

ENTERTAINMENT

ITALIA

FORTUNE

IN COLLABORAZIONE CON

mymovies.it
IL CINEMA DALLA PIÙ ALLA PIÙ



SPECIALE CINÉ

TUTTO IL SETTORE
SI RACCONTA
TRA RIFLESSIONI
E OBIETTIVI FUTURI



40/40

CINEMA E AUDIOVISIVO

ATTORI, REGISTI,
ADDETTI AI LAVORI
E MANAGER
**QUARANTA GIOVANI
PROTAGONISTI
DELL'AUDIOVISIVO**

LUIGI LONIGRO

LA GRANDE SQUADRA DELL'INDUSTRIA

INTERVISTA AL DIRETTORE DI O1 DISTRIBUTION
E PRESIDENTE UNIONE EDITORI E DISTRIBUTORI CINEMATOGRAFICI ANICA
"IL MERCATO THEATRICAL STA USCENDO DALLA CRISI POST PANDEMICA GRAZIE
ALLA DETERMINAZIONE DI TUTTI I SOGGETTI DELLA FILIERA"

UNIVERSAL INSIEME

LINE UP
SECONDO SEMESTRE 2023

5 LUGLIO



Ruby Gillman
**LA RAGAZZA CON I
TENTACOLI**

REGIA
Kirk DeMico e Faryn Pearl

Il nuovo film d'animazione
**DREAMWORKS
ANIMATION**

23 AGOSTO



OPPENHEIMER

REGIA
Christopher Nolan

CAST
Cillian Murphy,
Emily Blunt,
Robert Downey Jr.
e Matt Damon

14 SETTEMBRE



"ASTEROID CITY"

REGIA
Wes Anderson

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

5 OTTOBRE



**DRIVE-AWAY
DOLLS**

(Titolo Provvisorio)

Il nuovo film di
ETHAN COEN

12 OTTOBRE



**L'ESORCISTA
IL CREDENTE**

REGIA
David Gordon Green

CAST
Ellen Burstyn,
Ann Dowd,
Leslie Odom Jr.

31 OTTOBRE



Trolls 3

REGIA
Walt Dohrn e Tim Heitz

il terzo capitolo della franchise
**DREAMWORKS
ANIMATION**

9 NOVEMBRE



FIVE NIGHTS AT FREDDY'S

REGIA
Emma Tammi

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

30 NOVEMBRE



THE HOLDOVERS LEZIONI DI VITA (Titolo Provvisorio)

REGIA
Alexander Payne

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

7 DICEMBRE



PRENDI IL VOLO (MIGRATION)

REGIA
Benjamin Renner

Il nuovo film d'animazione
ILLUMINATION

In ANTEPRIMA il 2 e il 3 dicembre

ANTICIPAZIONI 2024

29 FEBBRAIO

THE FALL GUY (Titolo Provvisorio)

REGIA
David Leitch

CAST
**Ryan Gosling
e Emily Blunt**

7 MARZO

KUNG FU PANDA 4 (Titolo Provvisorio)

DREAMWORKS
ANIMATION

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

22 AGOSTO

CATTIVISSIMO ME 4 (Titolo Provvisorio)

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

AUTUNNO

THE WILD ROBOT (Titolo Provvisorio)

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

5 DICEMBRE

WICKED Part 1 (Titolo Provvisorio)

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

SOLEA, BARTLEBYFILM, ROSEBUD ENTERTAINMENT PICTURES
E MEDUSA FILM PRESENTANO

L'ULTIMA VOLTA CHE SIAMO STATI BAMBINI

UN FILM DI **CLAUDIO BISIO**



STUDIO BARTITE FOTO DI ANDRÈ CIRELLIO

SOLEA, BARTLEBYFILM, ROSEBUD ENTERTAINMENT PICTURES e MEDUSA FILM presentano una coproduzione italo-francese SOLEA, BARTLEBYFILM, ROSEBUD ENTERTAINMENT PICTURES in associazione con MEDUSA FILM L'ULTIMA VOLTA CHE SIAMO STATI BAMBINI un film di CLAUDIO BISIO. ALLESSIO DI DONA ENCAANTONO VINCENZO SEBASTIANI CARLOTTA DE GENAZIUS LORENZO MASCOVERI LEANI MARIANNA PONTANA FEDERICO CESARO DANIEL TERRANERA FADIAN GOTTI ANTONIA SELUKOVSKY RALPH PALKIA
GRANCAIROLI MARTIN FRANCO PISTONI con LA BARTLEBYFILM STRUMENTARIA DI ANTONELLO CASARÀ REGISTRIATA E DIRETTA DA CLAUDIO BISIO CASTING SARAH CAVALAN VALERIO CASARE CASARA PIUZZI LUCIO ANTONIO LEOPOLDO PESATORE REGIALE GIUSEPPE PUCILESE FONDI DI PRECA BRETTA DI AURELIO MONTESANTI MONTESANO SIMONE DANIELA BASSANI EFFETTI SONORI ANTONIO TRENELLI GRANLUCA BASILE FONDI DI MAX CRISTIANO CACCONE ABBEVERAMENTO FIORELLA CASCULINI COSTUME BRANINI SCENOGRAFIA PAOLA CEMERACINI
MUSICA ORIGINALE PIVRO E ALDO DE SCAZZI EDITOR GURU - BARTLEBYFILM MONTAGGIO LUCIANA PANDOLIELLO FOTOGRAFIA ITALO PETRUCCIONE SUPERVIZIO FABIO BONFACCI SCENEGGIATURA FABIO BONFACCI CON LA COLLABORAZIONE DI CLAUDIO BISIO TRATTO DAL ROMANZO L'ULTIMA VOLTA CHE SIAMO STATI BAMBINI DI FABIO BARTOLOMEO PRODOTTO DA FEDERICA E V. COPIROTTI DA ANGELO LAURISA PRODOTTO DA SANDRA CONDI CLAUDIO BISIO MASSIMO DI ROSSO LUIGI MARCOLONE REGIA DI CLAUDIO BISIO



DA OTTOBRE SOLO AL CINEMA



Fortune Italia Entertainment

Giugno 2023

CINEFESTIVAL IN COLLABORAZIONE CON MYMOVIES

20

Taormina | Cambia ancora per non cambiare mai

DI TOMMASO TOCCI

22

Bologna | Il Biografilm in streaming su MYmovies ONE

DI LUIGI COLUCCIO

23

We Short, i corti futuro dell'intrattenimento

DI SILVIA BIZIO

24

Pesaro | Da Verdone a Fellini, il racconto del cinema

DI GIOVANNI BOGANI

26

Filming Italy Sardegna, al Forte con Dawson

DI CRISTINA ORAZI

27

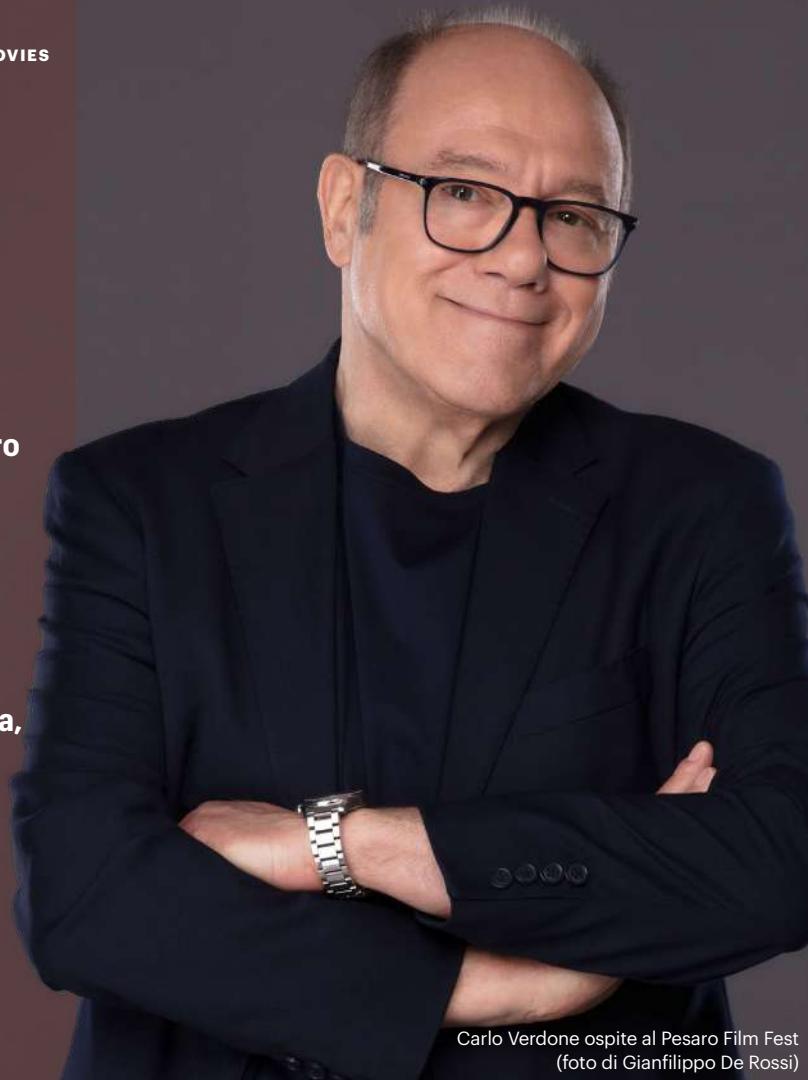
Sorrento | Il racconto del Mediterraneo

DI CRISTINA ORAZI

28

Il Premio Flaiano compie 50 anni

DI MARTINA RIVA



Carlo Verdone ospite al Pesaro Film Fest
(foto di Gianfilippo De Rossi)



FOTO DI COPERTINA
ROCCO GIURATO

THE CONVERSATION

12

Luigi Lonigro

Il settore theatrical sta uscendo dalla pandemia con la determinazione di tutti. Stiamo recuperando un mercato che perdeva il 75%.

DI PIER PAOLO MOCCI

18

I giovani protagonisti del cinema e dell'audiovisivo in Italia

Fortune Italia Entertainment ha selezionato i profili under 40 che contribuiscono in modo determinante al cambio generazionale dell'industria del cinema e dell'audiovisivo

40/40
CINEMA E AUDIOVISIVO



“Barbie” (Warner Bros. Discovery)

Opinioni

- 7 **Borgonzoni, quel modo gentile di lavorare al servizio del cinema**
DI PIER PAOLO MOCCI
- 9 **Che spettacolo l'estate con Cinema Revolution**
DI SIMONE GIALDINI
- 50 **Il grande schermo protagonista della ripresa**
DI MARIO LORINI

Media

- 46 **Basement Confidential**
Intervista al podcaster di successo Gianluca Gazzoli
DI PIER PAOLO MOCCI
- 48 **A Giffoni sbarca il gaming**
Intervista al fondatore di Giffoni Innovation Hub Antonino Muro
DI CLAUDIO CAMBONI

SPECIALE CINÉ PRIMA PARTE

- 30 Ciné, il futuro è oggi**
L'industria del cinema si confronta a Riccione alle giornate professionali
DI GIULIA BIANCONI
- 34 L'alba della ripartenza per vincere la sfida**
Forum con i distributori cinematografici italiani
DI RAFFAELLA SALAMINA
- 40 Passione, lavoro e resilienza**
La ripresa delle sale cinematografiche in Italia
DI MARITA TONIOLO
- 42 Da Cannes la consapevolezza della forza del cinema d'autore**
DI DOMENICO DINOIA
- 44 La sala è il principale valore del film**
DI FRANCESCO GRANDINETTI

SOCIETÀ EDITRICE



we inForm

Sede legale

via Cornelio Celso, 9
00161 Roma
info@weinform.it

Leonardo Donato
CHIEF EXECUTIVE OFFICER

Paolo Chiariello
DIRETTORE RESPONSABILE

Emilio Carelli
DIRETTORE EDITORIALE

Carlo Maria Medaglia
GENERAL MANAGER

Dea Callipo
PR & ORGANIZZAZIONE EVENTI

ENTERTAINMENT

Pier Paolo Mocchi
CURATORE EDITORIALE

Gianluca Guzzo
SUPERVISIONE

Stefania Ruggeri
IMPAGINAZIONE

Hanno collaborato:
Giulia Bianconi, Silvia Bizio,
Giovanni Bogani, Claudio
Camboni, Luigi Coluccio,
Domenico Dinoia, Jacopo
Gasparetti, Simone Gialdini,
Gabriele Gianni,
Francesco Grandinetti,
Mario Lorini, Cristina Orazi,
Stefano Radice, Martina Riva,
Raffaella Salamina,
Tommaso Tocci,
Marita Toniolo

Ringraziamenti:
Martina Ponziani, Chiara Renda,
Luca Volpe

Segreteria
redazione@fortuneita.com

Eventi
segreteriaeventi@fortuneita.com

Sede operativa
viale Regina Margherita, 290
00198 Roma
+39 0664007432

Commerciale
Ned Srl
commerciale@ned.it
+39 3383768965

Stampa
Fotolito Moggio
Str. Galli, 5, 00010 Tivoli RM
0774 381922

fortuneita.com

Borgonzoni, il modo gentile di lavorare per il cinema

DI PIER PAOLO MOCCI



▶ I ministri passano, i sottosegretari restano. Per fortuna. Il felice caso di Lucia Borgonzoni dovrebbe far riflettere le logore dinamiche dello spoil system e le logiche delle nomine di partito e di corrente, che hanno sempre raso al suolo il sistema dei meriti che avrebbe dovuto governare questo Paese in ogni ambito e settore. Non accade questo nel campo della cultura e in particolare al cinema, industria che, solo grazie ai biglietti al botteghino e all'indotto dalla sala cinematografica, fattura (quando va male) oltre un miliardo di euro l'anno, senza considerare la produzione e l'impatto occupazionale sui territori, nonché il ruolo di vetrina e avamposto culturale e turistico interno e nel mondo.

LUCIA BORGONZONI È LA PERSONA che, con gentilezza, determinazione e competenza, sta dialogando da tre legislature con un settore messo in ginocchio dalla pandemia, ma ora nuovamente in piedi. È riconducibile a lei l'iniziativa che, per la prima volta in Italia, potrebbe portare ad un cambio epocale: la frequentazione delle sale cinematografiche anche d'estate. È il modello americano in cui, i grandi blockbuster, escono alla fine delle scuole e durante le ferie della middle class. Il cinema in Italia ha sempre faticato a lavorare

durante la stagione più calda (mancanza di prodotto forte, chiusura delle sale, scarsa attività promozionale, ecc...), sapendo bene che l'unica e semplicissima verità va ricercata nelle caratteristiche geografiche del nostro amato Paese bagnato in prevalenza dal mare. L'italiano – salvo rare eccezioni – da maggio a settembre ha sempre preferito il mare ad ogni altro divertimento.

Ora però le cose potrebbero cambiare. Perché, oltre all'iniziativa Cinema in Festa (11-15 giugno e 16-21 settembre con tutti i film a 3,50 euro), potremmo ritrovarci all'alba di una vera rivoluzione. Ecco perché l'arco temporale che andrà dal 16 giugno al 15 settembre porta appunto il nome di Cinema Revolution.

Considerato che il cinema americano metterà sul mercato questa estate una quantità di titoli imbarazzante, avendo riposizionato la sala cinematografica al centro dello sfruttamento del prodotto film, il settore ha pensato bene di accodarsi, dando un incentivo allo spettatore qualora scelga un film italiano ed europeo. Se per andare a vedere "The Flash", "Mission Impossible", "Barbie" e "Indiana Jones" bisognerà pagare il prezzo pieno, scegliendo un film più "piccolo" italiano o europeo il biglietto sarà solo di 3,50 euro. L'altra metà del prezzo del tagliando, per un importo complessivo stimato in circa 20 milioni di euro, è sostenuto dal Ministero della Cultura. Questo hanno chiesto, compatte, le società e le associazioni di categoria che operano nel cinema, piuttosto che l'ennesimo assegno assistenzialista. La ciliegina sulla torta di un "risanamento" strutturale post pandemico che possa allungare il mercato all'estate per poi proseguire sulle proprie gambe. ■

DALL' 11 AL 15 GIUGNO

CINEMA IN FESTA

TUTTI I FILM A 3,50€



CINEMAINFESTA.IT

*NEI CINEMA ADERENTI, ESCLUSI FORMATI SPECIALI

Che spettacolo l'estate con Cinema Revolution

DI SIMONE GIALDINI



▶ La crescita del mercato cinematografico nei primi mesi dell'anno è tangibile e con un trend attestato intorno al +50% rispetto al 2022. I numeri di fine anno evidenziano un ritorno in sala degli spettatori, anche in Italia. Pur rimanendo indietro ai paesi europei più strutturati, così come lo siamo stati durante gli anni della pandemia, il percorso intrapreso sta dando le risposte. E, a supporto del consolidamento del mercato, interviene un calendario di uscite estive come mai si è visto in Italia.

