.207 €	50.535
100 SEI FRATELLI	01/05/24	01 DISTRIBUTION	311.150 €	51.193

Fonte: Cinetel

ternazionale dopo Germania e Francia, superando anche Regno Unito; *Bob Marley: One Love* (Eagle), biopic musicale arrivato a 3 milioni di euro, nonostante non avesse star nel cast (in Spagna il film si è fermato a 1,7 milioni); *Challengers* (Warner) di Luca Guadagnino (4,3 milioni di euro), secondo miglior incasso internazionale alle spalle di UK; il romantico *Past Lives* (Lucky Red), ben 3,3 milioni per un'opera prima senza nomi noti nel cast, secondo miglior risultato internazionale dopo UK; il raffinato on the road *The Holdovers* (Universal), con Paul Giamatti, arrivato a 2,3 milioni di euro, secondo miglior incasso internazionale dopo il Regno Unito.

### CINEMA ITALIANO

Zoomando sui film italiani, la produzione nazionale del primo semestre è valsa 56,7 milioni di euro, dunque meglio rispetto al 2023, con incassi in crescita del +18,7%. Così come in crescita è la quota di mercato dei nostri film che nei primi sei mesi del 2024 è arrivata a 28,2%, mentre nel 2023 era del 22%. Rispetto al pre-Covid le distanze sono marcate, ma tutto sommato non sono ampie: -15,4% sugli incassi (il mercato totale segna il -23,8%; quindi il cinema italiano va proporzionalmente meglio), con una forbice di circa 3 milioni di spettatori in meno. Che comunque non sono pochi.

I titoli italiani più di successo del primo semestre 2024 sono stati, oltre ai ➤





## MERCATI A CONFRONTO: I DATI DEL 1° SEMESTRE 2024

già menzionati film di Riccardo Milani e di Alessandro Siani, *I soliti idioti 3* (Medusa) (scommessa vinta con quasi 4 milioni), poi la coda di *C'è ancora domani* (Vision) (che nel 2024 si è portato a casa altri 3,7 milioni) e altre commedie uscite a gennaio o fine anno. Da rimarcare e applaudire la settima posizione di *Me contro Te - Operazione spie* (Warner) che è stata l'unica produzione nazionale di richiamo ad aver accettato la sfida di uscire in estate. A giugno, con l'esclusione del film di Luì e Sofi, il cinema italiano è praticamente scomparso dai radar scendendo a una quota di mercato a una sola cifra (il 9,7%). E, senza film italiani in cartellone, è stata dunque totalmente inefficace l'iniziativa del MiC di proporre il biglietto scontato per i titoli nazionali a 3,5 euro.

Un'altra nota dolente è che, rispetto agli anni passati, a maggio e inizio giugno sono poi mancati quei titoli d'autore che di solito sfruttavano l'anteprima e il lancio durante il Festival di Cannes.

### UN MERCATO TROPPO CONCENTRATO SU POCHI TITOLI

In generale, rispetto al 2023, il mercato del primo semestre 2024 è stato più



#### ITALIA

Incassi:  
**234 milioni di euro**  
Presenze: **33 milioni**  
Quota di mercato  
delle produzioni nazionali:  
**24%**  
Variazione % sul 2023:  
**+6%**

Fonte: Cinetel



#### SPAGNA

Incassi:  
**193,7 milioni di euro**  
Presenze: **29 milioni**  
Quota di mercato  
delle produzioni nazionali:  
**12%**  
Variazione % sul 2023:  
**-10%**

Fonte: Comscore



#### FRANCIA

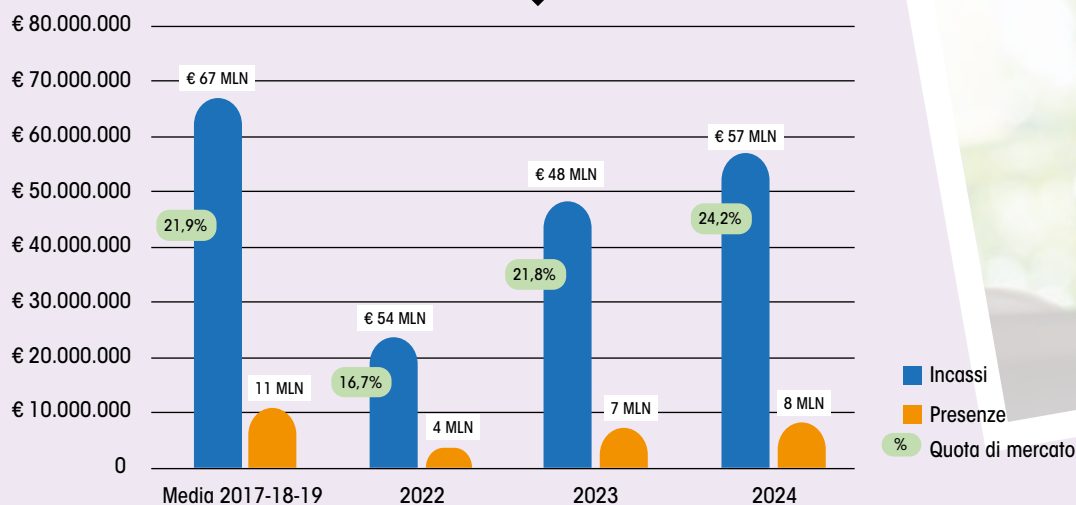
Presenze:  
**84,6 milioni**  
Quota di mercato  
delle produzioni nazionali:  
**46%**  
Variazione % sul 2023:  
**-7%**

Fonte: CNC



Fig. 7

## INCASSI E PRESENZE DEI FILM ITALIANI NEL PRIMO SEMESTRE



Fonte: Cinetel

Dall'alto, *La zona di interesse* (4,5 milioni di euro di incasso); *Challengers* di Luca Guadagnino (4,3 milioni); *Godzilla e Kong - Il nuovo impero* (4,2 milioni)

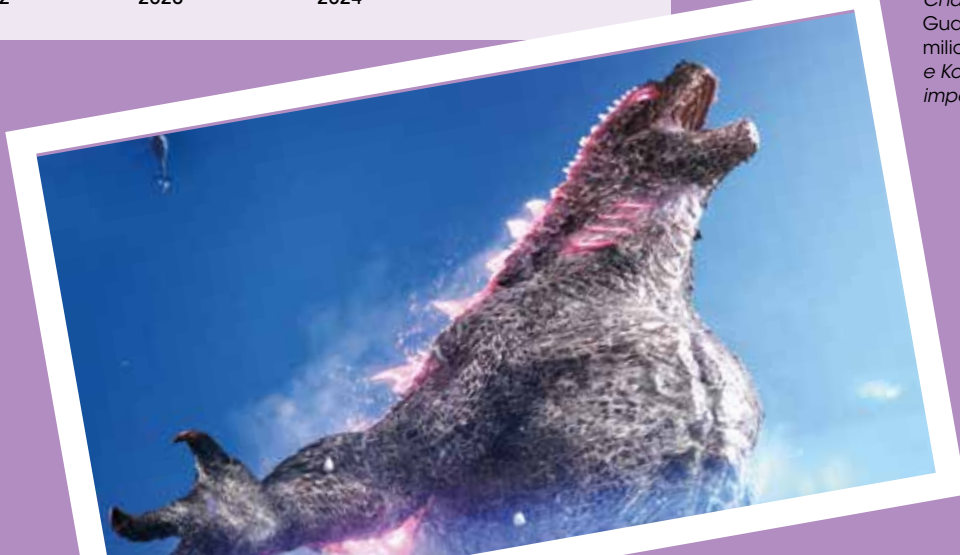






Fig. 8

**INCASSI 2024 PER NAZIONALITÀ  
PERIODO: DAL 1° GENNAIO AL 30 GIUGNO**

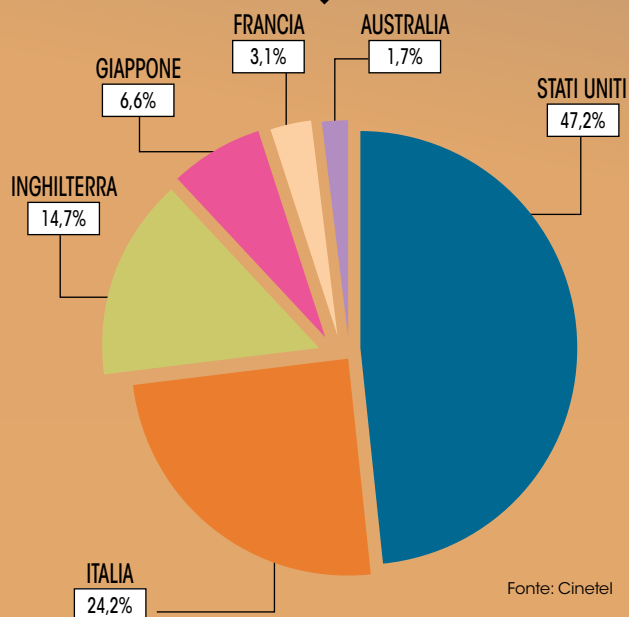


Fig. 9

**CLASSIFICA DISTRIBUTORI 2024  
PERIODO: DAL 1° GENNAIO AL 30 GIUGNO**

	INCASSO	QUOTA DI MERCATO
1 WALT DISNEY	50.888.419 €	21,69%
2 WARNER BROS DISCOVERY	31.399.063 €	13,38%
3 EAGLE PICTURES	29.745.055 €	12,68%
4 UNIVERSAL	23.123.512 €	9,86%
5 LUCKY RED	21.997.152 €	9,38%
6 01 DISTRIBUTION	20.339.831 €	8,67%
7 MEDUSA FILM	15.831.147 €	6,75%
8 VISION DISTRIBUTION	15.228.410 €	6,49%
9 I WONDER PICTURES	5.914.171 €	2,52%
10 NEXO DIGITAL	3.916.339 €	1,67%
11 BIM DISTRIB.	2.265.783 €	0,97%
12 ADLER ENTERTAINMENT	1.396.180 €	0,60%
13 BE WATER	1.138.731 €	0,49%
14 FANDANGO	1.053.099 €	0,45%
15 TEODORA FILM	823.714 €	0,35%
16 PLAION PICTURES	804.122 €	0,34%
17 DOMINUS PROD.	653.644 €	0,28%
18 EUROPICTURES DISTR. S	631.903 €	0,27%
19 NOTORIOUS PICTURES	600.603 €	0,26%
20 MOVIES INSPIRED	544.802 €	0,23%
21 MESCALITO FILM	535.906 €	0,23%
22 ACADEMY TWO	497.708 €	0,21%
23 WANTED CINEMA	484.935 €	0,21%
24 VERTICE360	476.558 €	0,20%
25 OFFICINE UBU	474.236 €	0,20%

Fonte: Cinetel

concentrato e si è retto su meno titoli. Se entrambe le annate hanno avuto due titoli sopra i 20 milioni di euro, nel 2024 solo 3 film hanno superato i 10 milioni di euro a fronte dei 5 nel 2023.