DA METÀ MAGGIO per tutta l'estate abbiamo un blockbuster a settimana, con una varietà di generi molto ampia, per tutti i target, dall'animazione ai film di azione, dalle commedie ai film drammatici, per arrivare ai film maggiormente attesi del mese di agosto.

L'azione congiunta dei protagonisti della filiera cinematografica, distributori ed esercenti in primis, unitamente all'importante sostegno del Ministero della Cultura – Direzione generale Cinema e audiovisivo, consentono di riprendere il percorso di allungamento della stagione cinematografica italiana già avviato nel 2019 con grande successo. "Cinema revolution", la rivoluzione del cinema accompagnata dal claim "Che spettacolo l'estate", è il nome della imponente campagna di comunica-

zione fortemente voluta dal Sottosegretario Sen. Lucia Borgonzoni che si è spesa in prima persona anche nel sostenere l'importanza per il nostro Paese di avere un cinema in sala che si articoli per 12 mesi l'anno.

UN'AZIONE PER L'ESTATE che si concentra non solo sulla campagna di comunicazione a sostegno del ricco calendario ma che si concretizza con una promozione a sostegno e rilancio del cinema italiano ed europeo. Dal 16 giugno al 16 settembre, lo spettatore, nelle sale aderenti, potrà vedere i film di produzione nazionale ed europea pagando soltanto € 3,50 cui il Ministero della Cultura aggiunge ulteriori € 3,00, consolidando il prezzo di ingresso per l'industria a € 6,50. Una tariffa promozionale che crea attrattiva per vedere nuovi film e ritrovare quella fiducia nello spettatore che il nostro cinema sta ancora cercando di riaffermare.

L'ANNO PRIMA DELLA PANDEMIA il cinema italiano ha vissuto mesi memorabili e la qualità dei prodotti e dei nostri professionisti del settore merita un'attenzione che ancora non si è riconfermata a quei livelli. Unitamente alle due edizioni del "Cinema in festa" in programma la seconda domenica di giugno per i successivi 4 giorni e la terza domenica di settembre per i successivi 4 giorni, durante i quali tutti film saranno visibili a € 3,50, l'offerta cinematografica unisce prodotto, promozioni e qualità. Non resta quindi che scegliere la propria sala, sedersi e vivere #soloalcinema l'emozione del grande schermo! 🎬



© 2014 M. J. / A. B. / S. P.

CINEMA
REVOLUTION
2014

CHE SPETTACOLO

una **STAGIONE STRAORDINARIA**

IN TUTTA ITALIA
DALL'11 GIUGNO A

#soloalcinema

scopri i film e le
cinemarevoluzioni



EMA
UTION
23
LO L'ESTATE!

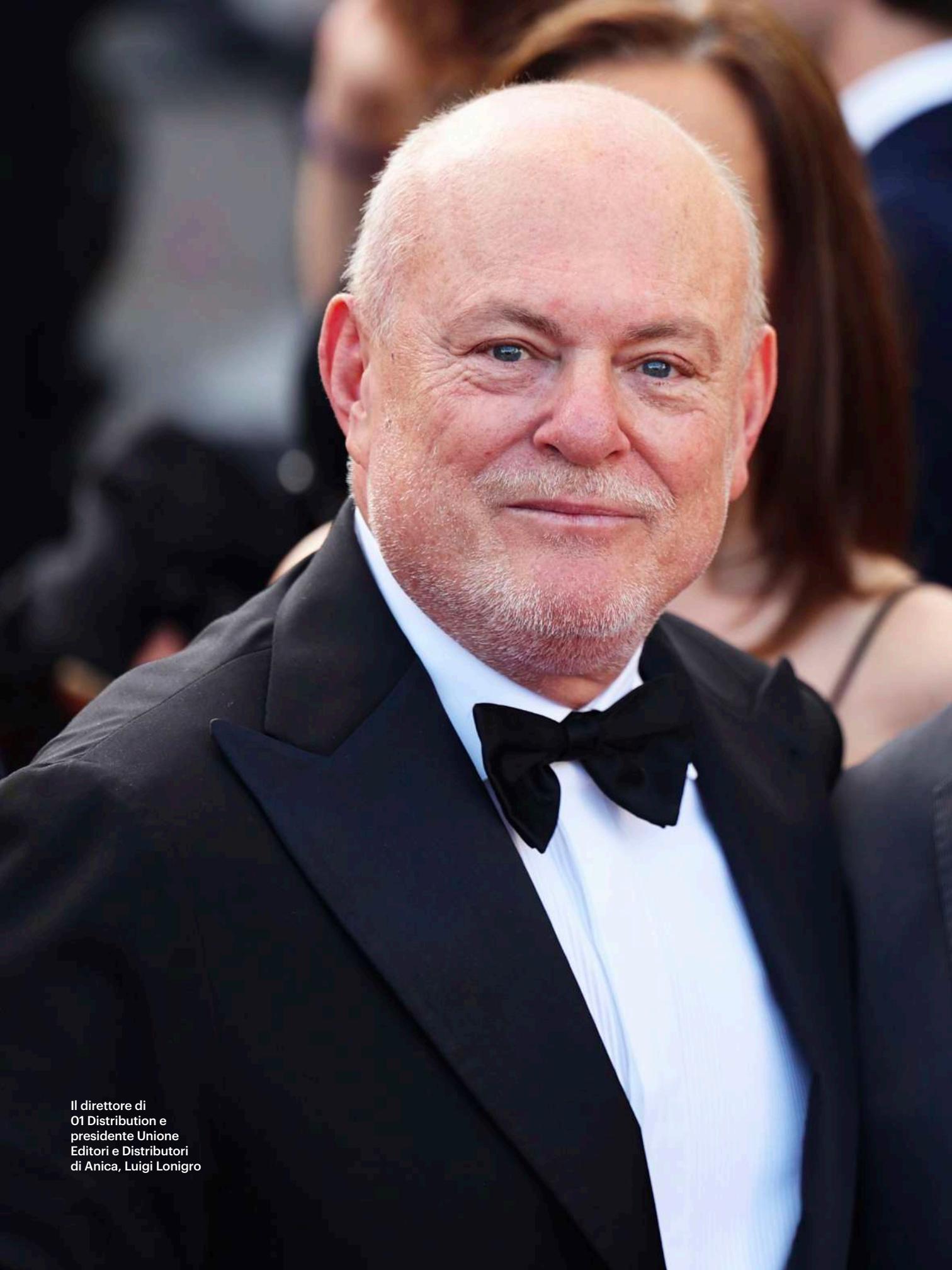
RIA di FILM e PROMOZIONI

A ITALIA
AL 21 SETTEMBRE

sale aderenti su
olution.it



MINISTERO
DELLA
CULTURA



Il direttore di
O1 Distribution e
presidente Unione
Editori e Distributori
di Anica, Luigi Lonigro

The Conversation

LUIGI LONIGRO

Intervista esclusiva, alla vigilia delle Giornate Professionali di Riccione (Ciné), al direttore di O1 Distribution e presidente Unione Editori e Distributori di Anica, Luigi Lonigro. “Cannes ha sancito un momento di grande soddisfazione per Rai Cinema con tre film in concorso e l’evento speciale Scorsese. Stiamo tornando a crescere. A livello globale anche le major sono tornate a mettere la sala al centro dello sfruttamento del prodotto”. **DI PIER PAOLO MOCCI**

“Siamo riusciti a non far percepire all’esercizio la difficoltà distributiva che derivava da un mercato che perdeva il 75%”

A certificare l’eccellente lavoro di O1 Distribution, il ramo distributivo di Rai Cinema, ci ha pensato il più prestigioso dei festival nel mondo, Cannes. Solo pochi giorni fa, tre film italiani (quelli di Moretti, Bellocchio, Rohrwacher) sono passati sulla Croisette in concorso, con la ciliegina sulla torta rappresentata dall’evento speciale dedicato al nuovo film di Martin Scorsese, “Killers of the flower moon”. Tutti e quattro, compreso il film con Robert De Niro e Leonardo DiCaprio (che arriverà nei cinema italiani il 19 ottobre) saranno distribuiti in Italia da O1 Distribution. Incontriamo il direttore, Luigi Lonigro, felicemente colpito da un evento che non ha precedenti riscontri: “L’edizione 2023 del festival di Cannes è stata per Rai Cinema e O1 una delle più importanti di tutti i tempi”.

Direttore, nei giorni scorsi sono arrivate le conferme ai vertici di Rai Cinema (Paolo Del Brocco, Nicola Claudio). Un ottimo segnale per tutta l’industria. È un momento di grande soddisfa-

zione, per tutta l’azienda e per tutti noi che abbiamo avuto il piacere e l’onore di poter essere al fianco di un vertice aziendale così affiatato e di alto livello. Ci aspettano ancora tre anni di lavoro insieme in cui siamo certi che costruiremo tantissimo per l’azienda, per gli spettatori e per il cinema italiano. Affronteremo nuove ed entusiasmanti sfide con passione e comunione di intenti, certi di avere a disposizione già per il 2024 un altro magnifico e ricco listino che presenteremo durante le prossime giornate professionali di Ciné a Riccione.

Da “Il Sol dell’Avvenire” a “La Stranezza” passando per “Le Otto Montagne”. Questa stagione ha confermato come il cinema d’autore sia capace di imporsi anche al botteghino.

Tutti coloro che hanno creduto, insieme a noi, alla forza del grande schermo e alla rinascita e ripartenza del mercato theatrical, in questo momento stanno portando a casa i frutti di tanta sofferenza e di tanto lavoro svolto in condizioni assolutamente

disagiate. Come Rai Cinema e O1 spesso abbiamo dovuto prendere delle decisioni difficili soprattutto legate ai film da destinare all'uscita in sala nonostante i cinema fossero chiusi. Siamo riusciti a non far percepire all'esercizio, la difficoltà distribuita che derivava da un mercato che perdeva il 75%. Abbiamo mantenuto nel tempo una presenza costante di prodotto, assicurando quella continuità di fornitura che in qualche modo, soprattutto dal punto di vista psicologico, ha tranquillizzato il mercato e gli esercenti e li ha messi nella condizione di poter immaginare un futuro diverso da quello che in quel momento si prospettava. Quello che abbiamo capito subito nel momento della ripartenza è che nei gusti e nelle abitudini dello spettatore qualcosa era drasticamente cambiato e che il nuovo, se non fosse stato davvero sorprendente, avrebbe trovato grandi difficoltà di affermazione e successo in sala. Abbiamo dunque chiesto ai produttori, insieme ai nostri colleghi distributori di cinema italiano, di alzare l'asticella della selezione e della confezione dei prodotti, ma soprattutto abbiamo chiesto loro di osare, di affrontare sfide e di cercare storie che potessero davvero fare la differenza. Lei ha citato tre titoli di cui due coprodotti da Rai Cinema e uno distribuito da O1 che hanno colpito il centro del bersaglio. "La stranezza" distribuito da Medusa, "Le otto montagne" distribuito da Vision e "Il sol dell'avvenire" distribuito da noi, sono andati nella giusta direzione, sono stati sfidanti, coraggiosi e innovativi e sono stati premiati dagli spettatori, raggiungendo incassi davvero importanti.

Torniamo agli anni bui della pandemia, riavvolgiamo per un attimo il nastro e raccontiamo il pericolo corso.

Tra il 2020 e il 2021 tantissimi analisti internazionali di settore avevano decretato la fine dell'industria theatrical, la fine del cinema sul grande schermo e la chiusura delle sale cinematografiche, ritenute ormai

**IL BILANCIO
2020-2022
DEL SETTORE**

"Distribuzione ed esercizio, prima della pandemia generavano circa 800 milioni di euro l'anno per fatturato al box office e oltre il miliardo di euro se consideriamo l'indotto (bar e altro). A fine 2022, il mercato segnava ancora un indicatore nettamente negativo rispetto al 2019, mentre la produzione faceva segnare numeri record, soprattutto per quantità di titoli prodotti. È stato un periodo molto faticoso con la filiera totalmente sbilanciata e che faceva fatica a parlare al suo interno lo stesso linguaggio. Il 2023, finalmente, ci vede su indicatori molto positivi. Stiamo recuperando molto velocemente rispetto al resto d'Europa perché chiaramente siamo partiti un po' in ritardo. Sarà un anno importante in cui pensiamo di poter chiudere fra i 65 e i 70 milioni di biglietti venduti, veramente ad un passo da quelli che erano i dati pre pandemici in cui contavamo fra 90-100 milioni di biglietti venduti per anno. Oggi pensare di poter tornare in tempi brevi sugli standard pre Covid non sembra più un obiettivo irraggiungibile, anzi pensiamo che per la fine del 2024 ce la potremo fare"



testimonianza di un tempo passato. Dopo solo sei mesi dal lockdown si facevano analisi come se fossero passati trent'anni. Abbiamo resistito, insieme a tutti quelli che vivono di "theatrical" e che hanno creduto che questo mercato potesse tornare a occupare, all'interno dell'industria, gli spazi che gli appartenevano. Le cose, per fortuna, hanno preso il verso giusto e pian piano sono arrivati tanti film italiani e internazionali che ci hanno consentito di riattivare tutti i segmenti di sala e di pubblico.

I media raccontavano un mondo catastrofico dove il film si sarebbe visto, da quel momento in poi, a casa in Tv, su un cellulare o su altri dispositivi. La sala era data per morta.

Lo ricordo bene: gli over 50 non sarebbero mai più andati in sala e il target family si sarebbe accontentato di vedere i film sulle piattaforme. Per fortuna era solo nell'immaginazione di qualche pessimista o menagramo. L'industria è ripartita a livello mondiale. In America nei primi tre mesi del 2023, gli analisti hanno dovuto



“Nella fase di ripartenza, è stata determinante la linea politica indicata da Paolo Del Brocco”

IL DIETROFRONT DELLE MAJOR

“Alcuni Studios sono stati tra i primi ad eliminare completamente il periodo di esclusiva delle sale cinematografiche, ma in breve tempo si sono resi conto che i numeri non giravano, che quello che veniva tolto al mercato theatrical non diventava un valore aggiunto per le piattaforme. Ma soprattutto hanno constatato, con i numeri, che i film che uscivano in sala con un periodo di esclusività performavano meglio in piattaforma anche rispetto a quelli che arrivavano sulle stesse in day and date o addirittura prima che nelle sale cinematografiche. Quindi le Major hanno dovuto rivedere i loro piani industriali ed ammettere, prima davanti ai loro azionisti e poi pubblicamente, di aver commesso un grave errore con l'azzeramento delle finestre, probabilmente condizionati da una “confusione pandemica”, per poi decidere di rimettere lo sfruttamento theatrical, con il suo periodo di esclusiva per le sale, nuovamente al centro del mercato e dell'industria”.

rivedere tre volte al rialzo le stime, cosa abbastanza unica in un mondo in cui le previsioni vengono fatte con grandissima e maniacale attenzione. Questa volta i numeri sono andati ben oltre le loro più rosee aspettative.

L'Italia a livello europeo è stato uno dei territori che ha pagato di più la pandemia.

Dopo la pandemia, abbiamo subito un calo di mercato molto importante e abbiamo avuto una ripartenza lenta, dovuta a una serie di fattori anche ambientali. Abbiamo riaperto i cinema in un periodo estivo con una carenza di prodotto italiano che era andato invece a saturare le piattaforme con decine di titoli original, sguarnendo in qualche modo il mercato theatrical. Però noi distributori abbiamo avuto pazienza, e Rai Cinema ha tenuto la barra dritta e ha mantenuto tutti i titoli a disposizione dell'industria theatrical. Nella fase di ripartenza, è stata assolutamente determinante non solo col suo prodotto, ma anche con la linea politica indicata da Paolo Del Brocco che ha

avuto sempre la convinzione che il mercato theatrical dovesse continuare ad essere al centro del nostro lavoro, senza cadere nella tentazione del mordi e fuggi. Rai Cinema ha preferito aspettare mostrando grandissima attenzione e rispetto per il mondo dell'esercizio che insieme a noi distributori ha sofferto tantissimo.

Ha vinto la squadra, il settore si è dimostrato unito e compatto.

Abbiamo lavorato spalla a spalla con gli amici esercenti, supportati dall'Anica e dai produttori; fra noi distributori c'è stato un accordo assoluto, abbiamo tifato l'uno per l'altro come se fossimo un'unica grande squadra: la squadra della nostra industria. Abbiamo rafforzato il rapporto del mondo theatrical con il ministero della Cultura che si è dimostrato non solo un soggetto finanziatore del progetto di ripartenza ma un soggetto attivo, propositivo e di grande stimolo per tutti noi. È stato al nostro fianco sin dal momento dell'ideazione e della progettazione, avendo grandissima fiducia nel lavoro della filiera. Ora ci apprestiamo a raccogliere i frutti di tanto lavoro, e a vivere una grandissima estate cinematografica sul lato dell'offerta con l'arrivo nei nostri cinema, da giugno fino a metà settembre, di tantissimi blockbuster internazionali affiancati da importanti titoli italiani ed europei, sostenuti da una imponente campagna promozionale finanziata dal MIC dal titolo “Cinema Revolution”. Questa estate, nei nostri auspici, potrebbe avvicinarsi per incassi e presenze a quella del 2019 che era stata la più grande estate di tutti i tempi per il cinema italiano.

Con il biglietto dimezzato per tutta la stagione estiva assisteremo ad un innalzamento delle presenze, una sorta di promozione marketing per il resto dell'anno.

Sì, le presenze e la continuità di frequentazione dei cinema sono molto importanti e quello che noi abbiamo notato, negli anni in cui sono mancati in estate i prodotti internazionali in day and date, è che quello che perdevamo nel periodo estivo, non riuscivamo a recuperarlo nei mesi invernali. Avere un mercato lungo dodici mesi l'anno non solo consente di ottimizzare l'uscita dei singoli prodotti concedendo più spazio e tenuta a tutti, ma soprattutto mantiene viva l'abitudine dello spettatore a frequentare la sala cinematografica, creando un'economia circolare per dodici mesi l'anno.

Lei, direttore, ha mai pensato che sarebbe crollato tutto?

Devo confessare che c'è stato un momento in cui alcune mie certezze hanno iniziato a vacillare e ho dovuto pormi delle domande. Sono stato sempre un difensore a oltranza del periodo di esclusiva della sala cinematografica rispetto ai consumi successivi. Ho combattuto e sostenuto questa tesi anche in contesti in cui mi sono trovato solo con il presidente dell'Anec, Mario Lorini, al mio fianco. A un certo punto mi sono chiesto se non fossi io a non riuscire più ad avere una visione corretta, moderna

**L'ETERNA SFIDA
TRA SALA
E PIATTAFORMA**

“La sfida l'ha voluta inventare qualcuno, in un momento in cui mancava l'avversario; quindi, una partita in cui giocava solo una formazione perché l'altra era seduta in panchina in attesa di poter entrare in campo. Ho sempre pensato che per far sì che questa industria potesse crescere, i nuovi players, cioè le piattaforme, dovessero integrarsi apportando nuova linfa economica e creativa per rendere ancora più solida e competitiva, anche a livello internazionale, un'industria che era già in forte crescita, grazie ad una straordinaria e potente legge cinema; pertanto, capitali aggiuntivi e nuovi stimoli per rendere il nostro cinema sempre più importante e competitivo, anche attraverso budget maggiori. Vedere un film in sala non è minimamente paragonabile alla visione domestica, pertanto, non ho mai pensato alla piattaforma come ad un concorrente della sala cinematografica; chiaramente lo è diventato nel momento in cui, in mancanza di una chiara finestra e nel caos pandemico, i prodotti uscivano praticamente in simultanea. Ho sempre creduto, invece, che gli spettatori prima o poi avrebbero riacquisito serenità e fiducia abbandonando i divani di casa e tornando al cinema”.

e oggettiva dell'industria ma, per mia fortuna, ho vissuto professionalmente il tempo giusto per capire che non mi stavo sbagliando.

Che il passaggio in sala crei valore ormai è un dato di fatto per tutti.

La cosa meravigliosa che è accaduta in questo periodo è che i grandi maestri del cinema mondiale si sono presi in carico in prima persona della salvaguardia del consumo in sala e del mercato theatrical. Penso a quello che ha fatto Tom Cruise sia con “Top Gun: Maverick” sia con il nuovo “Mission: Impossible” imponendo agli Studios una lunga finestra di esclusiva per la sala, valida per tutto il mondo, mentre altri uscivano in day and date in streaming; oppure quello che ha fatto Christopher Nolan che addirittura ha cambiato casa di produzione passando da Warner a Universal a causa anche di una diversa sensibilità sulle finestre di esclusiva per i cinema, o quello che hanno fatto tanti grandi autori del cinema italiano, insistendo per uscire, in esclusiva, sul grande schermo prima di andare sugli altri sfruttamenti. Ma la dichiarazione veramente forte l'ha fatta Quentin Tarantino a Cannes in un panel affollatissimo in cui ha affermato che solo la sala crea l'identità di un prodotto e i film che escono al cinema restano per sempre. E questo è certamente un valore più grande di qualsiasi risultato economico.

Questi anni di pandemia sono serviti anche a mettere a posto certi meccanismi incancreniti?

Molte certezze sono venute meno e il pubblico è diventato “spietato” e fortemente selettivo rispetto al consumo di cinema in sala. Piccoli, medi e grandi prodotti devono avere davvero quel qualcosa in più per stimolare la curiosità dello spettatore e spingerlo ad andare in sala. Non si può più dare nulla per scontato e non bastano solo i grandi budget produttivi e le grandi campagne per assicurare il successo di un film, oggi vincono più che mai

“Quentin Tarantino ha affermato che solo la sala crea l'identità di un prodotto e i film che escono al cinema restano per sempre”





le idee e le storie, ed i risultati non si misurano solo per l'incasso complessivo ma per come sono riusciti, secondo le singole possibilità ed ambizioni, a trovare un pubblico di riferimento. Penso a due titoli da noi distribuiti, "Settembre" esordio alla regia di Giulia Steigerwalt, recentemente premiato con due David di Donatello e all'intenso "Mia" di Ivano De Matteo. Due film che non hanno superato il milione di euro di box office ma che sono rimasti a lungo nelle sale grazie ad uno straordinario passaparola. Due storie di forte attualità, diverse fra loro ma fortemente accomunabili, che sono rimaste nella mente degli spettatori creando quel retrogusto di "buono" che tanto bene fa al cinema, generando quel desiderio di tornare al più presto in sala non solo per vedere un film di un autore affermato o di sicuro successo, ma anche per scoprire nuove storie e nuovi talenti. Circa 300.000 spettatori hanno visto al cinema questi due film, un buon dato benché non eclatante, ma sono sicuro che tutti quegli spettatori sono tornati in sala in tempi brevi per scoprire un altro piccolo gioiello di cui parlare con amici e/o sconosciuti incontrati per caso nell'atrio o all'uscita dalla sala. È anche questo il cinema di cui abbiamo bisogno.

Cosa si aspetta a Riccione, durante Cinè, dal confronto tra i diversi protagonisti dell'industria?

Ci confronteremo nel convegno di apertura alla presenza del Sottose-

LA QUOTA MERCATO ITALIANA

"La nostra industria ha vissuto il suo periodo di massimo splendore negli anni in cui la quota del cinema italiano in sala superava il 25%. Siamo da sempre una delle cinematografie domestiche a livello europeo più solide, seconda solo alla Francia. Questa è stata la nostra forza, questa è stata l'unicità della nostra industria. Dobbiamo lavorare affinché la quota del cinema italiano continui a crescere, ma non abbiamo bisogno di 200 titoli, ne bastano molti meno ma pensati per lo spettatore che investe il suo tempo ed il suo denaro nella visione di un film in sala. Veniamo fuori da un momento di forte "confusione industriale" in cui tantissimi titoli sono stati prodotti senza avere ben chiaro quale dovesse essere la loro destinazione primaria e questo non ha fatto il bene dell'industria e del mercato theatrical".

gretario al Ministero della Cultura, Lucia Borgonzoni. Un esponente del Governo che in tempi molto brevi si è appassionato al nostro mondo tanto da diventare un attento conoscitore del mercato cinematografico, delle sue forze e debolezze e delle sue enormi potenzialità a volte inesprese. Speriamo che dopo tre anni in cui tra mascherine e preoccupazioni c'è stato veramente poco da ridere, la prossima possa essere l'edizione "smile" di Cinè.

Un momento a cui arrivare con la convinzione di aver superato il peggio, con l'entusiasmo di tanti titoli importanti in arrivo e la certezza di avere un'industria solida che, prestissimo, sarà nuovamente in grado di mantenersi sulle proprie gambe senza dover chiedere aiuto a nessuno. È importante però che i sostenitori possano continuare ad arrivare per il rinnovo delle sale, per i piccoli film, per le sale e i distributori di cinema d'essai, per la comunicazione e la distribuzione dei film in estate affinché questo periodo, per anni critico per la nostra industria, continui ad essere sempre più forte e ricco di prodotto. Mi auguro che tutta la filiera prosegua nell'essere allineata, salda e coesa e abbia ancora come obiettivo il rafforzamento del mercato theatrical come punto di partenza per una reale e sana crescita complessiva. ■

Nella foto in alto Margherita Forleo, Annalisa Paolicchi, Francesco Ria, Sonia Dichter, Cristiana Trotta e Luigi Lonigro. Sotto il direttore di O1 Distribution con Paolo Del Brocco, AD di Rai Cinema



AUDIOVISIVO GIOVANI ATTORI, REGISTI E MANAGER, CHE RENDONO GRANDE TUTTO IL SETTORE

La lista dei giovani sotto i quarant'anni che contribuiscono in modo determinante al cambio generazionale dell'industria dell'Entertainment

di **GABRIELE GIANNINI** e **JACOPO GASPARETTI**

LO DICIAMO SUBITO. Questa che state per leggere non è una classifica, ma una lista ragionata, frutto di analisi e studio da parte della redazione di Fortune Italia e la sezione Fortune Italia Entertainment, l'allegato mensile realizzato in collaborazione con MYmovies e a cura di Pier Paolo Mocchi, riflettendo sulla necessità di un cambio generazionale, o quanto meno di una ventata di freschezza al settore del cinema e dell'audiovisivo che ha come fruitori clienti giovani e giovanissimi, e che quindi da tali dovrebbe essere guidato e raccontato.

Attrici e attori

Apriamo l'elenco dei "40under40" con **Massimiliano Caiazzo** e non poteva essere altrimenti. 27 anni è tra gli artefici del successo "Mare Fuori" ed è ora richiestissimo anche dal cinema. Sui social ha già un pubblico numerosissimo: 1,4 mln di follower. È un talento puro anche **Federico Cesari** (26 anni), prima nel cast di "Skam Italia". Coprotagonista, insieme ad Aurora Giovinazzo di "Freaks Out", del film "Anni da cane" di Fabio Mollo e protagonista della serie Netflix "Tutto chiede salvezza". **Valentina Romani** (26 anni), appare da anni in un gran numero di serie televisive italiane come "Che Dio ci aiuti", "Tutto può

succedere", "Aldo Moro - Il professore", fino a "La porta rossa" accanto a Lino Guanciale che sancisce la sua notorietà. Anche lei è seguitissima sui social: 700 mila follower! Entrambi 23enni segnaliamo **Andrea Verticchio** ("Mare Fuori" e "Shake", premiato come attore teatrale under 35 più promettente da Off Off Theatre) e **Caterina Forza** (tra le protagoniste della serie original di Amazon Prime Video, "Prisma", premiata al Giffoni). Ancora giovani attori molto interessanti: **Blu Yoshimi** (25 anni), recentemente ammirata ne "Il Sol dell'Avvenire" di Nanni Moretti; **Leonardo Maltese** (26 anni), attualmente nelle sale con l'ultimo film di Bellocchio "Rapito", dopo aver fatto "Il Signore delle formiche" di Gianni Amelio e presto protagonista di un film su Leopardi diretto da Michele Placido; **Francesco Gheghi** (20 anni) esordisce cinematograficamente in "Io sono Tempesta" di Daniele Luchetti, è il protagonista di "Mio fratello rincorre i dinosauri" di Stefano Cipani, ma il ruolo più difficile è in "PadreNostro" con Pierfrancesco Favino e diretto da Claudio Noce. **Saul Nanni** (24 anni), dopo "Sotto il sole di Riccione" interpreta il figlio di Kim Rossi Stuart nel film "Brado". Ha 700 mila fan sui suoi profili social, prevalentemente

Instagram. E ancora, mettiamo in evidenza: **Vincenzo Crea** (24 anni); **Fotini Peluso** (24 anni); **Orazio Rotolo Schifone** (25 anni) prevalentemente attore di teatro; **Vincenzo Vivenzio** (30 anni), scelto dal regista americano Alexander Jeffery per il suo film d'esordio "A Chance Encounter", ha da poco terminato le riprese di una miniserie per Rai1, "Il Caso Claps" per la regia di Marco Pontecorvo.

Doppiatori.

È una categoria a volte trascurata, ma non da noi. Benché amanti del cinema in lingua originale, soprattutto se d'autore, il doppiaggio in Italia ha una grande tradizione e ha contribuito in modo determinante alla fruizione del prodotto cineaudiovisivo ad un pubblico largo, divenendo quindi un perno dell'industria. Tra le giovanissime leve del microfono segnaliamo: **Margherita De Risi** (25 anni, voce di Anya Taylor-Joy); **Alex Polidori** (27 anni, voce di Timothee Chalamet); **Manuel Meli** (28 anni, voce di Josh Hutcherson); **Sara Labidi** (25 anni, doppiatrice de "La sirenetta"); **Mirko Cannella** (31 anni, doppiatore in "Stranger Things" e "La Casa di carta" con il personaggio di Rio).

Autori, sceneggiatori e registi

Alessio Russo (32 anni), negli anni ha firmato l'ideazione e la produzione di alcuni dei format più riusciti del web. Dal 2021 fonda Red Private, società di produzioni per il cinema e la tv. Nel 2022 presenta il film "Non dirlo a nessuno" alla Mostra di Venezia, basato sul suo romanzo originale omonimo edito da Fabbri Editori. **Emilia Mazzacurati** (28 anni), figlia del compianto Carlo Mazzacurati, è l'autrice del film "Billy", attualmente nelle sale. Ha uno stile già molto personale e un futuro radioso davanti. **Ludovico Bessegato**, (39 anni), dal 2017 è regista, sceneggiatore e showrunner di serie come "Prisma" e "Skam Italia". Come produttore creativo ha sviluppato titoli Rai innova-

40/40

QUARANTA UNDER QUARANTA
PROTAGONISTI DEL CINEMA
E DELL'AUDIOVISIVO IN ITALIA

LA LISTA 2023:

tivi come "Rocco Schiavone" e "Il Segreto dell'acqua"). **Fabio e Damiano D'Innocenzo** (34 anni), registi, sceneggiatori, poeti e fotografi italiani. Registi de "La terra dell'abbastanza", "Favolacce" e "America Latina". **Pilar Fogliati** (30 anni), ha esordito come regista, interprete e sceneggiatrice quest'anno in "Romantiche". Tra gli sceneggiatori segnaliamo: **Laura Colella** ("Fedeltà" per Netflix), **Alice Urciuolo** ("Skam Italia" per Netflix), **Sebastiano Melloni** ("Bang Bang Bay", Prime Video) e **Antonio Le Fosse** ("Non mi uccidere" per il cinema).