**I DISTRIBUTORI**

Infine, uno sguardo all'andamento dei distributori. Il vincitore assoluto di questo primo semestre è Disney con 50,8 milioni di euro di box office per una quota di mercato del 21,7% ottenuta principalmente grazie ai sorprendenti risultati di *Inside Out 2* e *Povere creature!*. Hanno registrato numeri importanti anche Warner con 31,4 milioni e una quota del 13,4% frutto di *Dune 2*, la coda di *Wonka* e di *Challengers*, ed Eagle Pictures con 29,9 milioni di euro e una quota del 12,7% ottenuta soprattutto con *Tutti tranne te* e il biopic su Bob Marley. Seguono Universal con 23,1 milioni di euro (9,9%) e soprattutto Lucky Red che, con quasi 22 milioni e una fetta del 9,4%, ha registrato un'impennata del +397% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. **BO**

Sotto, *I soliti idioti 3* (3,9 milioni di euro al box office)



© Warner Bros. Discovery (3); Universal Pictures (1); Disney/Pixar (1); Lucky Red (2); Medusa Film (2); Searchlight/Disney (1); Eagle Pictures (1); Lucisano Media Group/01 Distribution (1); Wonder Pictures (1)







# SCRITTO, DIRETTO E INTERPRETATO DALL'IA

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE PERMEA OGNI STEP DEL PERCORSO CHE PORTA DALL'IDEAZIONE ALLA POST-PRODUZIONE DI UN CONTENUTO AUDIOVISIVO. AMPERE ANALYSIS HA ANALIZZATO QUANTO E COME QUESTA TECNOLOGIA SI SIA INSINUATA ORMAI IN TUTTA LA CATENA DEL VALORE DELL'INDUSTRIA, QUALI SONO I TOOL A DISPOSIZIONE E LE IMPLICAZIONI PER I PROFESSIONISTI "UMANI"

a cura di **Eliana Corti**

## A OGNI FASE, LA SUA IA

Sono diversi i tool e programmi di intelligenza artificiale a disposizione per chi lavora nell'industria televisiva e cinematografica, in ogni sua fase. Questo è l'elenco stilato da Ampere Analysis:

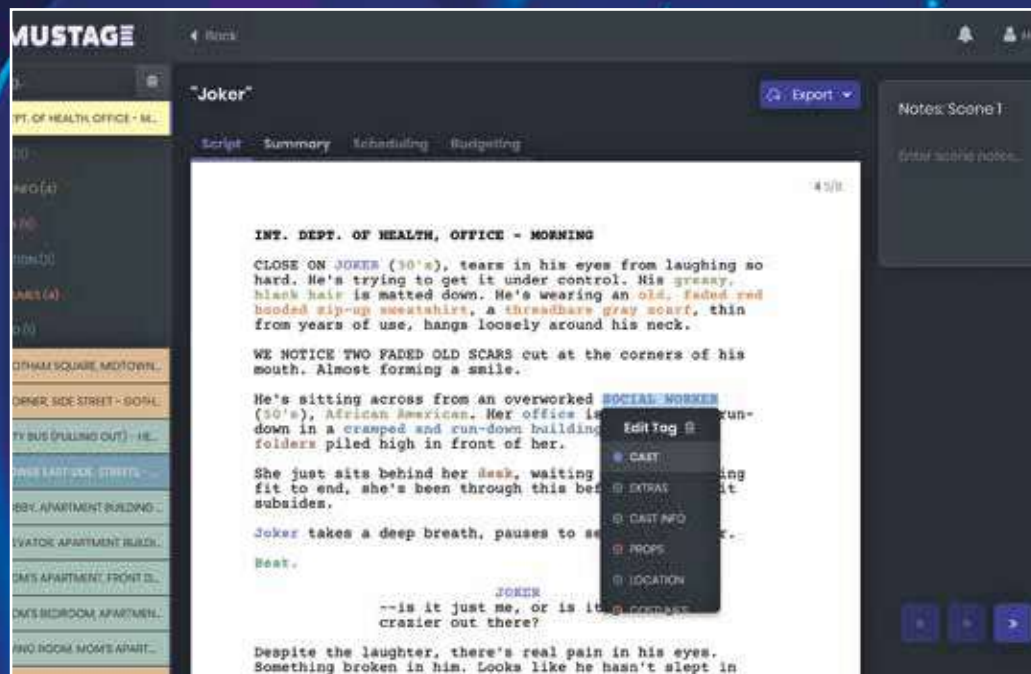
- **Scrivere, realizzare bozze e pitch:** Google Gemini, Chat GPT/DALL-E, FilmUStage, Originality, Simplified, Adobe Firefly
- **Revisione, valutazione e sviluppo:** AI Canto, Storyfit, Largo, Cinelytic, Scriptbook, Vault
- **Amministrazione legale e contrattuale:** Juro, Spellbook, LawGeex, Checkbox AI, Metaphysic, Elevate
- **Pre-produzione:** Scenechronize, Celtx, FilmUStage, RivetAI, Storyboarder, Vault
- **Video e suono:** Sora, Runwayml, Pictory, Adobe Sensei, BlackMagic DaVinci Resolve, iZotope RX, Vizrt, DeepVoodoo, Vanity AI, Respeecher, Meta AudioGen, Topazlabs
- **Amministrazione e attività collaterali:** Adobe Marketo Engage, Waymark, Adobe Journey Optimizer, Vidyo, Ryff, OpusClip
- **Localizzazione, adattamenti, raccomandazioni:** Papercup, Offer.ai, Iyuno, WonderDynamics, Deepdub, WSC Sports

Penso che entro cinque anni sarà possibile realizzare un intero film – dallo script alla produzione fino agli effetti visivi – da una camera da letto». Con queste parole Guy Bisson, Executive Director di Ampere Analysis, ha concluso il webinar "AI in the Tv and movie creation and value chain", una approfondita disamina del ruolo dell'intelligenza artificiale (IA) nell'industria audiovisiva. «Quando ho iniziato a lavorare su questo progetto, circa sei mesi fa, ero abbastanza scettico sull'impatto dell'IA», ha dichiarato, ammettendo poi il cambio di rotta. Anche per l'analista, dunque, le nuove tecnologie sono destinate a cambiare il business. Lo scetticismo di Bisson ha molto a che fare con la storia tecnologica dell'audiovisivo, laddove è capitato di assistere ad annunci di novità definite "rivoluzionarie" e che, invece, alla fine si sono rivelate sostanzialmente solo "chiacchiere". È la dicotomia tra hype e impatto: nel primo gruppo si annoverano la blockchain o gli NFTs, mentre – per fare un esempio noto a tutti – la digital Tv e l'IpTv hanno fatto il loro lavoro – cambiando effettivamente lo scenario – senza finire, diciamo, sulle prime pagine. Senza fare tanto "rumore", insomma. A far cambiare idea a

Bisson e ai ricercatori di Ampere Analysis sul ruolo dell'IA è quanto ricostruito nel webinar, ovvero come questa tecnologia si sia ormai insinuata in tutte le fasi del processo produttivo dell'industria audiovisiva. Già nelle prime fasi di lavorazione diventa possibile visualizzare set e ambientazioni creati a computer, mentre si può avviare a nuove riprese intervenendo in post-produzione sulle scene. Il che significa, potenzialmente, rivedere anche la cronologia delle fasi di creazione e produzione di un film o una serie. Anche la fase di commissioning cambia, per esempio attraverso analisi approfondite su target già in fase di sceneggiatura. E, poi, ci sono gli effetti sui fatturati: «Possiamo aspettarci che dati associati ai contenuti diventino sempre più di valore, creando opportunità di monetizzazione supportate dalla IA. Nuove opzioni di pubblicità e product placement, riduzione del churn e creazione di diverse versioni di contenuti adattate ai target, identificazione più efficiente delle IP, così come opportunità aggiuntive quali lo sfruttamento dei cataloghi per l'addestramento della IA e le partnership: il potenziale per flussi di ricavi data-driven si sta espandendo», si legge nel rapporto di Ampere Analysis. ➤



Due esempi di IA applicata all'audiovisivo: uno script visionato da FilmUStage (in alto) e Dialogue Match di iZotope, tool dedicato a voce e suono



## (FANTA)SCIENZA VS REALTÀ

Per quanto ancora confusa, per i più, la conversazione sul ruolo dell'intelligenza artificiale nella produzione televisiva e cinematografica è molto avanzata e ben poco peregrina. I grandi big dell'industria sono tutti al lavoro, parliamo di realtà del calibro di OpenAI, Google, Meta, Amazon, Microsoft, Nvidia, solo per citarne alcuni. Anzi, visti i rapidi progressi, le leggi e le attività di controllo e monitoraggio (a partire dall'AI Act europeo) sono più che dovuti, mentre ci si interroga ancora se possano bastare. E si spiegano così anche le richieste di SAG-AFTRA e WGA (rispettivamente sindacato attori e autori americani), costate mesi di sciopero, anche se – nonostante i pochi mesi dall'implementazione dei nuovi contratti – sembra che le loro vittorie potrebbero non essere così capaci di proteggere i professionisti "umani" (secondo alcuni critici, il contratto della SAG-AFTRA nasconde delle falle, per esempio non prevedendo la possibilità di revoca del consenso – a lungo termine – all'uso della propria immagine e voce per l'IA). Detto questo, l'intelligenza artificiale è qui e l'offerta appare già ampia e diversificata. «È importante ricordare che esistono più tipi di intelligenza artificiale», ricorda Bisson. Se la "vera" IA – ovvero una macchina genuinamente dotata di intelligenza (come SkyNet di Terminator) – per il momento è ancora lontana, a oggi l'industria sfrutta due tipi di IA, la generativa, capace di generare nuovi contenuti sulla base di dati esistenti (la ben nota ChatGPT) e quella discriminativa, che applica nuovi dati su pattern esistenti verificandone l'applicazione. Un esempio è Script Analysis che valuta se una sceneggiatura possa o meno essere adatta a un'audience specifica. «Il linguaggio di IA è una serie interconnessa di tecnologie e concetti», ricorda Bisson, ed è proprio questa sua capacità di connettere a far sì che essa possa agire in ogni fase della catena del valore.