Produttori e Industria

Una menzione speciale ad **Andrea Iervolino** (35 anni), produttore, ha già al suo attivo oltre 25 film molti dei quali in Canada e Stati Uniti. È anche un influencer con 1.4 mln di follower. **Martina Veltroni** (35 anni), è stata Creative Producer alla Wildside ed Executive Producer alla Fremantle, sezione documentari realizzando "Speravo de Morì Prima" la serie su Francesco Totti. **Francesco e Federico Polimanti** (28 e 30 anni), hanno preso le redini della Lotus Production, la società di famiglia della Leone Film Group, realizzando film e serie di successo, ultima "A casa tutti bene" di Gabriele Muccino. Tra le figure determinanti all'interno dell'industria, segnaliamo: **Irene Macaione** (36 anni), social media manager di Universal Pictures Italia; **Martino Benvenuti**, General manager & Executive Producer di Think Cattleya; **Diana Valsania**, esercente del cinema Eden di Roma; **Giorgia Marchetti**, Direttore Marketing di Notorious Pictures; **Elena Basso**, ufficio stampa Words for you per Netflix; **Francesca Bianchini** Head of Business Affairs, Prime Video Italia; **Tommaso Maggi** lavora al fianco di Carlo Rodomonti nel Marketing di Rai Cinema; **Lorenzo Foglia** è direttore responsabile di Now. Tra le figure istituzionali chiudiamo con **Paolo Verdone** (36 anni), figlio di Carlo, è attualmente il Chairman Chief of Staff della SIAE. 📺

● Elena Basso 37 INDUSTRIA	● Martino Benvenuti 31 INDUSTRIA	● Ludovico Bessegato 39 REGISTA	● Francesca Bianchini 33 INDUSTRIA
● Blu Yoshimi 25 ATTRICE	● Massimiliano Caiazza 27 ATTORE	● Mirko Cannella 31 DOPPIATORE	● Federico Cesari 26 ATTORE
● Laura Colella 34 SCENEGGIATRICE	● Vincenzo Crea 24 ATTORE	● Margherita De Risi 25 DOPPIATRICE	● Fabio e Damiano D'Innocenzo 34 REGISTI
● Lorenzo Foglia 30 INDUSTRIA	● Pilar Fogliati 30 REGISTA	● Caterina Forza 23 ATTRICE	● Francesco Gheghi 20 ATTORE
● Andrea Iervolino 35 PRODUTTORE	● Sara Labidi 25 DOPPIATRICE	● Antonio Le Fosse 25 SCENEGGIATORE	● Irene Macaione 36 INDUSTRIA
● Tommaso Maggi 34 INDUSTRIA	● Leonardo Maltese 26 ATTORE	● Giorgia Marchetti 29 INDUSTRIA	● Elena Masarin 30 INDUSTRIA
● Emilia Mazzacurati 28 REGISTA	● Manuel Meli 28 DOPPIATORE	● Sebastiano Melloni 35 SCENEGGIATORE	● Saul Nanni 24 ATTORE
● Fotini Peluso 24 ATTORE	● Alex Polidori 27 DOPPIATORE	● Francesco e Federico Polimanti 30 PRODUTTORI	● Valentina Romani 26 ATTRICE
● Alessio Russo 32 REGISTA	● Orazio Rotolo Schifone 25 ATTORE	● Alice Urciuolo 28 SCENEGGIATRICE	● Diana Valsania 28 INDUSTRIA
● Martina Veltroni 35 PRODUTTRICE	● Paolo Verdone 36 ENTI/ISTITUZIONI	● Andrea Verticchio 23 ATTORE	● Vincenzo Vivenzio 30 ATTORE

● ATTRICI E ATTORI ● DOPPIATORI ● AUTORI, REGISTI E SCENEGGIATORI ● PRODUTTORI E INDUSTRIA ● ENTI E ISTITUZIONI



Il Teatro Antico di Taormina

perlopiù dall'entusiasmo locale. Anche i Nastri d'argento hanno frequentato assiduamente Taormina a partire dal 1984, aggiungendosi ai premi "di casa" dai nomi evocativi, come i Cariddi e le Maschere di Polifemo. Perché il legame col territorio e la sinergia col turismo sono sempre stati motore ultimo del festival: la cornice del Teatro antico in notturna, assediato dal pubblico e popolato dalle più grandi stelle del cinema italiano e americano, è la migliore immagine che la città potesse dare di sé durante la seconda metà del secolo scorso.

Si cercava l'icona e a partire dagli anni sessanta le icone arrivano, gettando un ponte glamour tra i pochi chilometri che separano le due città. All'epoca Taormina e Messina sono uno scrigno ricolmo di momenti più che un festival in sé. E forse la cosa ha ancora più valore oggi, attraverso la lente storica, che nello spettacolo mondano del momento. L'Italia del boom, la Hollywood sul Tevere e tutta l'epoca magica del cinema nostrano vivono in Sicilia non meno che a Venezia o a Roma. Nel 1969 uno spartiacque culturale, con la prima direzione di Gian Luigi Rondi, un nuovo concorso e una più sobria attenzione alle questioni sociali. Sono anni di mutamento anche nei nomi, che passano da Rassegna per la cooperazione cinematografica internazionale a Festival delle nazioni.

Forse l'incarnazione più particolare dell'evento è stata quella degli anni Novanta che, in controtendenza (ma in realtà tornando all'impulso della passione locale), affidava la direzione alla cinefilia radicale di Enrico Ghezzi: fu periodo di budget ridotti ma dalle selezioni d'alto livello, che puntavano ai nuovi talenti. Premiati tra gli altri

TAORMINA CAMBIA ANCORA, PER NON CAMBIARE MAI

Nella splendida cornice del Teatro Antico prenderà vita dal 23 giugno la 69a edizione del celebre Film Fest: tra le anteprime italiane "Indiana Jones" e "Jeanne du Barry" provenienti da Cannes

DI TOMMASO TOCCI

RIFLESSO MUTEVOLE DELL'INTERA industria italiana, Taormina e il suo festival hanno fatto del cambiamento continuo una cifra stilistica. A quasi settant'anni dagli inizi, questo evento perennemente irricognoscibile è ancora lì, a celebrare le profonde radici siciliane e la bellezza del territorio alle pendici dell'Etna.

Innamorato dei divi e del divismo, eppure piattaforma per il cinema indipendente. Lontano dai centri di potere ma al tempo stesso legato a doppio filo alle istituzioni e ai suoi premi. Nato a Messina, ma radicato - si poi nel panorama unico del Teatro Antico.

Il festival di Taormina ha navigato i decenni in modo rocambolesco, attraversando le epoche d'oro del cinema italiano e dovendo poi sopravvivere in anni più travagliati.

Era il 1955 quando si decise di dare il via alla manifestazione, dividendo il palcoscenico tra Messina e Taormina, e meno di due anni dopo arrivava già la partnership con i David di Donatello. Quello con i premi del cinema italiano è stato un sodalizio discontinuo ma importante, che ha dato prestigio istituzionale a una rassegna nata

Leigh, Loach, Kitano. Spesso testando i limiti di elasticità strutturale del festival, un po' per indole e un po' per necessità, Ghezzi ha lasciato poi alle mani di Felice Laudadio, che rimise in sesto l'appeal commerciale tornando ad accogliere star ed eventi, eliminando il concorso e integrando gli sponsor fin dal nome. Nel 2004, quando si festeggiava il cinquantenario, dichiarò che Taormina era seconda solo a Venezia per importanza, dando linfa alla dicotomia festival/festa; erano del resto gli anni in cui stava per nascere il festival di Roma, sotto la stella di quella medesima, eterna alternanza. Negli anni duemila l'evento si consolidò, spesso con donne al timone: Deborah Young, Tiziana Rocca, Silvia Bizio. La storia delle recenti edizioni è segnata ovviamente dalla pandemia; ma dopo uno slancio in pompa magna nel 2019 (ospiti Kidman, Greenaway, Bellocchio, Favino) le ultime annate post-Covid trovano un felice equilibrio grazie alla direzione del trio di critici Alò, De Luca, Pontiggia che riscopre il gusto di stanare film nuovi e di valore perfino in un circuito festivaliero così spietato. Cinema internazionale con qualcosa da dire, accompagnato ancora dalle serate-evento. Nel 2022 il culmine, con un Francis Ford Coppola mattatore sul palco a parlare della versione restaurata de Il padrino.

ITIK TOKER PIÙ INFLUENTI SBARCANO IN SICILIA

Una serata di gala, curata da Bella Thorne, con top talent e influencer mondiali al Taormina Film Fest per celebrare l'arte cinematografica attraverso nuovi corti in anteprima internazionale



UNA SERATA DI GALA, curata da Bella

Thorne, con top talent e influencer mondiali al Taormina Film Fest per celebrare l'arte cinematografica attraverso nuovi corti in anteprima internazionale. Il festival di Taormina si appresta per la prima volta ad ospitare le maggiori giovani celebrità del mondo dei social media al loro primo incontro con l'arte cinematografica sul palcoscenico del Teatro Antico. In una serata curata da Bella Thorne, il 27 giugno, si alterneranno infatti i nuovi cortometraggi diretti dalla stessa Thorne, Nina Dobrev, Khaby Lame, Jacqueline Fernandez e altri "special guest" che verranno annunciati nelle prossime settimane. Barrett Wissman, nominato dalla Fondazione Taormina Arte Sicilia co-direttore artistico e direttore esecutivo, è così riuscito, in poche settimane dalla sua chiamata, a coinvolgere i maggiori talenti e influencer mondiali, ognuno dei quali conta milioni di follower sulle differenti piattaforme social. L'obiettivo è quello di coinvolgere i giovani nel contesto del festival e far loro conoscere uno gioiello storico della cultura italiana, stimolandoli attraverso le

loro dirette forme di comunicazione. "Ritengo che questa sia un'incredibile opportunità per far dialogare due contesti culturali che appartengono a generazioni diverse – afferma Wissman – e ringrazio il direttore artistico Beatrice Venezi e la sovrintendente della Fondazione Taormina Arte Sicilia Ester Bonafede, per avermi stimolato a lanciare un progetto così grande nel contesto di un festival ed evento storico come il Taormina Film Fest. Sono altresì entusiasta di poter riconoscere il talento di Bella, Khaby, Nina e Jacqueline come registi". Thorne, rappresentata da CAA, Thirty Three Management e Jazo PR, presenterà in anteprima mondiale il suo cortometraggio di debutto PAINT HER RED, una sceneggiatura originale da lei scritta, diretta e interpretata. Il cortometraggio è prodotto da Sofie Warshafsky e Paige Starke, da Julian Wayser e vede la partecipazione dell'attrice Juliet Sterner. Tra le stelle social alla loro prima esperienza con i corti, Khaby Lame (235 milioni di follower su Tik Tok ed Instagram), Nina Dobrev (26 milioni di followers) che presenterà il suo "The One" e Jacqueline Fernandez (66 milioni di follower).



Johnny Depp
in "Jeanne du Barry"

Poteva essere la giusta sintesi dell'eterno dilemma? Forse sì, ma la natura del luogo impone l'ennesima rivoluzione.

Cosa aspettarsi dalla 69a edizione che andrà in scena il 23 giugno? Si punta sull'anteprima italiana dell'ultimo "Indiana Jones" direttamente da Cannes, in un pacchetto che include anche "Jeanne du Barry" e la sua star sempre più controversa Johnny Depp. Tra i nuovi titoli italiani, "Lo sposo indeciso" con Gianmarco Tognazzi, "Billie's Magic World" di Francesco Cinquemani e "I peggiori giorni" della coppia Massimiliano Bruno ed Edoardo Leo.



La scrittrice e drammaturga
Elfriede Jelinek

BOLOGNA TUTTO IL BIOGRAFILM IN STREAMING SU MYMOVIES ONE

È un festival innestato di vite, il Biografilm 2023 di Bologna, che torna per i consueti dieci giorni di giugno (dal 9 al 19) e che anche quest'anno avrà una costola in piattaforma **DI LUIGI COLUCCIO**

★ **GIUNTA ORAMAI ALLA 19ESIMA EDIZIONE**, la rassegna dedicata al cinema documentario e di finzione che parte sempre dal dato del reale è presente sulla piattaforma con una selezione di 22 titoli dal 10 al 22 giugno, con tutti i film disponibili in streaming per 72 ore. Si può, ad esempio, entrare subito nel cuore della contemporaneità che stiamo vivendo con "Iron Butterflies" di Roman Liubiyi, ricostruzione dell'abbattimento del volo 17 della Malaysia Airlines sopra i cieli del Donec'k ucraino il 17 luglio 2014; o, sempre restando sui momenti chiave che hanno portato all'attuale assetto geo-politico globale, c'è il dittico A" Symphony for a Common Man" di José Joffily e "Blix Not Bombs" di Greta Stocklassa, con le biografie, rispettivamente, di José Bustani e Hans

Blix, direttore dell'Organizzazione per la proibizione delle armi chimiche il primo e responsabile degli ispettori ONU sulle armi di distruzione di massa il secondo, entrambi travolti dalle pressioni statunitensi alla vigilia dell'invasione dell'Iraq del 2003. Vicende che a cascata si intrecciano con quelle delle migrazioni che oggi attraversano il globo, testimonianze dal proprio angolo di terra e di vita presenti in "All You See" di Niki Padidar e "Geology of Separation" di Yosr Gasmi e Mauro Mazzocchi, come anche i controcampi sul colonialismo di "Colette et Justin" di Alain Kassanda e lo sguardo su chi invece è tornato di "After the Bridge" di Davide Rizzo e Marzia Toscano. Il contemporaneo, poi, è quasi sempre una questione di identità, fissa o in divenire, raggiunta o inseguita, chiara o incompresa, qui ben articolata in titoli personali come "The Land You Belong" di Elena Rebeca Carini, "Une vie

comme une autre" di Faustine Cros e Chutzpah – Qualcosa sul pudore di Monica Stambrini; o riflessioni su intere comunità, ad esempio quella di Predappio in "The Mayor – Me, Mussolini And The Museum" di Piergiorgio Curzi. C'è, però, chi rimane fuori da tutto questo – o al contrario, chi ne sta proprio al centro. Sono le vite a lato, sussurrate, di "Is There Anybody Out There?" di Ella Glendining, "Vite non calcolate" di Ermanno Cavazzoni e Sergio Maifredi, "Electric Malady" di Marie Lidén; o quelle di fronte a tutti della scrittrice e drammaturga Elfriede Jelinek in "Elfriede Jelinek – Die Sprache von der Leine lassen" di Claudia Müller o dell'architetto Carlo Scarpa ne "Il padiglione sull'acqua" di Stefano Croci e Silvia Siberini. E poi ancora le ossessioni vibranti di "La ricerca" di Giuseppe Petruzzellis e "L'inganno" di Sebastiano Luca Insinga, le osservazioni psicogeografiche di "La bella addormentata" di Vanni Gandolfo, "Devoti tutti" di Bernadette Wegenstein e "Nota bene" di Jeroen Pool, la ricostruzione forse vera forse finzionale di "Dreaming Arizona" di Jon Bang Carlsen. Storie vicine e lontane, nel tempo come nello spazio, per una finestra sulle tante e diverse esistenze possibili di ogni essere umano come delle comunità che esso costruisce. ■

BENEVENTO POPOLARE E NAZIONALE

Dal 20 al 25 giugno la settima edizione della manifestazione che ha portato nel capoluogo sannita oltre 400 ospiti, 290 eventi e circa 410 mila spettatori

★ **DIFFUSO, RADICATO, MAINSTREAM.** Ma anche variegato, vivace, inclusivo. È il Festival Nazionale del cinema e della televisione di Benevento, per tutti BCT, giunto quest'anno alla settima edizione. Una manifestazione unica nel suo genere, che unisce il mondo del piccolo e del grande schermo, e che sinora ha portato nel capoluogo sannita oltre 400 ospiti, 290 eventi, circa 410 mila spettatori. Nato dalla creatività e intuizione di Antonio Frascadore (giornalista e autore, con un passato trascorso tra radio e televisione, da Mediaset a Sky) il BCT in 6 anni ha saputo imporsi come una delle realtà festivaliere più vivaci del panorama nazionale. Il segreto? Il lavoro di una squadra di professionisti appassionati e affiatati, un cartellone capace di accontentare tutti i gusti e i tipi di pubblico spaziando dal cinema d'autore alla tv commerciale, e una collocazione urbana diffusa, con eventi in contemporanea nei luoghi di maggior interesse della città (Piazza Roma, Piazza Santa Sofia, Piazza Federico Torre, Arco di Traiano). Toni Servillo, Carlo Verdone, Paola Cortellesi, Ligabue, Liam Cunningham, Pupi Avati ma anche Mara Venier, Simona Ventura, The Jackal, Frank Matano sono alcuni degli ospiti che hanno animato le scorse edizioni del BCT, che dal 20 al 25 giugno 2023 si prepara ad ospitare, tra gli altri, Marco Bellocchio, il cast di "Mare fuori", Micaela Ramazzotti che interpreta una sua pièce in memoria di Anna Magnani, Kim Rossi Stuart e il suo film "Brado", e il gran finale con lo spettacolo teatrale di Checco Zalone "Amore + Iva" (il programma completo è su www.festivalbeneventocinematv.it). "Il festival continua a crescere di anno in anno" afferma il Direttore Artistico Antonio Frascadore. "Credo che stiamo facendo un gran lavoro dal punto di vista culturale in un territorio non prettamente turistico. Anche quest'anno avremo oltre quaranta ospiti, un dato non scontato".

WeShort, il cinema corto futuro dell'intrattenimento

IN STREAMING SU MYMOVIES ONE

UNA PROGRAMMAZIONE RICCA E SORPRENDENTE, CON STORIE DA NON PERDERE E LE NOVITÀ AGGIORNATE DAL MONDO DEL CORTOMETRAGGIO **DI SILVIA BIZIO**

«Lo short cinema come futuro dell'intrattenimento» oggi più che mai risuona una riflessione chiave. Nell'epoca delle brevi pause, delle brevi attese, dei tanti spostamenti, con WeShort il cinema si fa tascabile, offrendo sempre il corto che dura giusto il tempo di cui hai bisogno.

«I cortometraggi - sostiene Alex LoPrieno, Founder e CEO di WeShort - non sono più da concepire come nicchia di mercato ma come vero intrattenimento mainstream. È un dato di fatto che molti maestri del cinema abbiano realizzato cortometraggi agli inizi della carriera e tanti continuano a produrne nonostante successi planetari. Per me il cinema breve è un ponte di comunicazione tra il grande pubblico, le star e i talenti emergenti, un linguaggio innovativo che ha il potenziale di portare più cinema nella vita di tutti». Ed è proprio questa la mission di WeShort che, periodicamente aggiornato con le ultime novità dal mondo del cinema corto, propone su MYmovies ONE cortometraggi eccezionali di ogni genere e durata.

Tra le ultime novità troviamo ad esempio "Total Freak", che in pochi minuti ci immerge in un amore estivo grottesco e poetico dal finale inaspettato; "Friday Night", che ci fa rivedere il dramma dell'attentato di Parigi al

Bataclan nel novembre del 2015 attraverso gli occhi di una madre in cerca di sua figlia; "Juliet", che ritrae a pieno il mondo utopico-digitale che stiamo creando; "Lonely Hearts Club" che crea uno spaccato umano e relazionale emozionante.

E se guardiamo a Cannes, che ha appena visto concludersi la sua 76esima edizione, possiamo trovare "The Baby" del regista Ali Asgari, protagonista in Un Certain Regard con il suo lungometraggio "Terrestrial Verses". Oppure "Decorado", l'ultimo cortometraggio del regista vincitore del premio Goya Alberto Vazquez. In selezione alla Quinzaine des Réalisateurs del Festival di Cannes 2016, una lunatica animazione in bianco e nero costruita sulla premessa: il mondo è un teatro meraviglioso, ma il casting è deplorabile. Ma l'atmosfera della croisette possiamo respirarla anche con "Patriot" e "Love Comes Later", entrambi in selezione al festival di Cannes nelle precedenti edizioni. Questi sono solo alcuni dei nuovi titoli già disponibili sulla sezione WeShort di MYmovies ONE, che vanno ad aggiungersi a una Library ricca di storie interessanti, d'autore, emozionanti e tutte da scoprire. È sempre il momento giusto per rinnovarsi del cinema, e bastano pochi minuti per farlo! ■

PESARO

Da Verdone a Fellini, il racconto del cinema

Intervista al direttore artistico Pedro Armocida: "Sarà un'edizione importante, con numerosi ospiti, anteprime e retrospettive" **DI GIOVANNI BOGANI**

★ **"QUESTA È UN'EDIZIONE IMPORTANTE.** Ci avviciniamo a Pesaro capitale italiana della cultura – lo sarà nel 2024. E al contempo, siamo in un'area geografica che è vicinissima alle zone straziate dalle recenti alluvioni. Abbiamo aderito alla campagna di raccolta fondi per la ricostruzione promossa dal Ministero, e nel nostro piccolo cercheremo di creare occasioni di incontro, di vita culturale, di spettacolo. Anche questo è un modo per ricominciare". Pedro Armocida – critico cinematografico, saggista e docente universitario – è da otto anni alla direzione della Mostra internazionale del Nuovo cinema di Pesaro. Ovvero il Pesaro film festival: una delle manifestazioni cinematografiche più longeve – è nata nel 1965 – e dall'identità più forte, dedicato

da sempre al cinema di ricerca, ai giovani autori, registi che sviluppano linguaggi nuovi. Chiediamo ad Armocida di raccontarci il presente del festival: che quest'anno si svolgerà dal 17 al 24 giugno, con una selezione di titoli disponibili anche in streaming su MYmovies ONE.

Pedro, come è cambiato il festival in questi ultimi anni?

"Abbiamo cercato, soprattutto, di immaginare pubblici diversi. Per questo motivo è nata, per esempio, una sezione 'Kids' dedicata al cinema per bambini di 6, 7, 8 anni con anteprime e attori. Abbiamo valorizzato le proiezioni in piazza, che sono la parte più 'pop' del programma. E poi abbiamo pensato ad alcuni ospiti capaci di attirare un grande pubblico".

Quali saranno gli ospiti più importanti di questa edizione?

"Tre grandi protagonisti del cinema italiano, conosciuti e amati anche al di fuori dei confini nazionali: Giuseppe Tornatore, Dante Ferretti e Carlo Verdone. Festeggeremo gli ottant'anni di Dante Ferretti, forse il più grande scenografo mondiale, tre volte premio Oscar – per "The Aviator", "Sweeney Todd" e "Hugo Cabret" – con una grande serata in piazza giovedì 22 giugno, nella quale Ferretti ci parlerà del suo modo di immaginare e realizzare gli ambienti più fantasiosi".

Proseguirete con Carlo Verdone, venerdì 23 giugno...

"Esattamente. Verdone verrà in piazza con sotto braccio, per così dire, la copia di 'Borotalco', lo splendido film in cui, nel 1982, per la prima volta abbandonava i 'personaggi' per costruire una storia con un suo respiro, una commedia delicata e tenera che portò a Verdone il David di Donatello per il miglior film, e a lui come miglior attore protagonista".

Gran finale con Giuseppe Tornatore.

"In effetti, abbiamo costruito un omaggio a uno dei registi più significativi del nostro cinema con una retrospettiva realizzata in collaborazione con il Centro sperimentale di cinematografia / Cineteca nazionale, un libro dedicato a lui e la proiezione, sabato 24, della copia restaurata di 'Nuovo cinema Paradiso'. Giuseppe Tornatore sarà in piazza, e racconterà la genesi e le vicende di questo film, che all'inizio non ebbe vita facile, finendo con l'essere ritirato presto dalle sale. Poi, dopo qualche taglio, ebbe una seconda vita, arrivando all'Oscar



Pedro Armocida
direttore artistico
del Pesaro
Film Festival



Carlo Verdone
ospite del Pesaro
Film Festival

come miglior film straniero. E quell'omaggio commosso al cinema di un tempo è rimasto, da allora, per sempre con noi, con la coscienza collettiva".

Mi sembra che tutto quello che ha costruito vada in una direzione di apertura verso il pubblico, anche quello meno specializzato.

"Sì: e in questo senso abbiamo inaugurato le proiezioni in spiaggia, con la sezione 'La vela incantata', dove lo schermo è montato proprio sulla spiaggia. Saranno proiezioni esclusivamente in pellicola: volevo risentire il rumore della macchina da proiezione, l'atmosfera di quando andavamo al cinema anni fa. Proietteremo tutti film del 1973, cioè di cinquant'anni fa, da 'Amarcord' di Fellini a 'Lucky Luciano' di Francesco Rosi. Tutti gli appuntamenti – questi sulla spiaggia, quelli in piazza, le proiezioni nelle sale – saranno rigorosamente a ingresso gratuito".

Pesaro è città di musica, città rossiniana. C'è spazio anche per questo aspetto nel programma?

"Ci sarà un concerto in piazza, nel giorno della Festa mondiale della musica, il 21 giugno, a cura degli allievi del Conservatorio di musica Gioacchino Rossini".

Questa la parte più "pop". Ma c'è anche un concorso internazionale legato ai nuovi linguaggi del cinema...

"Esattamente. Si lavora, come sempre, sul 'nuovo cinema'. Non ci sarà il red carpet, il festival di Pesaro nasce, in qualche modo, come negazione del glamour. Ma ci saranno molti momenti di discussione, e tutti i film internazionali saranno accompagnati dal 'q&a', ovvero dal dibattito in sala".

Un festival sperimentale e popolare.

"E anche anime molto 'aperte'. Il nostro concorso internazionale è un caso quasi unico al mondo, perché è aperto a tutti i formati e a tutti i registi, senza barriere di genere o di durata del film, di età dei registi. Ci saranno tre giurie, una composta da studenti, una con personalità di rilievo internazionale del mondo del cinema e una composta da critici del Sindacato critici italiani".

L'apertura sarà con un altro film dal clamoroso effetto nostalgia.

"Inizieremo con 'Flashdance', cult degli anni 80, a quarant'anni dal suo debutto nelle sale. All'epoca, il film fu premiato con l'Oscar per la migliore canzone, 'What a Feeling', composta da Giorgio Moroder e Keith Forsey".

UN FESTIVAL SEMPRE PIU' POP

DI GIOVANNI BOGANI

Un tempo, quando ero ragazzo io, il nome "Pesaro" evocava oscuri registi sovietici, film di animazione cecoslovacchi: una finestra sull'Est del mondo del cinema, preziosissimo ma anche, spesso, grigio e cupo. O retrospettive meravigliose e necessarie, come quella dedicata al regista indiano Satyajit Ray, celebre in Francia ma mai diventato "pop" qui da noi. Insomma, Pesaro era il nome di un festival serio, coraggioso ma anche un po' austero, un po' distante dal pubblico.

Adesso Pesaro è anche pop. Con le proiezioni in piazza, con ospiti come Carlo Verdone, che può stare a raccontare aneddoti sul cinema e tenerti lì per due ore, affascinato come un bambino a cui racconti una favola. È pop con l'apertura con "Flashdance", cultmovie degli anni '80. È pop con le proiezioni in spiaggia, dove lo sciabordio del mare si fonde con il rumore del proiettore, perché saranno proiezioni in pellicola, come una volta.

È pop con la celebrazione in piazza, nel gran finale, di "Nuovo cinema Paradiso", uno dei film che meglio hanno celebrato la fascinazione e l'amore per il cinema, e anche la semplicità, il cuore, gli entusiasmi dell'Italia di una volta. Ma insieme alla grande proiezione, alla festa, c'è la ricerca, il rigore, lo studio anche accademico. La copia è restaurata a cura del Centro sperimentale di cinematografia. E Giuseppe Tornatore e il suo cinema saranno esplorati a fondo, con una retrospettiva e con un volume, dal titolo "Giuseppe Tornatore. Il cinema e i film", pubblicato da Marsilio, e curato da Pedro Armocida ed Emiliano Morreale. 

CAGLIARI

Filming Italy Sardegna al Forte con Dawson

Giunge alla 6a edizione la kermesse ideata e diretta da Tiziana Rocca con presidente onorario Richard Gere. Tra gli eventi il centenario della Warner Bros. e tanti ospiti italiani e internazionali **DI CRISTINA ORAZI**

È STATA PRESENTATA A CANNES NEI GIORNI SCORSI LA 6A EDIZIONE DI FILMING ITALY SARDEGNA FESTIVAL ideato e diretto da Tiziana Rocca, che si terrà dal 22 al 25 giugno al Forte Village di Cagliari. L'ambasciatrice del Festival sarà la star americana Rosario Dawson. Tra le attrici più apprezzate di Hollywood e interprete di serie e film di successo che hanno segnato la storia del box-office internazionale, la Dawson sarà la protagonista di "Ahsoka", la serie che debutterà ad agosto su Disney+, basata su uno dei personaggi più amati del franchise di Star Wars. Il Presidente



Rosario Dawson



Tiziana Rocca

onorario di questa edizione sarà uno degli attori più iconici e rappresentativi della cinematografia internazionale, Richard Gere. La madrina sarà invece Francesca Chillemi, attrice dal talento straordinario e interprete di film di grandissimo successo. Saranno presenti anche le attrici francesi Emmanuelle Béart e Clotilde Courau; i due protagonisti Gabriele Lavia e Lodo Guenzi presenteranno l'ultimo film di Pupi Avati, "La quattordicesima domenica del tempo ordinario"; l'atleta iraniana Nasim Eshqi riceverà il Filming Italy Sardegna Woman Power Award. A sostegno dell'apertura estiva e del Cinema Revolution, saranno numerosissimi i film proiettati in anteprima – con più di 50 titoli nel corso della manifestazione: in preapertura, "Un matrimonio mostruoso" di Volfgang De Biasi, sequel del film di

grandissimo successo del 2021, "Una famiglia mostruosa". Per l'occasione, la madrina del festival e il cast saluteranno il pubblico dei Notorious Cinemas di Cagliari. Ad aprire il festival, la sera del 21 giugno, anche la nuova commedia con Jennifer Lawrence, "Fidanzata in affitto", prodotta da Sony Pictures e distribuita da Eagle Pictures.