Runwayml (creazione di immagini)



Guy Bisson,  
Executive  
Director  
di Ampere  
Analysis

## CREARE CON L'IA

Tool di intelligenza artificiale possono già essere sfruttati nelle prime fasi del processo creativo di un prodotto cinematografico o televisivo, dalla concezione dell'idea al pitch, fino alla stesura della sceneggiatura e al suo sviluppo. Esempi di quanto il mercato metta già a disposizione sono Google Gemini (capace di generare una serie di idee a partire da un singolo concept, creando trattamenti, sinossi e sviluppando sommari di singoli episodi), Largo (che sfrutta l'IA discriminativa per valutare prospettive commerciali di script, offrendo analisi e feedback, opzioni di pianificazione di finanziamento e opportunità di networking) e Scriptbook (analisi e previsione delle prospettive commerciali di un progetto). Resiste (purtroppo o per fortuna) la necessità della supervisione umana, come spiega l'errore in cui la macchina è incappata nell'esempio di Ampere Analysis. I ricercatori hanno chiesto infatti a Gemini di creare alcune proposte di serie: una di questa era basata su un club ambientato a Chicago. Peccato che il titolo della serie ideata fosse Cotton Club Confidential, ovvero il nome di un famoso locale di New York. Ma se l'essere umano può e deve supervisionare la macchina, quello che l'intelligenza artificiale consente di fare è di valutare in tempi brevi una miriade di opportunità, rischi e benefici, esaminando forza e debolezza degli script e fornendo eventuali suggerimenti per migliorare. L'IA interviene anche nella fase di revisione, come fa AI Canto, tool ancora

in sviluppo che permette di analizzare e rifinire idee. La particolarità è che la revisione viene fatta da punti di vista diversi, ovvero creando delle persone digitali in grado di analizzare il testo da particolari prospettive, come un manager particolarmente critico, un esperto di gaming o un executive particolarmente interessato alla prospettiva GenZ. Un altro esempio è Vault, che analizza i metadati di titoli già esistenti (usa un GPT addestrato con oltre 60mila sceneggiature e migliaia di profili di personaggi) per predire i risultati su determinate target audience, possibilità commerciali del prodotto e raccomandazioni di marketing. Originality, invece, si rivolge a sceneggiatori, autori e agenti e si occupa di fact-checking, controlli di eventuali plaghi e leggibilità del testo. E poi c'è Storyfit, usato per l'analisi di sceneggiature e in grado di analizzare forza e debolezza di trama e personaggi, prevedendo la reazione delle audience. Si arriva dunque alla fase di sviluppo e finanziamento e, anche in questo caso, i tool a disposizione sono molteplici, capaci di intervenire e supportare la fase organizzativa, la creazione dei contrat-

ti e la preproduzione. Scenechronize, per esempio, si occupa di facilitare la gestione dei documenti di produzione e distribuzione in sicurezza. FilmUStage interviene nella fase organizzativa, realizzando riassunti degli script e creando un'agenda delle riprese, individuando inoltre eventuali aree di rischio in termini legali e di sicurezza. Crea invece storyboard a partire da testi scritti Storyboarder, mentre Cinelytic usa la IA discriminativa a supporto delle decisioni dei committenti, fornendo per esempio analisi dei talent, strategie di distribuzione e previsioni finanziarie.

## PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE

Veniamo alla fase di produzione e post-produzione, ambiti nei quali l'uso dell'intelligenza artificiale è più noto, non fosse altro perché qui si possono vedere concretamente gli usi.

«La produzione è essenzialmente un costruito di video e suono», dicono i ricercatori. L'IA, infatti, interviene per catturare e generare forme di audio e video. La piattaforma forse più nota è Sora, il tool di generazione video di OpenAI (Chat- ➤

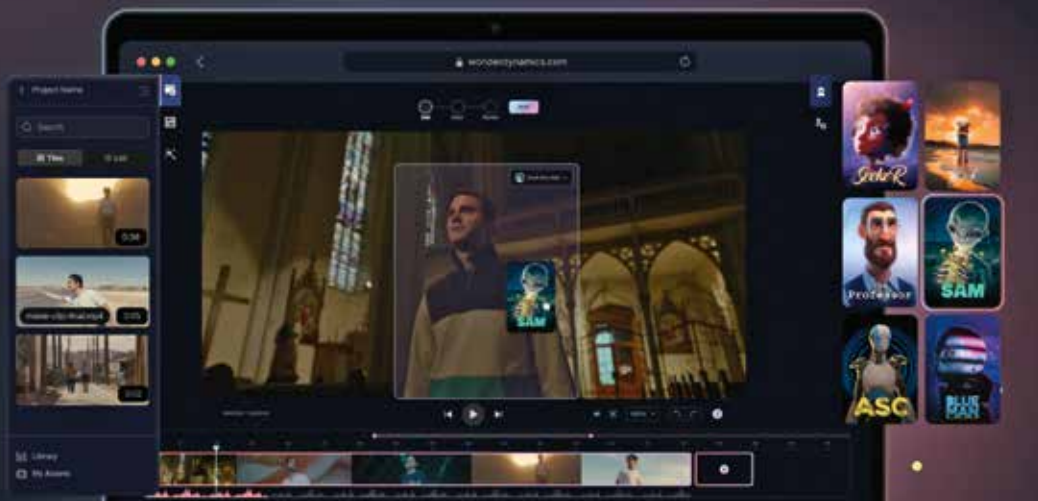
## DEFINIZIONI

**IA GENERATIVA** intelligenza artificiale in grado di generare nuovi contenuti a partire da ampi set di dati. Impara da fonti esistenti, interpretandole, analizzandole e creando nuove relazioni tra i dati.

**IA DISCRIMINATIVA** intelligenza artificiale costruita per generare output a partire da ampi set di dati. Non è pensata per creare nuovi contenuti, ma usa tecnologie di machine learning simili per interpretare ampi data set attraverso i quali calcolare particolari schemi e relazioni



## Welcome to the VFX Studio in your browser



GPT), capace di generare un intero video in Hd a partire da un input testuale, con notevoli implicazioni per il montaggio e gli effetti speciali. I creatori di *South Park*, Trey Parker e Matt Stone, hanno dato vita a DeepVoodoo, definita “deep-fake company” e specializzata infatti nel face-swapping (la sostituzione dei volti), ma disponibile solo per usi professionali. Lato sonoro, c’è Respeecher, specializzato nella clonazione delle voci per lo sviluppo di film, progetti televisivi e videogame. Il servizio offre anche tool di doppiaggio e localizzazione e afferma «di poter creare il perfetto voice match a partire dal materiale sorgente». Adobe propone Adobe Sensei, mentre Meta ha sviluppato AudioGen, che genera un ambiente sonoro a partire da una descrizione testuale. Arriviamo dunque alla fase di distribuzione e a tutti quegli aspetti relativi alla gestione e vendita del prodotto audiovisivo e alla sua localizzazione. Rientrano in questa fase e gli algoritmi di content recommendation e discovery, solitamente tool di proprietà dei singoli operatori. Ma è anche la fase in cui l’IA mostra la capacità di ottimizzazione dei costi, permettendo per esempio di creare in maniera veloce ed economica sottotitoli per i diversi Paesi. Papercup ha un suo database di voci a partire dalle quali generare voci sintetiche che si adattino ai personaggi. Inoltre, offre un sistema di voice casting e include una fase “umana” di controllo qualità. Deepdub propone invece un programma di gestione delle royalty vocali per gli artisti le cui voci sono clonate dall’intelligenza artificiale. C’è poi tutto il mondo della post-produzione e del product placement,



dove intervengono sistemi come Ryff, che consente l’inserimento digitale di prodotti e brand all’interno del materiale girato esistente, fino a customizzarli sulla base di target e altri parametri.

### LA QUESTIONE MORALE

La tecnologia interviene anche nella fase legale e contrattuale, coadiuvando i professionisti nella costruzione di bozze e revisione dei contratti, come fanno per esempio strumenti come Juro o Spellbook. Metaphysic si occupa di face-swapping e include tool di gestione delle royalty e consenso degli attori. Le questioni legali da considerare sono però molteplici e vanno dal ruolo del copyright nell’addestramento dell’IA, la proprietà delle IP e dei contenuti generati, la validità e affidabilità degli stessi (ovvero, chi è responsabile legalmente degli errori commessi dall’IA), e possibili bias e problemi di rappresentatività con cui l’IA viene istruita e quindi inserisce “naturalmente” nei suoi processi, per non parlare di temi quali la

privacy e la protezione dei dati. È chiaro da qui il perché gli attori abbiano insistito nel trovare formule a protezione e pagamento dei professionisti, che diventano veri e propri materiali sorgente per lo sviluppo delle applicazioni. Nonostante i molteplici strumenti a vantaggio di chi lavora, e nonostante i tech-enthusiast, la tecnologia ha ancora delle zone oscure e non è chiaro come intervenire. Si conclude infatti così il rapporto di Ampere Analysis: «L’uso dell’IA nell’industria cinematografica e media – in aree che vanno dalla creazione di contenuti fino agli algoritmi di raccomandazione e tecnologia deepfake – presenta varie implicazioni legali che cineasti, produttori e creatori di contenuti dovrebbero considerare. La preoccupazione centrale è la questione del copyright e, fondamentalmente, quale posizione occupino all’interno dello spettro legale i contenuti prodotti dall’uomo, assistiti dall’IA o completamente generati dall’IA». Servirà un algoritmo per rispondere?