"Un traguardo molto importante per un festival che, soprattutto negli ultimi anni, è diventato un punto di riferimento per la promozione dei prodotti audiovisivi e per tantissimi giovani studenti che si sono avvicinati pieni di speranze e curiosità al mondo della settima arte", racconta Tiziana Rocca. "Ci siamo anche ritrovati a ricoprire il ruolo di apripista della stagione estiva cinematografica, riuscendo a fidelizzare tanti importantissimi talent, internazionali e italiani, che dopo sei anni considerano questo festival un caposaldo del settore. Numerosissimi saranno i titoli, più di 50 ancora in via di definizione, che presenteremo tra film, documentari e serie televisive, internazionali e italiani, molti dei quali in anteprima assoluta". In occasione del centesimo anniversario di Warner Bros., il Filming Italy Sardegna Festival proietterà alcuni dei più grandi successi cinematografici dello Studio, per dar modo a tutte le generazioni di appassionati di vivere questi incredibili capolavori attraverso la magia del grande schermo. Il film di chiusura del festival sarà infatti "The Flash", diretto da Andy Muschietti e interpretato da Ezra Miller, che torna nei panni di Barry Allen nel primo stand alone cinematografico del Supereroe DC. **■**

SORRENTO

Il racconto del Mediterraneo

Corti, documentari e formati innovativi per il nuovo contest firmato dal Premio Penisola Sorrentina in collaborazione con Rai Cinema. In giuria Carlo Rodomonti, Pier Paolo Mocchi, Raffaella Salamina, Adele Magnelli e Alberto Nigro **DI CRISTINA ORAZI**

★ **IL PREMIO "PENISOLA SORRENTINA"** lancia un nuovo progetto dedicato a Mezzogiorno e Mediterraneo nel cinema e nell'audiovisivo per celebrare il centenario della nascita di Rocco Scotellaro: poeta del Sud, intimo amico di Carlo Levi ed autore di soggetti vicini al Neorealismo, come "Sulla strada di Carbonara" e "I fuochi di San Pancrazio". "Mediterranean South Filming – Racconti di mare" è il titolo di un concorso internazionale dedicato a giovani registi e produttori di short film, documentari, prodotti di animazione e

formati innovativi attraverso l'uso dei social e delle nuove tecnologie. Sarà possibile consultare il bando e partecipare gratuitamente, fino al 21 luglio, attraverso la piattaforma Film Freeway: filmfreeway.com/raccontidimare. L'iniziativa è organizzata in partenariato con il Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università della Campania "Luigi Vanvitelli", diretto dal professor Francesco Eriberto D'Ippolito, e con la media partnership di Rai Cinema. "Questo speciale progetto – spiega il direttore generale del Premio Penisola Sorrentina Mario Esposito – risponde alla tendenza in forte crescita di inquadrare il Sud Italia in un contesto di sinergia e di confronto con i Paesi del Mediterraneo lungo quattro domini

disciplinari di analisi: sociologico, economico, geopolitico, creativo. L'evento, per la sua natura tematica, dopo la prima edizione del 2023 sarà destinato a svilupparsi in un vero e proprio festival, che guarderà all'intera regione e ad altri territori del Sud". I lavori che parteciperanno al concorso, dovranno evidenziare l'importanza di settori strategici tra cui, ad esempio: l'economia del mare, il paesaggio, il dialogo tra le civiltà, gli equilibri geopolitici del Sud e del Mediterraneo allargato, i corridoi energetici, le sedimentazioni culturali, la sostenibilità, il cibo e l'enogastronomia, le identità del futuro.

La cerimonia di premiazione si svolgerà, nel prossimo autunno, a Caserta presso la sede istituzionale dell'Ateneo, dedicato alla figura del celebre genio architetto di cui ricorrono quest'anno i 250 anni dalla morte.

La Direzione artistica si avvarrà del giudizio preselettivo di una commissione di esperti (di cui faranno parte, tra gli altri, Carlo Rodomonti, Pier Paolo Mocchi, Adele Magnelli, Raffaella Salamina e Alberto Nigro), mentre agli studenti dell'Università della Campania toccherà, dalla rosa dei selezionati, scegliere i vincitori dei montepremi in denaro e della distribuzione gratuita dei corti sul portale: www.raicinemachannel.it

Una scena de "L'amica geniale" uno dei numerosi set in Campania promossi dalla Film Commission



Il Premio Flaiano compie 50 anni

Una delle più importanti istituzioni culturali del nostro Paese festeggia mezzo secolo di attività. La presidente Carla Tiboni: "Un'edizione speciale con 50 eventi" **DI MARTINA RIVA**

★ **"SOGNATORE È UN UOMO CON I PIEDI** fortemente appoggiati sulle nuvole". Un aforisma senza tempo di Ennio Flaiano, che ben condensa anche lo spirito con il quale opera da 50 anni l'appassionato gruppo di lavoro dei Premi Internazionali che portano il suo nome. Di certo ci vogliono visione, ispirazione, un po' di sogno uniti a concretezza, determinazione e tanto lavoro per costruire un progetto di valorizzazione e studio dell'opera del grande intellettuale pescarese quale quello portato avanti dalla presidente Carla Tiboni e dal suo team. 50 anni di un evento nato nel 1973, a pochi mesi dalla morte di Flaiano, grazie a Edoardo Tiboni, critico letterario, giornalista, intellettuale illuminato amico di Flaiano al fine di preservare e trasmettere il suo importante operato. 50 anni in cui i Premi sono cresciuti affer-

mandosi a livello internazionale, riconoscendo di edizione in edizione il merito dei più talentuosi esponenti del mondo del cinema, del teatro, della televisione, del giornalismo ma anche della narrativa (dal 1976) e dell'italianistica (dal 2002). Attesissimi gli appuntamenti di quest'anno, con la prima edizione dei Premi per la poesia il 23 giugno, i Premi per narrativa e italianistica il 25 giugno, e il gran finale del 2 luglio con i Premi per teatro, cinema, televisione e giornalismo. "Per questo anno così importante abbiamo organizzato una sorta di festa iniziata a marzo, con "50 eventi per i 50 anni dei Premi": presentazioni di libri, convegni, concerti a tema ci condurranno alla serata del 2 luglio. Per la prima volta abbiamo fatto anche un Festival di fotografia e giornalismo che ha avuto un grande successo e tante



INTERVISTA

"Un onore guidare il Film Festival che porta il nome di un genio della cultura"

Parla Riccardo Milani, direttore artistico del Flaiano Film Festival **DI MARTINA RIVA**

Sesto anno di direzione artistica del Flaiano Film Festival, un sodalizio con Pescara e con i Premi Internazionali che continua. Cosa rappresenta per lei questo progetto?

Uno stimolo fondamentale per accettare l'incarico è stato il nome di Flaiano, un autore, uno scrittore, un umorista, una persona che ha segnato il mondo della cultura del nostro paese e lo ha fatto con l'arma dell'ironia. Una spinta istintiva mi ha portato non solo a dire sì ma ad esserne entusiasta, e mi fa felice il fatto di aver allargato i numeri degli spettatori che seguono il festival.



Carla Tiboni
presidente
del Premio Flaiano



Martina Riva e Stefano Accorsi lo scorso anno sul palco del Premio Flaiano
Sotto Riccardo Milani, direttore artistico



presenze illustri. Questa sarà un'edizione con un denominatore comune: la storia e la memoria, sarà una festa non solo di coloro che riceveranno il Pegaso d'oro ma anche dell'evento in sé. Tra i premiati vi posso già annunciare Carlo Verdone ed Edith Bruck (premi speciali per la narrativa), poi Fiorello e grandi ospiti internazionali.

Edoardo Tiboni è stato presidente sino al 2017, poi l'incarico è passato a lei. I Premi Flaiano sono un evento che porta Pescara nel mondo e il mondo a Pescara. Cultura e turismo, dunque.

Ormai questo binomio deve essere individuato da tutte le amministrazioni, anche per ciò che concerne lo svolgimento degli eventi nelle varie città. Il Flaiano contribuisce perchè richiama persone dalle regioni limitrofe, oltre a fare cultura è anche un importante driver economico.

Lei era molto piccola quando morì Flaiano. Ha qualche ricordo di lui, attraverso le parole di suo padre?

Ricordo che le telefonate tra Flaiano e mio padre erano lunghissime: la loro era un'amicizia fondata anche su uno scambio intellettuale. Mio padre diceva sempre che era un uomo di una cultura e di una intelligenza straordinarie, aveva un carattere molto schivo, e questo lo penalizzava in una Roma che era un po' cannibale all'epoca tra le varie persone che si occupavano di cultura. Credo sia stato un figlio del suo tempo, un ragazzo di provincia che a modo suo è andato a Roma e l'ha conquistata.

Qual è il suo orgoglio più grande nell'essere il Presidente dei premi e dell'Associazione Ennio Flaiano?

Portare avanti il lavoro di mio padre: è stato lungimirante, ha avuto un grande intuito, e sono contenta di dividere questo progetto culturale così importante perchè il premio ormai è un contenitore di eventi. E poi oggi Ennio Flaiano è conosciuto, letto e studiato nelle università, la sua notorietà si è attestata tra i grandi intellettuali del 900. 📖



Come sarà l'edizione di quest'anno?

Quest'anno è la cinquantesima edizione dei Premi: questo fa sì che ci sia un'attenzione dovuta ai film ai quali Flaiano ha lavorato. In cartellone avremo dunque film scritti da lui e un'apertura al pubblico largo con la proiezione dei film italiani di maggiore successo di questa stagione. Sono convinto da sempre che il cinema italiano sia vivo, potente, abbia elementi di racconto tali da poter coinvolgere gli spettatori. Raccontare le nostre storie come regista, e vederle raccontate da spettatore può far bene, sia al cinema italiano sia al paese. Cosa rappresenta Ennio Flaiano per lei e qual è stato il più grande contributo che ha dato al cinema italiano e non solo?

Ennio Flaiano è un grandissimo esponente della nostra cultura, mi colpisce sempre il racconto che fa, come nessun altro, della provincia italiana: il fatto di conoscerla così bene, di saperla osservare con uno sguardo ironico, malinconico, affettuoso sono elementi che lo rendono insuperabile. E poi la sua capacità di metterne in luce anche gli aspetti peggiori, i drammi, raccontandoli però con affetto e ironia. A me ha insegnato anche un certo senso di appartenenza: sento di appartenere a questo paese anche grazie ad autori come Flaiano

In che modo festival come questo possono aiutare il cinema italiano?

Penso che i festival debbano essere aperti a un pubblico largo, non di soli esperti. Con questo spirito faccio il mio mestiere e anche il direttore artistico del Flaiano Film Festival. Secondo me i festival fanno un brutto lavoro quando si chiudono in se stessi, appagando il mondo del cinema e degli addetti ai lavori senza aprirsi agli spettatori, che per me continuano ad essere l'unico obiettivo del mio mestiere. 🎬



al cinema

Viv
il
a

Giornate
di Cinema

GIORNATE
DI CINEMA
ENERGY

GIORNATE
DI CINEMA
ENERGY

GIORNATE
DI CINEMA
ENERGY

44ª EDIZIONE
GIORNATE DI CINEMA
PROFESSORALI DI CINEMA
ENERGY

SPECIALE

CINÉ IL FUTURO È OGGI

Dal 4 al 7 luglio l'industria del cinema torna a Riccione per le Giornate professionali di cinema, promosse da Anica. Ecco cosa succederà

di **GIULIA BIANCONI**



UNA VETRINA DI QUATTRO giorni per scoprire tutti i film che arriveranno nelle sale dall'estate in poi. Ma anche un momento di incontro e di mercato dell'industria cinematografica rivolta ai professionisti del settore. Dal 4 al 7 luglio torna al Palazzo dei Congressi di Riccione, **Ciné**, le giornate estive di cinema promosse da Anica in collaborazione con Aneq, sostenute dal Mic, dalla Regione Emilia-Romagna e dalla Emilia-Romagna Film Commission, prodotte e organizzate da Cineventi.

LE PRIME ANTICIPAZIONI della dodicesima edizione della manifestazione sono state annunciate all'Italian Pavilion nel corso dell'ultimo Festival di Cannes dal General Manager Ciné, Remigio Trucchio, affiancato da molti ospiti. "Sarà l'edizione del sorriso, ora che non dobbiamo più indossare le mascherine - ha detto Luigi Lonigro, presidente Unione Editori e Distributori Cinematografici Anica - Questo è un momento di moderata serenità. I numeri iniziano a dare segnali positivi grazie a una serie di titoli che stanno andando bene, da "Super Mario Bros." a "Il sol dell'avvenire" di Moretti. Il mercato è vivo e il pubblico variegato e differenziato. Ci stiamo muovendo in modo importante anche in confronto ai Paesi europei". Se l'estate è sempre stata uno dei problemi per le sale italiane, quest'anno non lo sarà più. "Il ministero ci ha dato una mano nella creazione di importanti progetti. Abbiamo avuto a disposizione un fondo tale da poter mettere in campo il piano di comunicazione più importante per il cinema d'estate in sala. Con Cinema Revolution dal 16 giugno al 16 settembre il pubblico

pagherà solo 3,50 euro, il resto lo metterà il ministero, per vedere i film italiani e i titoli europei. Confidiamo anche nella buona riuscita delle due Cinema in Festa di giugno e settembre". Francesco Rutelli, presidente Anica, ha aggiunto: "Non c'è nulla di così popolare come il cinema in sala, anche se questo è un momento difficile per quel che riguarda la partecipazione delle persone. Noi stiamo lavorando per far tornare sempre più gente nelle sale". Bruno

IL PROGRAMMA

Da Giffoni a Fortune Italia, numerose partnership

Sarà coinvolta anche la città di Riccione con proiezioni in piazza ed eventi. Decine le aziende coinvolte legate al settore theatrical e al suo indotto



LA XII EDIZIONE DI CINÉ vede anche il ritorno di CinéCamp - Giffoni va a Riccione, la sezione di cinema dedicata ai ragazzi e alle ragazze da tutta Italia, in collaborazione con il Giffoni Film Festival. Dopo i tre anni di stop a causa dell'emergenza covid, il programma riparte con un'intesa e un gemellaggio ancora più solido con il festival per i giovani più grande e famoso al mondo. Grazie a Ciné, il miglior cinema da Giffoni sarà presente a Riccione per quattro giorni, dal 4 al 7 luglio, in cui saranno previste numerose attività, laboratori e incontri guidati dagli esperti facilitatori di Giffoni. Al centro di tutto, una novità che accomuna il senso di accoglienza della città di Riccione e dei giurati di Giffoni: l'ospitalità. Per la prima volta, le famiglie del territorio apriranno le porte delle loro case "adottando" ragazzi e ragazze di altre regioni d'Italia, proprio come accade durante il festival campano. Un valore universalmente riconosciuto ai riccionesi e unicità alla base dell'esperienza di Giffoni. La nuova collaborazione con Ottoemezzo Movie Factory, agenzia creativa per il cinema e la tv e Partner Tecnico di Ciné 2023, vedrà anche il coinvolgimento della Scuola di Arti Visive dello IED Istituto Europeo di Design di Roma. Un gruppo di studenti e studentesse dei corsi in Video Design and Filmmaking e di





Un momento della convention Disney dello scorso anno. Sotto la presentazione a Cannes di Ciné 2023

Zambardino, della direzione Cinema del Mic, ha parlato di “un forte sostegno alla filiera e 50 milioni di euro stanziati anche per coinvolgere 700mila studenti, soprattutto alunni di scuole primarie, che sono entrati al cinema per vedere per la prima volta un film sul grande schermo”. “Oggi

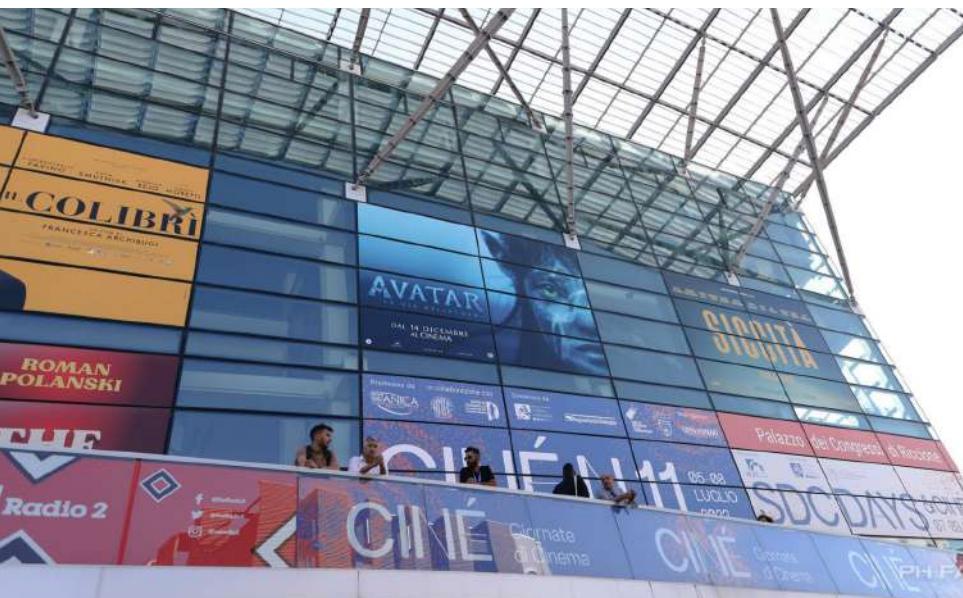
Sound Design saranno presenti a Ciné in qualità di redazione editoriale per la produzione di contenuti video e interviste esclusive durante i giorni della manifestazione, grazie anche a un set allestito per l'occasione al Palazzo dei Congressi. Rinnovate anche le collaborazioni con i media partner Box Office, Best Movie, Coming Soon, Hot Corn, ScreenWeek, Movieplayer.it e, da quest'anno, Fortune Italia con i suoi magazine Fortune Italia e Fortune Italia Entertainment distribuiti a tutti i partecipanti. Come sempre

a Ciné si parlerà anche di nuove tecnologie con Cinemeccanica – per l'undicesimo anno Technical Partner di Ciné – sia in sala che nell'ambito del Trade Show, consolidato appuntamento cui parteciperanno numerose aziende per presentare le nuove offerte dell'industria cinematografica. Il Trade Show riunisce le aziende leader a livello nazionale ed internazionale, i brand e le soluzioni più innovative, nell'ottica di garantire un'offerta espositiva sempre più completa e in linea alle esigenze di mercato del settore. ■

andare al cinema è un'esperienza sociale, di aggregazione e di mercato. L'industria americana fa da traino, ma l'attenzione è fondamentale anche sul nostro cinema d'autore.