Da sinistra, in senso orario: Wonderstudio di WonderDynamics (VFX), Waymark (amministrazione) e Spellbook (area Legal e contrattualistica)

© iStock (2); Shutterstock (1); FilmUStage (1); Zotope (1); Spellbook (1); WonderDynamics (1); Waymark (1); Runwymi (1); AmpereAnalysis (1)



LUCKY RED PRESENTA UNA PRODUZIONE VIVO FILM E JOLEFILM CON RAI CINEMA



FESTA  
DEL CINEMA  
DI ROMA 2024  
CONCORSO  
PROGRESSIVE CINEMA

# BERLINGUER LA GRANDE AMBIZIONE

ELIO GERMANO

UN FILM DI  
ANDREA SEGRE

DAL 31 OTTOBRE AL CINEMA

SCRITTO DA ANDREA SEGRE E MARCO PETTENELLO



# CINEEUROPE: OCCORRE CAMBIARE LA NARRATIVA

BARCELLONA HA OSPITATO LO SCORSO GIUGNO IL 33° CINEEUROPE, IL PIÙ GRANDE CONGRESSO DI ESPOSITORI E DISTRIBUTORI D'EUROPA, CON PIÙ DI 4.500 PARTECIPANTI, IN UN MOMENTO DIFFICILE PER L'INDUSTRIA. DOPO UN PRIMO SEMESTRE DEBOLE, I GRANDI STUDIOS HANNO RESTITUITO LA SPERANZA CON UNA PROGRAMMAZIONE CHE ASSICURA UN COSTANTE FLUSSO DI GRANDI TITOLI, VITALI PER PRENDERE SLANCIO

di Juan Sardà Frouchtmann



Uno dei momenti più emozionanti di CineEurope è stato quando, nella prima giornata, Nicolas Seydoux, leggendario presidente di Gaumont dal 1974 al 2024, la più importante casa di produzione e distribuzione del cinema francese, è salito sul palco dell'auditorium per ritirare il premio CineEurope Icon Award 2024. In giacca e cravatta, l'anziano Seydoux ha ricordato che alla fine degli anni '60 tutti erano convinti che il cinema sarebbe morto, e che la televisione avrebbe conquistato il suo terreno. Seydoux ha rievocato quel momento di crisi in cui collassò il sistema dei grandi studios dell'epoca d'oro, e Hollywood non riusciva a far sì che i suoi western, grandi musical e film biblici, si connettessero con il pubblico giovane. Ma il cinema non solo non morì, disse Seydoux, ma rinacque più forte dalle sue ceneri negli anni '70, e poi negli anni '80 e '90 generò più soldi che mai. "Siate ottimisti", ha concluso come un colonnello

che incita le sue truppe, "perché i bei tempi torneranno".

I tempi, comunque, sono complessi, ed è stato un CineEurope sempre vibrante ma più austero, senza stelle di Hollywood sul palco (con l'eccezione di Antonio Banderas) e un'atmosfera in cui si percepiva la preoccupazione dei manager. Di fronte alla tentazione di lasciarsi andare al catastrofismo, sono risonate le parole di Andrew Sunshine, presidente di The Film Expo Group, organizzatore dell'evento per l'Unione Internazionale dei Cinema (UNIC), sul palco all'inizio delle giornate: "bisogna cambiare la narrativa".

A giudicare da quanto ascoltato e visto a CineEurope sembrano emergere tre conclusioni chiare: bisogna lavorare a fondo per differenziare al massimo l'esperienza nei cinema dalla visione casalinga; senza un costante flusso di contenuti che soddisfino tutti i gusti è impossibile la ripresa, come si è visto negli ultimi mesi, in cui è diminuito il nu-





**Europe**  
International Union of Cinemas

**WELCOME!**



OFFICIAL CORPORATE SPONSOR

mero di uscite a causa degli effetti degli scioperi degli sceneggiatori e degli attori negli Stati Uniti; e, infine, bisogna affinare al massimo le strategie di marketing per raggiungere un pubblico potenziale che bisogna cercare ovunque. Una frase potrebbe riassumerlo: l'immaginazione al potere, è l'ora di rompere i vecchi schemi. Tutto ciò, con il fine supremo di tornare a generare l'abitudine di andare al cinema e che non sia solo un evento occasionale una o due volte all'anno.


Durante la sempre appassionante Executive Roundtable del giorno di inaugurazione, è stato chiaro che è il contenuto attraente, costante e per tutti i gusti, ciò che è mancato nei primi mesi dell'anno e ciò che propizierà la rinascita: «Produciamo film perché vogliamo fare soldi, non perché abbiamo fede», ha chiarito Steven O'Dell, presidente della distribuzione internazionale di Sony Pictures. Il manager ha messo in risalto l'impegno di Sony con l'industria valorizzando l'acquisto re-

cente della catena di cinema Los Alamos negli Stati Uniti, specializzati in cinema urbani e che fungono anche da centri culturali e sociali. Ha aggiunto O'Dell: «Continuiamo ad avere la capacità di creare impatti culturali profondi come abbiamo visto con Barbenheimer. La priorità è tornare a generare quell'abitudine di andare al cinema».

#### **LA SFIDA: MIGLIORARE L'ESPERIENZA**

Mark Viane, presidente della distribuzione internazionale di Paramount, è stato chiaro: «Non puoi concentrarti solo sui *blockbuster*. Quando guardiamo il calendario, dobbiamo pensare se stiamo offrendo regolarmente ciò che il pubblico desidera, affinché possa sempre andare al cinema e trovare qualcosa che gli piaccia».

Per migliorare questa esperienza, i formati Premium-Large Format (PLF) stanno guadagnando terreno con forza. In tutte le presentazioni dei grandi >



Come di consueto, anche quest'anno le edizioni italiana e spagnola della rivista *Box Office* erano in distribuzione durante CineEurope

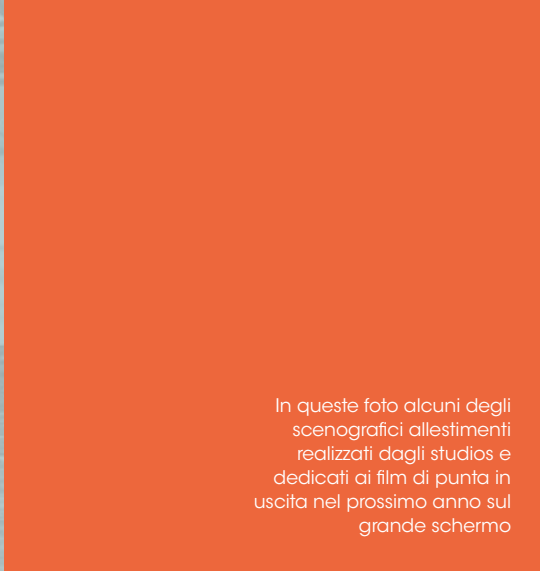




studios, veniva sottolineato chiaramente che il film, specialmente *blockbuster*, dove la spettacolarità è fondamentale, sarebbe stato disponibile in tutti i sistemi PLF: Imax, 4DX, Screen X, dBOX o Dolby Cinema. Durante l'Executive Roundtable, l'estone Kadri Kadlma, Business Development Manager di Apollo Kino, vincitore del premio CineEurope come esercente internazionale dell'anno, ha affermato che «abbiamo visto che i clienti sono disposti a pagare di più per una migliore esperienza. Vediamo persino che alcuni scelgono il film che vogliono vedere in base alla sala in cui viene proiettato. Ciò che non mi fa dormire è pensare se stiamo riuscendo, o meno, a connetterci con il pubblico. Credo che stiamo reagendo più che agendo».

Secondo punto chiave, l'esperienza del cinema deve continuare a migliorare in termini di comfort, tecnologia o offerta gastronomica. Tim Richards, responsabile di Vue, la più grande catena di cinema del Regno Unito, lo ha messo nero su bianco: «Abbiamo investito molti soldi per migliorare i cinema con proiettori laser, nuovi schermi PLF, poltrone reclinabili e sistemi audio all'avanguardia. Sono investimenti costosi e tutti abbiamo aumentato i prezzi, ma non possiamo farlo all'infinito. Molti consumatori hanno sofferto economicamente a causa della pandemia e non possiamo dimenticarci di loro. Per poter calibrare meglio il costo del biglietto, stiamo utilizzando l'intelligenza artificiale con risultati sorprendenti. Stiamo passando a un sistema più dinamico in cui non ci saranno più prezzi così rigidi».

Romper e vecchi schemi ed essere creativi è la chiave. CineEurope è sempre un luogo all'avanguardia in cui vengono presentate le proposte più innovative e dirompenti. Come gli americani B&B Cinemas, con sede in Missouri e più di 50 cinema in 14 stati. Molto orientati ai giovani, si propongono come centri di intrattenimento completi con sale cinematografiche, piste da bowling, aree per macchine da gioco di ultima generazione, bar con hamburger e tacos, e persino un campo da paddle. L'idea è che i ragazzi trascorrono lì il maggior tempo possibile e che sia un punto di incontro. Si vantano che nessun cinema sia uguale a un altro. Oppure i francesi OMA,



In queste foto alcuni degli scenografici allestimenti realizzati dagli studios e dedicati ai film di punta in uscita nel prossimo anno sul grande schermo



che proiettano il futuro del cinema riportandoli anche al passato, quando le sale si distinguevano per la loro ricca e sofisticata decorazione art déco, progettando bellissimi auditorium che recuperano vecchie strutture. Oppure i “cubi” degli olandesi The(Any)Thing: pensati come cinema privati per poche persone, stanno avendo successo nei Paesi Bassi come complemento all'offerta tipica.

I tre esercenti hanno ridotto al minimo il loro investimento in pubblicità sui social media perché si sono resi conto che la vera comunicazione è quando gli stessi clienti, entusiasti delle novità e dell'esperienza cinematografica, promuovono i cinema attraverso i propri profili Instagram, TikTok o Facebook. Nel panel “Costruire pubblico, prospettive e targeting. Come esercizio e distribuzione possono lavorare insieme più efficacemente” si è focalizzata l'attenzione sulla collaborazione tra esercizio e distribuzione per poter identificare







meglio il cliente che potrebbe essere interessato a un film. Dalle strategie di posizionamento SEO a un marketing sempre più personalizzato, in cui il cliente sente di vivere un'esperienza esclusiva e unica, o la creazione di comunità, l'idea è quella di restituire al cinema la sua condizione di spettacolo indimenticabile ed esperienza memorabile. Ogni cliente deve sentirsi interpellato e integrato.

#### LE MAJOR: RITORNA IL CONTENUTO REGOLARE

Le presentazioni dei listini del prossimo anno da parte dei grandi studios hollywoodiani sono alla base di Cine-Europe. In questo clima di austerità generalizzata, quest'anno solo Paramount – il cui presidente della distribuzione internazionale, Mark Viane, ha doti indiscutibili come attore – ha presentato una divertentissima clip di apertura in cui lui e il suo team si travestivano da gladiatori e combattevano fino alla morte in un circo romano. Tutto ciò, ovviamente, per promuovere *Il gladiatore II*, che uscirà a novembre con Ridley Scott dietro la macchina da presa.

Il messaggio delle *major*, tra cui Sony, Warner e Universal, era chiaro: calmare gli ansiosi esercenti e dimostrare loro che nei prossimi mesi il contenuto ritornerà costantemente, per tutti i pubblici e le *audience*, e non dovranno preoccuparsi di riempire calendari

con buchi. “Resistete” sembrava essere il messaggio. Senza dubbio, molti dei titoli presentati sembrano promettere grandi gioie. Dopo il successo di *Tutti tranne te*, Sony continua a puntare sulla commedia con George Clooney e Brad Pitt in *Wolfs - Lupi solitari*, in cui gli attori interpretano due criminali di alto livello che devono collaborare. E Tom Hardy torna nelle vesti di *Venom*.

Universal ha presentato un'offerta molto forte nel genere horror, sfruttando a fondo la sua fruttuosa collaborazione con Blumhouse, con titoli come *Speak no Evil*, o una nuova versione di *Nosferatu*. L'animazione ha avuto in generale una grande presenza e Universal punta su *Cattivissimo Me 4* e *Il robot selvaggio*. Ha concluso la sua presentazione in modo grandioso con il biopic di Michael Jackson *Michael*. Dopo il successo di *Barbie* e *Dune - Parte 2*, Warner punta forte per i prossimi mesi con uscite potenti come *Bettlejuice Bettlejuice* e *Joker Folie à deux*, in cui Joaquin Phoenix si riunisce con Lady Gaga. Per il 2025 è poi atteso *Mickey 17*, un film di fantascienza con Robert Pattinson diretto da Bong Joon-ho dopo l'Oscar per *Parasite*.

La scommessa di Warner per l'animazione è *Lord of the Rings. The War of Rohirrim*, ritorno alla Terra di Mezzo, e c'è stata più animazione che mai nella presentazione di Disney. Esultante per i risultati di *Inside Out 2*, lo studio sembra avere due carte sicure con *Mufasa: Il re leone* e *Oceania 2*. E nel 2025 Pixar tornerà con *Elio*, una storia originale di cui si sono potute vedere le prime immagini che promettono un grande spettacolo.

Nuovi alla festa, anche quelli di Angel Studios hanno presentato il loro listino dopo il successo di *Sound of Freedom*, che presto diventerà *Sound of Hope*, una seconda parte sempre incentrata sull'orrore del traffico sessuale di minori. La loro grande scommessa è *David*, un film d'animazione che è la loro più grande produzione fino a oggi, ispirata alla nota figura biblica. Alla fine della convention di Angel, il loro presidente della distribuzione internazionale ha riaffermato con passione che Angel Studios, oltre a generare ricavi, aspira a dare “luce al mondo”. E quindi che la luce arrivi al cinema, che ne ha tanto bisogno.

© Duesse Media Network (6)



# (RI)CONQUISTARE IL PUBBLICO IN SALA

TUTTI GLI INTERVENTI DEL PANEL ORGANIZZATO DA BOX OFFICE CHE HA APERTO LE GIORNATE DI CINEMA RICCIONE. SI È DISCUSO DI COME INTERCETTARE (NUOVI) SPETTATORI TRA RIVELAZIONI AL BOX OFFICE, CASE HISTORY E SCOMMESSE PER IL FUTURO

a cura della redazione



Come da tradizione, il convegno di *Box Office* è stato protagonista della prima giornata di Ciné - Giornate di Cinema, la manifestazione dedicata agli addetti ai lavori del settore cinematografico che si è tenuta a Riccione dal 2 al 5 luglio 2024. Intitolato "Il pubblico in sala tra rivelazioni al box office, case history e scommesse per il futuro", il panel è nato dalla considerazione che tra fine 2023 e inizio 2024 i cinema sono riusciti a richiamare tipologie di consumatori diverse. Ma come continuare ad attrarre il pubblico? Come non perdere i target conquistati?

A dialogare su queste tematiche e a rimbalzarsi proposte e riflessioni sono stati: Gabriele D'Andrea (Direttore Theatrical di Lucky Red), Arturo De Simone (Executive Marketing Director Theatrical and Digital Distribution Italy & Spain and Italian Local Production di Warner Bros. Discovery), Giorgia Di Cristo (Marketing Director di Universal Pictures International Italy), Federica Diomei (direttrice marketing di Eagle Pictures), Giuliana Fantoni (esercente Cinema Edera - Treviso; Presidente FICE), Alessia Garulli (VP Marketing & Distribution Sony Pictures Product) e Laura Mirabella (Marketing & Communication Director di Vision Distri-

bution). Ha moderato l'incontro il responsabile di *Box Office* Paolo Sinopoli.

## UN'OFFERTA CONTINUATIVA E COERENTE

Gabriele D'Andrea (Lucky Red) ha evidenziato come i risultati sorprendenti ottenuti da Lucky Red tra fine 2023 e inizio 2024 (i quasi 7 milioni di euro de *Il ragazzo e l'airone*, i 5,6 milioni di *Perfect Days*, ma anche, nei mesi precedenti, gli 1,4 milioni del film di Aki Kaurismaki e i 2,5 milioni di Woody Allen) avessero in comune una caratteristica molto chiara: «avere un proprio target specifico, quella che potremmo quasi definire una fanbase, ed essere al contempo riusciti ad andare oltre. A scavallare quel target iniziale per richiamare in sala molti altri spettatori e diventare, infine, dei titoli mainstream. Questo grazie anche al passaparola. Lo spettatore - ha ricordato D'Andrea - deve essere coinvolto in prima persona e diventare soggetto attivo nel processo di marketing. Bisogna creare un rapporto più immediato con il pubblico: per esempio noi abbiamo avuto ottimi riscontri con le dirette streaming in sala di registi e attori del film. Così come abbiamo ottenuto un ottimo successo dai pop up store degli articoli



Il pubblico in sala tra rivelazioni al box office e scommesse per il futuro

a cura di BOX OFFICE



Giorgia Di Cristo, Marketing Director di Universal Pictures International Italy





Da sinistra: Gabriele D'Andrea (Direttore Theatrical di Lucky Red) e Arturo De Simone (Executive Marketing Director Theatrical and Digital Distribution Italy & Spain and Italian Local Production di Warner Bros. Discovery)



# in sala tra rivelazioni e case history e idee per il futuro



dello Studio Ghibli allestiti al Lucca Comics & Games, al cinema Quattro Fontane e poi attivati anche online sul nostro sito». Senza dimenticare che l'asset fondamentale su cui puntare è «la continuità e la coerenza dell'offerta. I film che come Lucky Red abbiamo portato in sala in quest'ultimo anno rispecchiano al 100% la nostra visione del cinema e del mondo. E questo il pubblico l'ha percepito». Ma il successo di un film ha un altro ingrediente imprescindibile: «il rapporto con le sale. Il cinema deve essere un'esperienza, un evento sociale, di condivisione. Oltre ai tanti, affollatissimi, eventi con ospiti che organizziamo nelle sale di Circuito Cinema, mi piace ricordare quello fatto con The Space Cinema dove abbiamo fat-

to incontrare Ken Loach con Zerocalcare per la proiezione di *The Old Oak*: è stato qualcosa di molto sentito, quasi di storico oserei direi».

## LAVORARE SULLE CONTAMINAZIONI

**Arturo De Simone** (Warner) ha aperto il suo intervento ripercorrendo la scommessa – assolutamente vinta – di portare al cinema gli youtuber dei Me contro Te, saga di maggior successo di sempre del cinema italiano: «l'idea era quella di partire da una IP nota e di successo, con un target iniziale consolidato e ben specifico, con la sfida di dargli una dignità cinematografica. Il passaggio da Youtube al grande schermo non era scontato: un elemento che di certo ha aiutato è stato il fatto >



Federica Diomei,  
direttrice marketing  
di Eagle Pictures



che già nei video online di Lui e Sofi fosse presente un villain, un elemento decisamente cinematografico e caratterizzante dei film di supereroi».

Allargando lo sguardo agli altri titoli del catalogo Warner, De Simone ha sottolineato come, per allargare il pubblico, a volte, vengono in aiuto elementi che sono già presenti nell'assetto produttivo del film stesso. «Penso ad esempio al cast, ad attori come Timothée Chalamet e Zendaya che in *Wonka* e in *Dune* sono stati determinanti per attrarre un pubblico ben più ampio e diverso rispetto a quello del film stesso. O penso a film come *Barbie*, ma anche come *C'è ancora domani* o *Inside Out*, che hanno nella propria trama tematiche (come il femminismo e l'ansia) in sintonia con la società, storie che risuonano nel presente e nelle quali il pubblico si rispecchia».

Per avere successo è poi importante la contaminazione tra cinema e altri mondi. Quegli altri mondi che col cinema condi-

vidono la magia dell'esperienza collettiva di emozionarsi insieme guardando uno spettacolo. «Oltre a raggiungere il maggior numero possibile di persone dello stesso target, bisogna allargare il target stesso. Il film visto in sala è un'esperienza magica, unica, come vedere una partita di calcio, di tennis o un concerto. Così per *Black Adam* abbiamo fatto una collaborazione col Milan, mentre ora stiamo lavorando alla produzione di un film sul motociclismo coinvolgendo Italia e Spagna, un progetto su cui credo molto. È fondamentale lavorare sulle contaminazioni con gli universi dello sport o della musica per aprire nuovi scenari».