Guardiamo al futuro con positività, troveremo la forza di ripartire di fronte anche a momenti di difficoltà”, ha concluso Mario Lorini, presidente dell'Anec.

Cuore pulsante di Ciné saranno, come sempre, le convention. Diciannove quelle in programma. A dare il via alle Giornate martedì 4 luglio sarà l'appuntamento pomeridiano di Universal Pictures. 01 Distribution aprirà la giornata del 5, seguita dalle presentazioni di Eagle Pictures, Adler, Medusa Film e Notorious Pictures. Il 6 luglio sarà la volta di Vision Distribution, seguita da The Walt Disney Company, Plaion, Lucky Red e Bim Distribuzione. A chiudere Ciné venerdì 7 saranno I Wonder Pictures e Warner Bros. Discovery. Non mancheranno i listini di Europictures, Vertice 360, Magnitudo, Minerva Pictures e Wanted Cinema. Previste anche le anteprime di “Uomini da marciapiede”, commedia con Paolo Ruffini, Herbert Ballerina, Clementino, Cristina Marino e Francesco Albanese, distribuita da Minerva Pictures, e “Umami”, commedia di Slony Sow, con Gérard Depardieu, distribuita da Wanted. Ma Ciné è anche approfondimenti e incontri professionali, come Rough cut and more organizzato dall'Emilia-Romagna Film Commission. “È un'iniziativa pensata per ampliare la platea di autori e linguaggi, dando spazio ai progetti in divenire”, ha spiegato il responsabile Fabio Abagnato. Quest'anno ci sarà il ritorno di CinéCamp, rivolto ai ragazzi dai 10 ai 17 anni, grazie al gemellaggio con il Giffoni Film Festival. Ma la manifestazione non può dimenticare le famiglie e i Comuni dell'Emilia-Romagna colpiti dal maltempo. Su iniziativa di Mic e Cinécittà, sarà devoluto 1 euro per ogni accredito venduto. ■



PRIMA PARTE

L'alba della ripartenza per vincere la sfida

Abbiamo chiesto ai principali distributori cinematografici italiani, un bilancio sugli assetti assunti dal mercato nazionale ed estero all'indomani della cosiddetta "ripartenza" del periodo post-pandemico. Sul prossimo numero ogni società presenterà il proprio listino di film

di RAFFAELLA SALAMINA

FORTUNE ITALIA ENTERTAINMENT ha chiesto ai top manager dell'industria del cinema di riflettere sulle potenziali criticità connesse alla distribuzione del prodotto cinematografico e gli obiettivi futuri. La volontà, da parte di chi ha il compito di portare il cinema in sala, è quella di mettere in campo nuovi modelli competitivi dinamici che riequilibrino il meccanismo di incontro tra domanda e offerta, verso la produzione di contenuti di maggiore qualità e orientati al mercato, promuovendo iniziative che incoraggino sempre più il ritorno del pubblico in sala, come ad esempio Cinema Revolution farà per tutta l'estate. In Italia il tanto atteso "anno della svolta" sembra essere finalmente arrivato, con un'offerta che mira a vincere la sfida.

EAGLE PICTURES



ROBERTO PROIA
Executive Director
Of Theatrical
Distribution And
Productions

Per la nostra società è andata molto bene, abbiamo avuto titoli molto attesi e per questo abbiamo sofferto meno il lento ritorno alla normalità. È pur vero che L'Italia è stato uno degli ultimi paesi a dimostrare che il cinema in sala non solo non è morto ma è capace di raggiungere vette inaspettate. Per questo abbiamo la necessità di insistere posizionando in maniera intelligente il prodotto e l'estate 2023 sarà il momento



Robert De Niro e Leonardo DiCaprio in una scena di "Killers of the Flower Moon" di Martin Scorsese (O1 Distribution, dal 19 ottobre al cinema)

adatto per consolidare il ritorno in grande stile del cinema in sala. Il consumatore finale è meravigliosamente enigmatico. Abbiamo sulle nostre scrivanie statistiche e grafici che dovrebbero orientarci su quali proposte il pubblico vorrebbe e poi, un piccolo film come "Stranizza D'Amuri" senza cast, opera prima e un tema non esattamente mainstream, riesce a superare il milione di euro grazie al passaparola. Oppure, in piena pandemia, quando si diceva che il pubblico degli anziani era quello più intorito a tornare nelle sale "The Father" ha registrato il pieno di incassi. I casi così, sono sempre esistiti e sono la spinta a cercare di interpretare sempre meglio una platea che, a mio avviso, chiede soprattutto qualità dell'intrattenimento.

EUROPICTURES



LUCY DE CRESCENZO
Ceo e Fondatore

Le certezze di un tempo sono svanite e trovare nuove strade è rischioso quanto complicato. Dal canto nostro, durante la pandemia, abbiamo diversificato le nostre competenze: siamo diventati esercenti acquisendo le quote di Circuito Cinema e siamo diventati anche produttori. Ovviamente restiamo molto concentrati sulla distribuzione dove la nostra offerta è quella di sempre: titoli di qualità fatti per il cinema. Nonostante la crisi delle sale, il cinema resta un punto di riferimento importante per il pubblico. La gente è stanca di assumere passivamente contenuti



che guarda distrattamente dalla tv o dal pc e cerca nella sala un'esperienza più coinvolgente, più interattiva. Quel che è certo è che gli spettatori sono diventati più selettivi, hanno capito la differenza tra un film "da piattaforma" e un film per la "sala" preferendo il secondo, ma solo se ne vale realmente la pena.

I WONDER PICTURES



ANDREA ROMEO
Ceo e Fondatore

Il 2023 è stato l'anno che ha posizionato I Wonder Pictures tra i primi 8 player del mercato cinematografico italiano. L'anno del trionfo agli Oscar di "Everything Everywhere All at Once" (2.6M di incasso, il quarto

in Europa) e di "The Whale" di Aronofsky (3.5M, primo in Europa). Due incassi che insieme a quello di "Beau ha paura" – miglior risultato mondo per quota di mercato – consolidano la relazione con A24, di cui distribuiremo presto anche "Dream Scenario" con Nicolas Cage e "The Zone of Interest" di Jonathan Glazer. Sono traguardi importanti, che dipendono da tanti fattori: l'attenzione degli esercenti e delle agenzie, l'instancabilità della struttura commerciale, la capacità di innovare dell'ufficio marketing. I giovani sono senza dubbio tra i nuovi destinatari della qualità I Wonder Pictures. Si lasciano sorprendere e coniugano le varie possibilità di fruizione: sono esigenti, ma spesso scelgono la sala, non solo per instant cult come "EEAAO" e "Beau" ma anche per film d'essai come "Ritorno a Seoul" e "Tutta la bellezza e il dolore".

LUCE CINECITTÀ



ENRICO BUFALINI
Direttore Cinema,
Documentaristica,
Archivio

Il post pandemia è caratterizzato da una generale ripresa del mercato cinematografico, che ha però privilegiato soprattutto il prodotto statunitense rispetto a quello nazionale ed europeo. Per ciò che riguarda la nostra società, che opera nella distribuzione di documentari e di opere prime e seconde, ci sono stati confortanti segni di ripresa rispetto al periodo ante pandemia, con un'ottima risposta dal pubblico

di riferimento. La maggiore sorpresa è stata il sostanziale recupero del pubblico dei cinema di qualità e del documentario, un vero e proprio "zoccolo duro" rimasto fedele per sua natura nel frequentare la sala cinematografica, luogo di confronto e di dibattito per il tipo di offerta culturale e sociale, costruita attorno a questi generi di narrazione. Se però, il pubblico "di qualità" si conferma per presenza e frequentazione delle sale, il pubblico più giovane e legato a film di intrattenimento, vive un momento di flessione. Qui si richiama il fondamentale ruolo che dovranno avere le istituzioni, nel lavoro di alfabetizzazione cinematografica delle nuove generazioni.

Tom Cruise nel nuovo
"Mission: Impossible" (Eagle
Pictures, dal 12 luglio
al cinema)



LUCKY RED



GABRIELE D'ANDREA
Direttore Marketing
e Distribuzione
Theatrical

C'è una forte ripresa a livello globale. L'Italia ha sofferto inizialmente a causa di messaggi contraddittori sui protocolli da seguire, ma a partire da agosto 2022 abbiamo visto una tendenza di crescita considerevole che ha coinvolto anche quel prodotto nazionale che aveva particolarmente sofferto in fase pandemica. Nel 2023 siamo il Paese europeo che cresce di più rispetto al 2022, con un incremento di più del 60% nel periodo gennaio - mag-

gio. La Spagna, per fare un esempio, non arriva al 30%, la Germania è tornata ai livelli pre covid ma anche loro hanno indici di crescita rispetto al 2022 inferiori ai nostri. Chiaramente i nostri numeri di partenza erano più bassi ma maggio è il primo mese da inizio pandemia che fa registrare un segno positivo nel confronto col triennio pre-Covid, sono segnali incoraggianti. Questa crescita è evidente soprattutto nei multiplex, permane una criticità sul prodotto d'autore ma penso sia solo una questione di tempo, nulla di strutturale. Per quanto riguarda Lucky Red, abbiamo avuto un secondo semestre 2022 e inizio del 2023 molto buoni con "Crimes Of The Future", "Watcher", "Anna Frank", "Astolfo", "Il Principe di Roma", "Forever Young" e poi "Close", "The Plane" e "Decision To Leave", mentre nell'ultima periodo abbiamo sofferto una carenza di titol-

li: purtroppo la disponibilità dei film stranieri è legata a tanti fattori esogeni alle nostre esigenze e possono comportare spostamenti improvvisi legati a Festival o a strategie a livello globale, come nel caso di "Dogman" di Luc Besson. Il pubblico cerca esperienze premium e storie potenti. Alcuni generi, cito ad esempio la commedia romantica, sono diventati improvvisamente obsoleti e poco interessanti sul versante theatrical, mentre continuano a sviluppare forte interesse a livello televisivo. C'è un approccio più critico e consapevole ai servizi offerti nei cinema, alla qualità dei film, alla comunicazione e alla pubblicità. Questo è un bene perché un pubblico più esigente e maturo non può che essere uno stimolo

Isabella Ferrari ed Elio Germano in "Confidenza"
(Vision Distribution)



ad alzare il livello dell'offerta e della promozione. Abbiamo avuto un Festival di Cannes molto positivo, con 7 film in concorso: "May December" di Todd Haynes con Natalie Portman e Juliane Moore, "The Old Oak", l'ultimo emozionante film di Ken Loach, "Youth", lo scioccante documentario di Wang Bing sulle fabbriche di abbigliamento cinesi, anguste come prigionieri, più i quattro titoli premiati: il capolavoro di Wim Wenders "Perfect Days", premiato per il migliore attore, "Monster" di Kore'eda che sarà distribuito da Bim, "La Passione di Dodin" di Tran Anh Hung con una fantastica Juliette Binoche, premiato per la migliore regia, e il nuovo film di Aki Kaurismaki, "Fallen Leaves", uno dei film usciti più forti dal Festival e vincitore del Premio della Giuria.

NOTORIOUS PICTURES



ALICE PANADA
Head Of Theatrical
Distribution

Parliamo di un mercato in crescita e anche Notorious Pictures vede un segno positivo nel semestre appena trascorso, grazie anche alla collaborazione con Medusa. Possiamo dire che il post-pandemia sta seguendo un trend favorevole e siamo fiduciosi del fatto che l'anno si chiuderà con un ulteriore incremento grazie alla

forte line-up del secondo semestre. Ci fa positivamente riflettere il cambio di tendenza che si sta verificando in questo momento a livello globale. Rispetto ad altri mezzi di fruizione, il cinema è rimasto per troppo tempo in secondo piano, danneggiando la ripresa del mercato e riducendo i benefici per l'intera filiera. Ora, si sta rivalutando la centralità della sala che in Italia più che mai è fondamentale.

MEDUSA FILM



PAOLO ORLANDO
Head Of Theatrical
Distribution

Nell'ultimo trimestre del 2022 abbiamo registrato una serie di risultati molto importanti con titoli nazionali che sono riusciti finalmente a sostenere il mercato sale nonostante l'assenza dei grandi blockbuster, almeno fino all'uscita di "Avatar". Da "La Stranezza" di Roberto Andò il film italiano che, dopo la pandemia, ha finalmente riportato un nutrito numero di spettatori in sala e soprattutto trasversale (870 mila presenze e 5,6 milioni di euro) al buon risultato della commedia "Vicini di Casa" di Paolo Costella, per concludere poi l'anno con il ritrovato successo natalizio del trio Aldo, Giovanni e Giacomo "Il grande giorno" che ha registrato lo stesso incasso



Una scena di "Barbie"
(Warner Bros. Discovery, dal 20 luglio al cinema)

del precedente loro film (uscito prima della pandemia) "Odio l'estate". L'inizio del 2023 è stato segnato dal ritorno di Paolo Genovese con "Il primo giorno della mia vita", un buon riscontro visto purtroppo l'esito del precedente "Supereroi" che sfortunatamente era capitato nel pieno dell'ennesimo lockdown e con l'obbligo delle mascherine in sala. Recentemente, sul mercato internazionale il risultato più eclatante è quello ottenuto da "Super Mario Bros" (ha superato il miliardo di dollari). È stato un successo che è andato ben oltre le più rosee aspettative, pur ben conoscendo l'importanza del marchio e la capacità della major americana di valorizzarlo. Ciò che è interessante è che ha avuto il medesimo esito esplosivo in tutti i mercati in cui è uscito (per esempio, in Italia ha registrato numeri migliori rispetto al mercato spagnolo). Un dato da analizzare perché dimostra come sia possibile re-intercettare il pubblico intergenerazionale. Famiglie in cui i genitori all'epoca avevano giocato al videogames e che, attraverso il film, costruiscono un ponte con i loro figli, i giocatori di oggi. Questo significa tornare a conquistare il territorio del mainstream.

Dunque, film vissuti come eventi irrinunciabili ("La Stranezza"; "Otto montagne" fino al recente "Il sol dell'avvenire") portano il pubblico "largo" a riassaporare l'esperienza della sala e questo dovrebbe riaccendere definitivamente la consuetudine di tornare al cinema. Per questo l'offerta deve essere sempre più allettante ed irrinunciabile.

PLAION PICTURES ITALIA



UMBERTO BETTINI
Country Manager

Il post pandemia ha cambiato alcuni paradigmi della distribuzione e Plaion Pictures, sia in Italia che in altri paesi in cui operiamo, ha reagito con determinazione sviluppando una strategia a più ampio spettro rispetto al passato. Il mercato digitale, in forte evoluzione, ci ha spinti ad aumentare considerevolmente il numero di acquisizioni per avere un'offerta sempre più rappresentativa sul mercato

con una particolare specializzazione al genere horror e all'animazione giapponese. La lenta ripresa del mercato italiano, rispetto al resto d'Europa, ha dei motivi ben precisi legati all'assenza di investimenti effettuati sia sotto il punto di vista editoriale che strutturale. Mi riferisco al costante declino delle produzioni locali, dove da anni ormai si è sostituita la quantità alla qualità. Manca poi, un piano culturale e formativo di sensibilizzazione al cinema. Infine, l'esperienza in sala tutt'altro che magica ed immersiva, salvo pochissime eccezioni di alcuni esercenti "illuminati". Tutte queste cause rallentano la ripresa del cinema in Italia. La grande offerta digitale porta inesorabilmente il consumatore a valorizzare meno l'intrattenimento e la propensione all'acquisto per un contenuto è in costante flessione. Perché pagare quasi 10 euro per un biglietto al cinema, quando con meno della metà posso accedere a migliaia di contenuti online? Credo che questo processo sia irreversibile, salvo poche rare eccezioni. Il nostro obiettivo è lavorare proprio su queste eccezioni, cercando di portare in Italia prodotti di alta qualità.