## LA SALA È DOVE VEDERE IL FILM ALLA SUA MASSIMA POTENZA

**Giorgia Di Cristo** (Universal) ha raccontato delle strategie marketing dietro ai successi di titoli molto diversi come il film arthouse *The Holdovers - Lezioni di vita*, il biopic *Back to Black* l'animation *Kung Fu Panda 4*. In particolare per *Back to Black* è stato particolarmente incisivo il lavoro con le sale. «La sala è il luogo dove il pubblico si sente a casa, dove si può vivere esperienza unica. Abbiamo così deciso di organizzare in una sala un concerto con Candlelight: una realtà che organizza concerti a lume di candela ed eseguiti da musicisti dal vivo in luoghi iconici come delle chiese consacrate. Abbiamo allestito un concerto di questo tipo in un cinema con le musiche di Amy Winehouse a riscaldare ulteriormente la sala insieme alle candele. È stato un evento che ha generato un passaparola incredibile, innescato in primis dai contenuti dei content creator che era-

no stati coinvolti in quel concerto-proiezione. Universal crede fortemente nella sala, e infatti abbiamo una squadra che lavora 24 ore su 24 sul trade marketing».

## UN MARKETING NON CONVENZIONALE

Da sempre **Federica Diomei** (Eagle) punta sul cosiddetto marketing non convenzionale: «nel mio lavoro cerco sempre idee nuove, originali, insolite. La creatività è la vera moneta del marketing. Si deve mirare a stupire il consumatore, puntare sull'emotività, creare contenuti che poi diventino virali. Per *Bob Marley* -

Giuliana Fantoni,  
esercitante Cinema  
Edera - Treviso;  
Presidente FICE





Alessia Garulli,  
VP Marketing &  
Distribution Sony  
Pictures Product



Laura Mirabella,  
Marketing &  
Communication  
Director di Vision  
Distribution

*One Love* abbiamo, ad esempio, ottenuto un grande risultato con quel video della chitarra gigante che attraversava piazza Duomo a Milano alle luci dell'alba: un video creato con l'aiuto dell'intelligenza artificiale che ha avuto un'altissima percentuale di condivisione e per il quale abbiamo ricevuto un forte apprezzamento dalla stessa Paramount. Per *Bob Marley - One Love* non avevamo un budget troppo importante ma credevamo nel film e nei suoi messaggi che avevano un terreno fertile anche per il pubblico più giovane. Abbiamo così sfruttato la concomitanza col Festival di San Remo, presidiando l'evento con attività non tradizionali fuori dal Teatro dell'Ariston, senza dimenticare i dj set o i karaoke allestiti nei cinema. Alla fine è stato un successo inaspettato: 3 milioni di euro al box office nazionale, il miglior risultato per un film biopic del 2024».

#### IL VENTO È CAMBIATO: TANTI GIOVANI IN SALA

**Giuliana Fantoni** ha riportato la sua esperienza di esercente di cinema d'essai, sottolineando come quest'anno abbia assistito a «tanti bei cambiamenti. Il mio è un cinema storico, faccio questo lavoro da tanti anni, ma solo recentemente sono riuscita a intercettare il pubblico giovane. In passato avevo fatto tanti tentativi per avvicinare questo target, ma con scarsi risultati. Quest'anno ho sentito che è cambiato il vento e nelle proiezioni serali del mio cinema siedono ora tanti 25-30enni. Una tendenza iniziata con *Il ragazzo e l'airone*, poi proseguita con *Perfect Days* e *Povere creature!* e che è arrivata addirittura a titoli del passato, in bianco e nero, come *L'arpa birmana* o *L'odio*. Anche per questi ultimi titoli, i giovani sono accorsi in sala: per loro andare al cinema è diventato qualcosa di cool, da condividere sui social». Poi, Fantoni ha ricordato il ruolo fondamentale della multiprogrammazione delle sale: «l'unica mossa per incrementare il pubblico e alimentare tutti i target è avere la libertà di programmare film diversi in orari diversi. Solo così si riesce a far crescere il pubblico».

#### IMPARARE DAI SUCCESSI INASPETTATI

**Alessia Garulli** (Sony Pictures) ha ripercorso il successo inaspettato di *Tutti tranne te*: «risultati davvero grandi

per un genere che sembrava estinto: la commedia romantica. Un successo che ha sorpreso noi e tutto il mercato. Queste sorprese sono le occasioni per imparare. *Tutti tranne te* è stato un caso unico che è riuscito a incrociare due mondi lontani: il target giovane e il genere delle rom-com. Un genere, appunto, molto lontano dal pubblico dei ragazzi». Come ci si è riusciti? «I fattori sono stati molti. Il fatto di essere usciti in Italia diverse settimane dopo la release americana ci ha permesso di sfruttare tutta una serie di contenuti social creati oltreoceano sedimentando una awareness forte sul titolo. I social e TikTok sono stati fondamentali, anche grazie al ruolo attivo svolto dai due attori protagonisti su questi canali. Quello di *Tutti tranne te* è stato un fenomeno che forse non si può replicare, ma da studiare a fondo, perché è importante imparare da quello che ci suggerisce il mercato».

#### IL CASO C'È ANCORA DOMANI

**Laura Mirabella** (Vision) ha, infine, provato a dare una spiegazione al successo epocale di *C'è ancora domani*, il film di Paola Cortellesi che è arrivato a 36,7 milioni di euro di incasso. «Il film era un gioiello assoluto, con molti punti di forza, ma aveva anche dei limiti: era un film in bianco e nero, in costume, un prodotto che apparentemente poteva essere percepito come film d'epoca, come qualcosa di superato. Per questo, sin da subito, sui materiali abbiamo lavorato cercando di dare un imprinting più pop. Ecco dunque i poster con le scritte di colore rosa fluo, proprio per dare al film atmosfera più attuale, e indirizzarci subito al target femminile. Sapevamo d'altro canto che il film aveva un potenziale molto più ampio, in grado di soddisfare anche il gusto dei più giovani e il pubblico maschile. Così abbiamo deciso, sia nelle affissioni outdoor sia negli spot, di sfruttare tutto il cast e le diramazioni della storia per intercettare spettatori diversi. Un elemento imprescindibile è stato poi il tour di Paola Cortellesi nelle sale: l'accoglienza travolgente e gli applausi interminabili hanno avuto dell'incredibile. Abbiamo percepito sulla nostra pelle come il film sia riuscito a raccogliere l'anima e a smuovere la pancia del Paese».

BO





# CINÉ, I PROTAGONISTI DI RICCIONE

RIPERCORRIAMO I QUATTRO GIORNI DELL'ULTIMA EDIZIONE DI GIORNATE ESTIVE DI CINEMA, ORGANIZZATE DA CINEVENTI, CHE HA REGISTRATO NUMERI DA RECORD CON OLTRE 1.800 ACCREDITATI

a cura della redazione

Luigi Lonigro,  
direttore di  
01 Distribution







Alessandro Araimo, EVP & MD Italy & Iberia di Warner Bros. Discovery



Roberto Proia, direttore area cinema e produzione di Eagle Pictures



Paolo Del Brocco, amministratore delegato di Rai Cinema



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



Massimo Proietti, Ceo di Vision Distribution



Daniel Frigo, amministratore delegato di The Walt Disney Company Italia, insieme a Fabrizio Pucci e Francesco Venditti, rispettivamente doppiatori di Hugh Jackman e Ryan Reynolds, i due protagonisti del cinecomico *Deadpool & Wolverine*





Mattia Guerra,  
amministratore  
delegato di Be Water  
Film



Gianluca  
Bernardini  
(presidente Acec)



Remigio Trucchio  
di Cineventi,  
organizzatore  
e presentatore  
di Ciné, e Piera  
Detassis, presidente  
e direttrice artistica  
dell'Accademia  
del Cinema Italiano  
- Premi David di  
Donatello



Massimiliano  
Orfei, presidente  
di PiperFilm



Da sinistra, il regista/  
sceneggiatore Riccardo Milani,  
Giampaolo Letta (vicepresidente  
e amministratore delegato di  
Medusa Film) e Paolo Orlando  
(direttore della distribuzione di  
Medusa)



Andrea Occhipinti (Ceo di Lucky Red) e Gabriele D'Andrea (direttore Theatrical di Lucky Red) hanno ritirato il Box Office Award, assegnato ogni anno a una realtà cinematografica che si è distinta per particolari meriti nella stagione precedente



Tutti i protagonisti del convegno industry, organizzato da Box Office, che ha inaugurato Ciné. Da sinistra, Gabriele D'Andrea (Direttore Theatrical di Lucky Red), Federica Diomei (direttrice marketing di Eagle Pictures), Alessia Garulli (VP Marketing & Distribution Sony Pictures Product), Arturo De Simone (Executive Marketing Director Theatrical and Digital Distribution Italy & Spain and Italian Local Production di Warner Bros. Discovery), Giorgia Di Cristo (Marketing Director di Universal Pictures International Italy), Giuliana Fantoni (esercitante Cinema Edera - Treviso; Presidente FICE), Laura Mirabella (Marketing & Communication Director di Vision Distribution), il moderatore Paolo Sinopoli (responsabile della rivista *Box Office*) e Valentina Torlaschi (redattrice di *Box Office*).



Andrea Romeo, Founder and Ceo di I Wonder Pictures

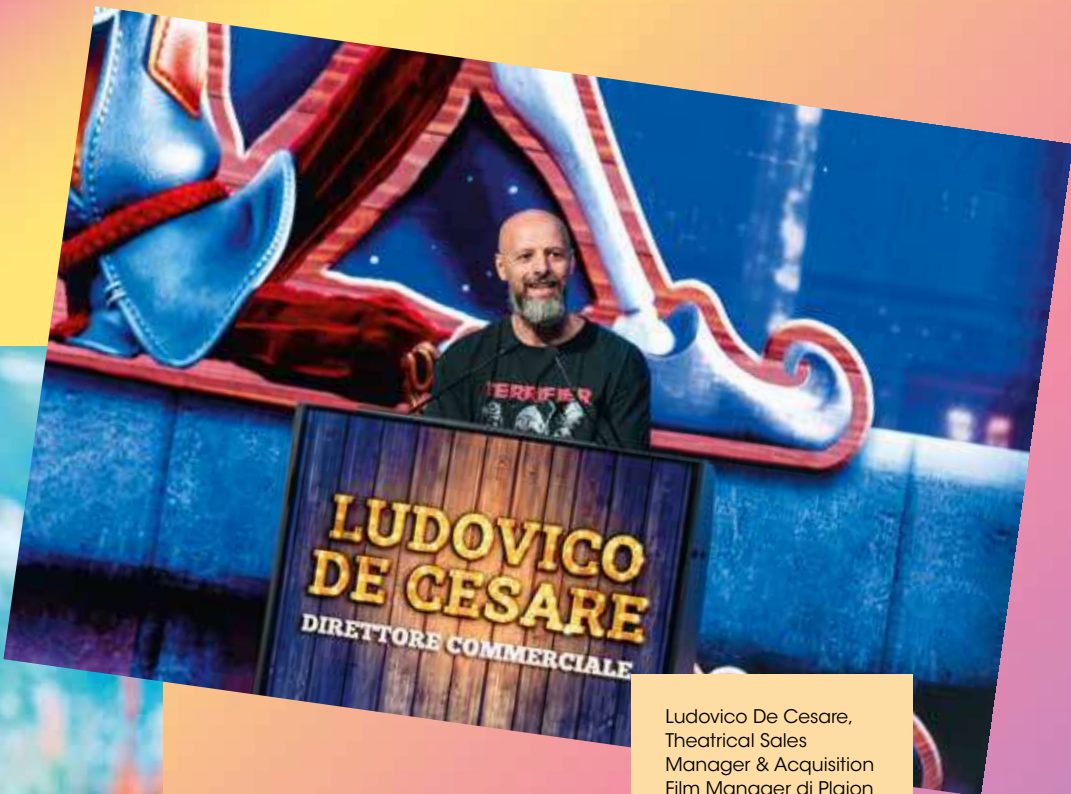


Guglielmo Marchetti, chairman di Notorious Pictures

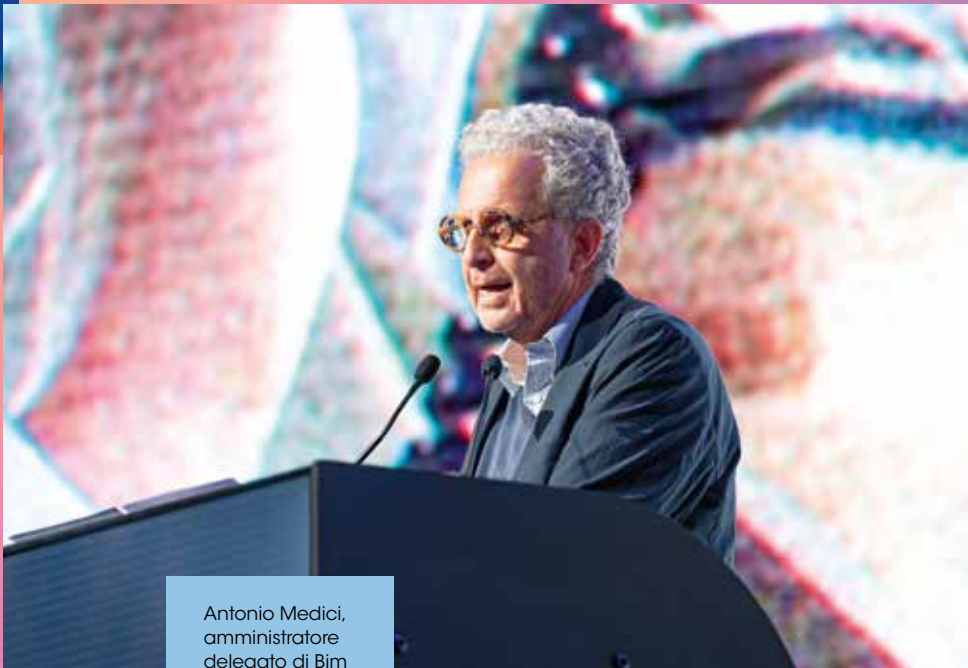




Mattia Della Puppa,  
Managing Director di  
Adler Entertainment



Ludovico De Cesare,  
Theatrical Sales  
Manager & Acquisition  
Film Manager di Plaion  
Pictures



Antonio Medici,  
amministratore  
delegato di Bim  
Distribuzione



Lucy De  
Crescenzo,  
Ceo di  
Europictures



Simone Gialdini, direttore  
generale di Anec





Sono state presentate al Ciné di Riccione le 6 mentori e le 6 allieve della seconda edizione del programma di mentoring LED | Leader Esercenti Donne, promosso da Anec



Franco Zuliani, direttore generale di Officine Ubu

Anastasia Plazzotta, Ceo di Wanted Cinema



Uno scatto del Trade Show dell'edizione 2024

© Ph. Evolvency/Courtesy of Cineventi (26)



# LA RESISTENZA DELLE PRODUZIONI LOCALI

AL FIANCO DEI STREPITOSI SUCCESSI DI *BARBIE* E *OPPENHEIMER*, NEL 2023 DIVERSI FILM LOCALI SONO RIUSCITI A FARSI SPAZIO NEI VARI PAESI EUROPEI, RIUSCENDO, A VOLTE, ANCHE AD OTTENERE RISULTATI MIGLIORI DEI BLOCKBUSTER HOLLYWOODIANI. ECCO I DATI IN MERITO DEL REPORT ANNUALE DI UNIC

di Margherita Bordino

# N

ell'ultimo dettagliato rapporto annuale di UNIC - Unione Internazionale dei Cinema che ha analizzato il settore theatrical nel 2023, un aspetto interessante è quello che emerge dal focus sulle produzioni locali. Al fianco degli strepitosi successi di *Barbie e Oppenheimer*, l'anno scorso diversi film locali sono riusciti a farsi spazio nei mercati dei vari Paesi europei, riuscendo, a volte, anche ad ottenere risultati migliori dei blockbuster hollywoodiani. Ma andiamo con ordine e diamo prima un quadro generale.

Dopo anni incerti, diversi Paesi europei hanno visto finalmente un incremento dei ricavi al botteghino, che sono stati pari o, in alcuni casi, superiori ai livelli pre-Covid. E questo trionfo è arrivato nonostante l'impatto degli scioperi hollywoodiani - con la conseguente riduzione di titoli cinematografici disponibili nella seconda metà dell'anno -, oltre alle continue sfide legate all'aumento dei costi operativi e a tragiche vicende come i conflitti tra Russia e Ucraina, quello che più di recente ha coinvolto il Medio Oriente, e la recessione economica in Turchia. Parlando di numeri, nel 2023 gli ingressi al cinema nell'UE sono aumentati di circa il 22,5%, mentre gli







incassi hanno superato i 5,1 miliardi di euro, con un aumento del 26,7% rispetto all'anno precedente.

Il 2023 è stato un anno di successi. Lo è stato per le sale cinematografiche europee grazie a titoli internazionali come *Barbie*, *Oppenheimer*, *Super Mario Bros.* - Il film, *Spider-Man: Beyond the Spider-Verse*, *Mission: Impossible - Dead Reckoning - Parte uno*, *Wonka* e *The Eras Tour di Taylor Swift* (record per il più alto incasso a livello globale, per un film concerto, nel giorno d'apertura), oltre a un'ampia gamma di film nazionali molto popolari.



Dall'alto i quattro film europei che hanno registrato il maggior numero di presenze nel 2023: *Asfèrix & Obélix: L'Empire du Milieu France* (Francia; 6,4 milioni di presenze); *C'è Ancora Domani* (Italia; 4,9 milioni); *Mummie* (Spagna; 4,4 milioni); *Alibi.com 2* (Francia; 4,5 milioni)

Se il fenomeno "Barbenheimer" ha scatenato un'eccitazione senza precedenti, in particolare sui social media, e questo ha fatto sì che il pubblico sia poi accorso in massa nelle sale portando a un risultato eccezionale, il vero e interessante trend del 2023 riguarda titoli e produzioni locali, legati al territorio. I film nazionali sono stati cruciali nella tenuta dei botteghini in molti Paesi europei registrando quote di mercato particolarmente significative in Francia (36,7%), Albania (31%), Turchia (42,7%), Italia (24,3%) e Norvegia (23,5%). Non solo, perché la Serbia, ad esempio, ha visto aumentare gli incassi del 26% grazie soprattutto alla produzione locale *Guardians of the Formula* di Dragan Bjelogrić, che ha ottenuto risultati superiori a quelli di entrambi i film *Barbie* e *Oppenheimer*. Nella Repubblica Ceca, poi, i film locali hanno contribuito fortemente con una quota di mercato del 21,4% e la commedia ceca *ONEMANSHOW: The Movie* (prodotto, scritto e diretto dal popolare influencer Kamil Bartošek, meglio conosciuto come Kazma) ha totalizzato 291.761 presenze e 2,24 milioni di euro nel fine settimana di apertura nei cinema nazionali, superando per l'appunto *Barbie*. Venendo all'Italia, come ben noto, si è verificato un caso simile. Il nostro botteghino ha guadagnato 496 milioni di euro e le presenze al cinema sono state 71 milioni con incrementi significativi: del 62% e del 59% rispetto al 2022. In Italia, poi, l'estate cinematografica 2023 è stata senza precedenti. *Barbie*, *Mission Impossible: Dead Reckoning Parte prima* e *Oppenheimer*, ma la reale differenza l'ha fatta nei mesi successivi l'opera prima di Paola Cortellesi, *C'è ancora domani* (maggior incasso dell'anno con un incasso con 32,9 milioni di euro e che, venduto in tutti i mercati europei e in molti internazionali, sarà in circolazione per tutto il 2024). ➤



Numeri invidiabili (e inarrivabili) sono quelli che riguardano la già citata Francia, dove ben 12 film nazionali hanno superato un milione di spettatori, e tre hanno raggiunto la Top 10 dell'anno: *As-térix & Obélix: Il regno di mezzo* (4,6 milioni di spettatori), *Alibi.com 2* (4,3 milioni) e *I tre moschettieri - D'Artagnan* (3,4 milioni). Inoltre, 20 film francesi hanno registrato tra 500.000 e 1 milione di spettatori, contribuendo a una quota di mercato nazionale del 36,7%. Tra i titoli locali di maggior successo in tal senso, non ci sono solo commedie popolari ma anche film d'animazione come *Miraculous - Le storie di Ladybug e Chat Noir: Il film* e il dramma investigativo vincitore della Palma d'Oro, *Anatomia di una caduta*. Il successo dei film nazionali ha riguardato anche altri Paesi UE come Norvegia, Danimarca, Polonia e Finlandia. Su questo va fatta una riflessione quindi di ampio respiro: non solo i prodotti locali hanno portato il pubblico nelle sale cinematografiche nel 2023 ma questi titoli hanno anche sottolineato una chiara diversità nella narrazione, a dimostrazione che oggi il pubblico vuole storie capaci di sfidare le convenzioni e si spingersi oltre i propri confini. Narrazioni originali.

Concludendo, il 2023 è stato un anno positivo per i cinema europei e se una buona parte di questo successo è dovuta a titoli statunitensi di grande richiamo, quasi tutti i territori europei hanno beneficiato di straordinarie uscite nazionali: un segmento di offerta sempre più strategico nel futuro su cui investire cercando di intercettare target sempre più diversificati.

Gettando infine uno sguardo al 2024, se l'impatto degli scioperi è stato forte nella prima metà dell'anno, con una riduzione del numero di titoli cinematografici disponibili presso i principali studios, alcune produzioni locali hanno attirato grandi folle in territori chiave in Europa. Ad esempio, in Germania *Chantal in Märchenland*, uno spinoff della trilogia di grande successo *Fack Ju Göhte*, ha ottenuto un incasso nel giorno di apertura superiore del 40% rispetto a *Barbie*, mentre in Francia la commedia *Un p'tit truc en plus* ha registrato 4,8 milioni di spettatori nel solo mese di maggio, più degli spettatori complessivi di *Oppenheimer* nel Paese, arrivando a luglio alla cifra strepitosa di oltre 9 milioni di biglietti staccati. **BO**

Tra i film d'autore di maggior successo del 2023, il francese *Anatomia di una caduta*, vincitore della Palma d'Oro al Festival di Cannes 2023, ha fatto il giro di circa 15 festival in tutto il mondo prima di essere distribuito in Francia alla fine di agosto e in oltre 30 mercati internazionali dall'agosto 2023 al marzo 2024. A maggio 2024, il film ha incassato oltre 35,6 milioni di dollari al box office mondiale



Sopra, *Mavka: Lisova pisnya*, film d'animazione made in Ucraina che è stato distribuito in diversi Paesi europei e che in Ucraina ha incassato più di *Barbie*. Sotto, *I tre moschettieri: D'Artagnan* che ha registrato oltre 4 milioni di presenze nel 2023



© iStock (1); Axel Films/Barf Prod./StudioCanal (1); Pathé/frésor Films/Les Enfants Terribles (1); Luisa Carcavalle (1); Warner Bros. Pictures/4 Cats Pictures/Anangu Grup (1); Chapter 2/Pathé/Me Films (1); Teodora Film (1); Notorious Film (1)



**DAI PRODUTTORI**  
**LEONARDO DICAPRIO & MIKE MEDAVOY**



# LA VOCE DELLA FORESTA



GCIFILM PRESENTA IN ASSOCIAZIONE CON APPIAN WAY IMMAGINE E LE ANIMAZIONI DI MIFEROS "OZI VOICE OF THE FOREST"  
AMANDA STENBERG DEAN-CHARLES CHAPMAN DJIMIR HOUSOU DONALD SUTHERLAND LAURE BERN RUPAUL CHARLES URZILA CARLSON  
CASTING DI GAIL STEVENS COE, CIA HERBIE CCA FARMALL ONE HEARTY (CAN CHANGE THE WORLD) IRENEE E TONY DE BLANCO WALTER SUPERVISORE MUSICHE MARCO ROBERTO MUSICA DI RICHARD HARVEY  
ELWIN MEMBRIZIANO DIRETTORE DEL SONO MACHIN DAVE PEACOCK SUPERVISORE SOUNDESIGNER GLEN DAVENPORT SUPERVISORE EFFETTI MIKE MEDAVOY ADRIANNA COHEN JULIE NEESYERS ANDREA  
MILORO ALAN DUNCAN ROSS PAUL LAIKIN REALIZZATO DA KEITH CHAPMAN STORIA DI RODRIGO BLAAS KEITH CHAPMAN ALAN DUNCAN ROSS SCENEGGIATURA DI RICHY ROXBURGH  
PRODOTTA DA LEONARDO DICAPRIO JENNIFER DAVISSON PHILLIP WATSON ADAM STANHOPE GRAHAM APPLEBY KEITH CHAPMAN RODRIGO BLAAS RAMSAY McBEAN DIRETTO DA TIM HARPER  
© GLOBAL CONTENT INVESTMENT (GCI) LIMITED 2023

**DAL 19 SETTEMBRE #SOLOALCINEMA**





# PARATA DI STAR AL FILMING ITALY SARDEGNA

IL FESTIVAL IDEATO E DIRETTO DA **TIZIANA ROCCA** SI È SVOLTO  
DAL 20 AL 23 GIUGNO AL FORTE VILLAGE DI CAGLIARI

a cura della redazione



Una foto di rito del Filming Italy Sardegna Festival con tutti i premiati e gli ospiti della serata



Tra le star che hanno partecipato alla 7<sup>a</sup> edizione di *Filming Italy Sardegna Festival*, la manifestazione ideata e diretta da Tiziana Rocca, che si è tenuta dal 20 al 23 giugno al Forte Village di Cagliari. Tra gli ospiti internazionali, Brie Larson, Paz Vega, Harvey Keitel, Colman Domingo, Alexandra Daddario, Rosario Dawson, Katie Holmes, Dolph Lundgren, Matt Bomer, Patricia Arquette, Bo Derek, solo per citarne alcuni. E numerosi anche gli artisti italiani presenti, dalla madrina Ambra An-

giolini, all'ambasciatrice del Festival Claudia Gerini, da Silvio Orlando a Barbara Ronchi, Neri Marcorè, Caterina e Corrado Guzzanti, Massimo Ghini, Antonio Catania, Giampaolo Morelli. In programma anche proiezioni, incontri e presentazioni di film e serie televisive, con più di 70 titoli presentati, coinvolgendo distribuzioni e produzioni del piccolo e grande schermo insieme ai player dell'entertainment vod e televisivo.

**Tiziana Rocca**, General Director del Filming Italy Sardegna Festival, ha dichiarato: «Sono particolarmente felice e soddisfatta dei risultati raggiunti da questa settima edizione che si è distinta per il numero di opere presentate, considerato che una delle principali mission di questo Festival è quella di far riavvicinare il pubblico al cinema e di far tornare le persone in sala anche d'estate».

BO

© courtesy of Filming Italy Sardegna Festival (5)



Da sinistra, in senso orario, alcuni protagonisti dell'ultima edizione del Filming Italy Sardegna Festival: Alexandra Daddario, Matt Bomer, Rosario Dawson e Brie Larson





Dipartimento  
per le Politiche Giovanili  
e il Servizio Civile Universale  
Presidenza del Consiglio dei Ministri



Regione Calabria



Calabria  
Film  
Commission



# creatività talentuosa

Le tue idee per il territorio

## Il progetto premiato

Dopo un percorso durato tre mesi, oltre 500 ore di testimonianze e quasi 50 ospiti sui temi della comunicazione e dell'audiovisivo, si è concluso il concorso di idee **Creatività Talentuosa**, rivolto a 17 ragazze e ragazzi calabresi. L'iniziativa, voluta da **Regione Calabria** e **Calabria Film Commission**, è nata allo scopo d'individuare un nuovo modo di raccontare la Calabria e sviluppare un innovativo progetto di comunicazione. Nella cornice del **Magna Graecia Film Festival** è stato proclamato il progetto vincitore, che in autunno diventerà realtà e sarà prodotto dalla One More Pictures, società leader nella produzione crossmediale.



Per saperne di più

COMPLIMENTI A

*David Fedele, Tullia Salina Attinà, Francesco Bevilacqua, Francesca Romeo,*  
vincitori con il progetto dal titolo **IL TUO POSTO IN CALABRIA.**

In collaborazione con



ANICA ACADEMY ETS



Sigourney Weaver e il regista Ridley Scott sul set di *Alien* (1979)



© Getty Images



Not  
Just  
MUSIC

Presenta

Scritto Musicato  
Diretto da  
Leikiè

# rap MUSIC

ANIMATION FOR  
FASHION

CON LE VOCI DI

RUDY  
ZERBI

LUCA  
WARD

MARCO  
MAZZOLI

JAKE  
LAFURIA

DAL 26 SETTEMBRE SOLO AL CINEMA





KAVAC FILM, IBC MOVIE, ONE ART E RAI CINEMA  
PRESENTANO



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

ALESSANDRO BORCHI

# CAMPO DI BATTAGLIA

UN FILM DI GIANNI AMELIO

GABRIEL MONTESI FEDERICA ROSELLINI

IN COPRODUZIONE: KAVAC FILM, IBC MOVIE, ONE ART, con RAI CINEMA  
DIREZIONE GENERALE: GIANNI AMELIO - ALBERTO TARAVACCHIO - FOTOGRAFIA: LUIGI AMELIO UJKO - MONTAGNA: FRANCO PIERSANTI  
COSTUME: LUCA COSTICCIUOLO - SCENEGGIATURA: BEATRICE SCARPATO - INTERVISTA: SIMONA PAOCI - ALTO REGISTA: PAOLO CIACOMO MARINO  
LUI: EMANUELE CICCONE - PRODUTTORI: FACU FILMS, PATRICK CARRARIN  
ORGANIZZAZIONE CENTRALE: CARLO CORBUCCI

PRODOTTO DA SIMONE CATTONI - MARCO BELLOCCHIO - BEPPE CASCHETTO - BRUNO BENEDETTI  
REGIA: GIANNI AMELIO



**DAL 5 SETTEMBRE AL CINEMA**



RAI CINEMA

6+