VERTICE 360



LUIGI BOSCO
Country Manager

Prima del Covid oltre agli epidemiologi, gli unici ad aver pensato a scenari pandemici sono stati i cineasti. In questo contesto la ripresa impone di muoversi con la sincronia e l'attenzione di un piano sequenza: commettere un piccolo errore significherebbe ricominciare tutto daccapo. Una delle cose che il gruppo di cui faccio parte mi ha insegnato è che ci sono due tipi di persone: chi si preoccupa dei problemi e chi se ne occupa. Ed è provando ad assomigliare al secondo tipo che, negli ultimi 18 mesi, Vértice 360 è letteralmente esplosa. Per quanto riguarda le attività theatrical, siamo passati da 1 a 30 territori (Spagna, Italia, Portogallo e America Latina), servendo oltre il 10% del mercato globale. Per essere una realtà nata in pieno Covid, siamo più che soddisfatti. Dovremmo parlare meno di target e più di persone; tenere in considerazione lo spazio che abbiamo nella loro vita al di là dei cluster sociodemografici. La tendenza a concentrarsi esclusivamente sul buyer ci fa sottovalutare il mercato dove si nasconde la vera crescita potenziale. Dovremmo comprendere le ragioni di chi al cinema non ci va e tentare di fargli

cambiare idea. Questo ci aiuterebbe anche a definire meglio con che cosa realmente competiamo: lo streaming ha indubbiamente contribuito al cambiamento delle abitudini, ma sarebbe una ingenuità confondere il sintomo con la causa e pensare che, assieme al Covid, sia l'unico responsabile della crisi dei box office. È una questione di pricing o di value for money? Di prodotto o di esercizio? Competiamo con le piattaforme o con qualunque altra attività "leisure": dall'aperitivo, all'andare a letto presto perché troppo stanchi? La risposta dovrebbe guidare la promozione, attivando le leve in grado di motivare il pubblico a includere il cinema nel ventaglio delle opzioni di intrattenimento.

UNIVERSAL PICTURES ITALIA



MARCO D'ANDREA
Sales Director

Universal sta cercando nuove sinergie con le sale cinematografiche, portando al cinema titoli di successo. Abbiamo riconquistato il pubblico lentamente e, dall'ultimo trimestre 2022, il mercato ha registrato un'accelerazione del ritorno in sala che deve essere supportato anche da una maggiore frequenza. Tra i successi che hanno contribuito sicuramente "Super Mario Bros", uscito a Pasqua,

ha superato i 20 milioni di euro in Italia, incassando Worldwide oltre 1.2 miliardi di dollari, diventando il 3° animation di sempre. Il primo semestre del 2023 sta registrando una forte positività e continueremo ad avere grandi titoli internazionali anche nel periodo estivo, che copriranno tutti i segmenti di mercato e di pubblico. Credo davvero che il cinema rimarrà sempre una fantastica esperienza collettiva e lo sta dimostrando, ma abbiamo bisogno che le sale si adeguino alle innovazioni per rendere l'esperienza cinematografica unica e immersiva.

VISION DISTRIBUTION



DAVIDE NOVELLI
Distribution Director

La nostra freschezza e la nostra flessibilità, oltre al fatto di coprire la distribuzione sull'intera filiera audiovisiva, ci hanno permesso di navigare al meglio tra i limiti ma anche tra le opportunità nascoste dietro ogni crisi. Abbiamo esplorato diverse modalità di distribuzione, trasformando in scelte editoriali i segnali che arrivavano e arrivano dagli spettatori nei diversi canali di sfruttamento. Per la prima volta nella sua giovane storia "Vision" rappresenta, da inizio anno 2023, l'8% di quota di mercato e un terzo del box office della cinema-

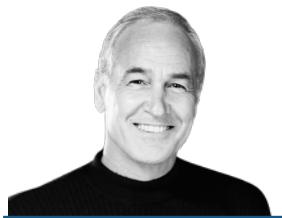
tografia italiana. Questo grazie al successo di titoli come "Le otto montagne", "I migliori giorni", "Grazie Ragazzi" e "L'ultima notte di Amore". Buoni i risultati anche di "Romantiche", "Scordato", "Quando" e "La quattordicesima domenica del tempo ordinario". Siamo addirittura in crescita del 18% rispetto al box office a data del 2019, anno in cui chiudemmo a 32M. Il 2022-2023 è stata una stagione importante anche per la nostra divisione internazionale, grazie al successo internazionale de "Le Otto Montagne". Un successo meritato per una divisione, lanciata da Catia Rossi al festival di Berlino precedente la pandemia e che aspettava la ripresa dei mercati internazionali per dimostrare il suo valore. Abbiamo pagato, rispetto agli altri paesi europei, la tradizionale pausa estiva



Una scena del film "Oppenheimer," il nuovo film di Christopher Nolan (Universal Pictures Italia dal 23 agosto al cinema)

con una chiusura che nella mente di molti spettatori non è stata di pochi mesi l'anno ma di oltre due anni, un lasso di tempo in grado di cambiare un'abitudine. La domanda di prodotto è cresciuta, con l'avvicinarsi di molti utenti al mondo delle piattaforme, ma questo comporta che la qualità richiesta ai film da andare a vedere in sala sia più elevata. Questa esigenza di qualità si estende alle sale stesse, che devono avere un'identità per essere scelte, data dal livello tecnologico, dai servizi, dal personale qualificato, dall'ambiente offerto. Se riusciamo come filiera ad intercettare questi cambiamenti, il mercato theatrical italiano potrebbe avere dei margini di crescita importanti. Vogliamo innanzitutto essere protagonisti dell'estate 2023 su cui, insieme ad Anica, Anec e MIC, stiamo lavorando attivamente.

THE WALT DISNEY COMPANY ITALIA



DANIEL FRIGO
Amministratore
Delegato

Per Disney, l'anno in corso sta registrando, in Italia, un +91% rispetto al precedente in termini di Box Office. Siamo molto soddisfatti delle performance dei nostri film. Al di là della sostanziosa coda di "Avatar: La Via dell'Acqua" (17,2 milioni di Euro nel 2023), "Ant-Man and The Wasp: Quantumania" ha registrato un incremento del 18% sul capitolo precedente, mentre il terzo episodio de "I Guardiani

della Galassia" dovrebbe chiudere intorno al +50% rispetto al precedente. Grande soddisfazione anche da "Gli Spiriti dell'Isola" con un incasso superiore ai 2 milioni di euro e dalla riedizione di "Titanic". Se a inizio anno avevamo ancora qualche dubbio sul ritorno in sala delle famiglie con bambini, i recenti successi degli ultimi film d'animazione hanno confermato invece che anche questo pubblico è tornato e che ha ancora voglia di andare al cinema. Per contro si conferma ancora una certa reticenza da parte del pubblico più adulto (over 60) che andrà quindi stimolato e incentivato. In generale, si conferma la voglia di partecipare a eventi in presenza, come testimonia anche il sold-out del concerto Disney all'Arena di Verona dello scorso 13 maggio e la partecipazione sempre più numerosa alle anteprime-evento dei nostri film.

WARNER BROS. DISCOVERY



CARLOS PRADA
Vp Theatrical
Distribution and
Th Local Production,
Italy & Spain

Warner Bros Discovery è in piena ripresa e anche il mercato sta mostrando chiari segnali in questo senso. In Italia, per noi il 2023 si sta dimostrando un anno

eccezionale. Registriamo un Box Office totale molto vicino a quello degli anni pre-pandemia. I risultati sono ancora più straordinari se guardiamo alle nostre produzioni locali che, da gennaio ad oggi, hanno visto raddoppiare i numeri, in termini di incassi, rispetto allo stesso periodo del triennio 2019-2017. Anche in Spagna registriamo lo stesso incoraggiante trend di crescita dell'Italia rispetto al periodo pre-pandemico. Anche qui, le produzioni locali stanno lavorando benissimo, come "Momias" (in Italia "Mummie - A Spasso nel Tempo"), titolo prodotto al 100% da WB Spagna, è diventato uno dei successi commerciali del primo trimestre a livello internazionale, incassando finora 55 milioni di dollari in tutto il mondo. Una delle cose che ci ha sorpresi di più è stato il ruolo dei giovani spettatori nella ripresa del mercato. Le ricerche di settore dimostrano, infatti, che sono stati loro a tornare per primi nelle sale e a supportare le uscite commerciali più importanti. Crediamo sia un segnale incoraggiante non solo per il nostro settore ma per il Paese più in generale.

01 DISTRIBUTION



LUIGI LONIGRO
Direttore Generale

(vedi The Conversation a p. 12)

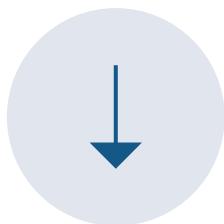


L'ESERCIZIO

PASSIONE, LAVORO E RESILIENZA: LA RIPRESA DELLE SALE CINEMATOGRAFICHE IN ITALIA

Fortune Italia Entertainment fotografa lo stato di salute dei cinema nel Paese, tra quote di mercato e suggerimenti di alcuni esercenti con l'obiettivo di tornare, nel 2024, ai numeri prepandemici

di **MARITA TONIOLO**



COME SI PRESENTA lo scenario dell'esercizio cinematografico italiano oggi? Soprattutto alla luce dell'emergenza pandemica che ci siamo appena lasciati alle spalle, che tanto danno ha fatto, e del caro energia procurato dalla perdurante guerra in Ucraina, che ha aumentato i costi delle sale già in difficoltà? I segnali di ripresa mostrati nel 2022, che si sono consolidati nei primi mesi dell'anno in corso, sono incoraggianti. Se è vero, infatti, che a livello di presenze e di incasso rispetto al triennio 2017/2019, si rileva una differenza

media di circa il 50% in meno per tutti i tipi di sala, va evidenziato come rispetto al 2021 l'incasso sia cresciuto complessivamente dell'81% e le presenze del 79,6%. Ovviamente, il confronto è impari, considerando che le sale nel 2021 sono rimaste chiuse da Gennaio a fine Aprile e poi riaperte con forti restrizioni, ma va sottolineato come già dal 2022 ci sia una rinnovata fiducia del pubblico nel frequentare la sala e uno strenuo impegno da parte del settore stesso, supportato dai governi di questi ultimi anni, nel continuare a investire per tornare ai risultati del 2019. Inoltre, va interpretata come un indicatore positivo la nascita nel 2022 di 33 nuovi complessi e l'attivazione di 63 schermi rispetto al 2021.

ALL'ITALIANO PIACE MULTIPLEX

Ma guardiamo da vicino i dati dell'anno scorso per avere una fotografia più

nitida dello scenario. A svettare – non è una sorpresa – sono i multiplex con più di 7 schermi. Parliamo di 128 complessi spalmati sul territorio, che hanno accolto più di 23 milioni di presenze per un dato complessivo di 165 milioni e 722 mila euro di incasso. Questa tipologia di sala domina il mercato con una percentuale del 54% sugli incassi globali e del 52% sul totale nazionale delle presenze. Le strutture da 5-7 schermi (123 strutture), invece, hanno registrato 9 milioni e 359 mila presenze, raccogliendo 66 milioni e 190 mila euro di incasso. L'incidenza sul mercato di questo tipo di multiplex è del 21,6% sull'incasso e del 21% sulle presenze. Anche le multisale da 2-4 sale hanno contribuito all'incasso globale (15,2% sul totale), mentre le monosale hanno pesato l'8,1% sul box office.

CIRCUITI: QUANTO CONTANO?

Dicevamo poco sopra come la parte del leone in questo ambito la facciano i multiplex da 7 sale in su. Come circuiti leader del settore si riconfermano UCI Cinemas (41 complessi) con una quota di mercato del 18,4% (grazie agli 8 milioni e 219 mila presenze registrate



Circuiti leader del settore sono gli **UCI CINEMAS** (41 complessi) con una quota di mercato del 18,4% (8 milioni e 219 mila presenze registrate nel 2022)

nel 2022), e The Space Cinema (36 multiplex), che tallona il concorrente col suo 18,2% (rispondente agli 8 milioni e 126mila di biglietti venduti). Non esiste ancora in Italia un terzo soggetto in grado di competere ad armi pari con queste catene, ma sono diversi gli indipendenti che cercano di ritagliarsi la loro fetta di mercato. La terza posizione del podio con la maggior quota di mercato la occupa, infatti, il gruppo Giometti Cinemas, che ha superato il milione di presenze nel proprio parco sale dislocato tra Romagna e Marche. Tra gli indipendenti, lo seguono SpazioCinema (che comprende gli Anteo di Milano, Cremona, Treviglio e Monza) con 891mila presenze, Cinelandia (840mila biglietti staccati), Il Regno del cinema (832mila presenze in Lombardia), il circuito Lucisano Media Group a Sud (634mila presenze), l'emiliano Malucelli (587mila presenze), il Movie Planet (561mila biglietti venduti tra Lombardia e Piemonte), lo Starplex - Cinestar (558mila biglietti staccati un po' in tutta Italia). Seguono, ancora, il circuito Notorious Cinemas, dislocato in varie città d'Italia (511.378 biglietti venduti), il Massimo Ferrero Cinemas (510mila

presenze tra i due cinema di Roma e la struttura di Pontedera PI), l'Arcadia (507mila biglietti staccati tra le province di Milano, Bergamo e Brescia), il circuito siciliano Eplanet (370mila presenze) e, infine, le strutture a Roma e Firenze di Circuito Cinema (363mila presenze).

MACROREGIONI: QUALE INCIDE DI PIÙ?

A livello geografico la macroregione che ha contribuito maggiormente al buon andamento del cinema nel 2022 è il Nord, incidendo del 54% sugli incassi e del 53% sulle presenze. Nel Centro Italia, l'incidenza delle presenze e dell'incasso nel 2022 è stata del 24%, invariata rispetto ai primi mesi dell'anno in corso. Infine, il Sud Italia ha contribuito alla torta finale con il 22% di box office e il 24% di biglietti staccati nel 2022 e in questo inizio di 2023 le percentuali sono praticamente le medesime. Lo scarto evidente tra Nord Italia e le altre due macroregioni è determinato ovviamente dal maggior numero di sale presenti sul territorio settentrionale, ma anche da fattori climatici, socioeconomici e culturali.

SALE D'ESSAI: C'È DA FARE

Va precisato, innanzitutto, che nel 2022, i film d'essai hanno rappresentato il 26,13% del mercato a livello di box office (dati Cinetel). La FICE (Federazione Italiana Cinema d'Essai) ha recentemente coinvolto oltre 300 dei propri associati in un'indagine (by Ergo research) secondo cui la metà degli esercizi riferisce che la media degli spettatori, nei 12 mesi post-riapertura, è stata pari a circa la metà (-49%) rispetto a quelli per l'intero 2019. Nel biennio 2021/2022, invece, la situazione si è rivelata piuttosto disomogenea, con un 6% delle strutture che ha registrato addirittura un aumento di incassi e presenze rispetto al 2019; un 7% che ha rilevato una riduzione inferiore al 30%, e un 28% che oscilla tra il -30% e il -50% contro un 58% che ha conosciuto una riduzione superiore al 50% delle presenze. ■

(Ha collaborato Stefano Radice)



RAMÓN BIÁRNES

Managing Director per il Sud e il Nord Europa di Odeon Cinemas Group (di cui fa parte UCI Cinemas)

“Prevediamo un autunno e un Natale positivi, con una completa ripresa nel 2024”

“L'Italia è un po' in ritardo, perché qui le restrizioni dettate dal Covid sono state più dure, ma la sua ripresa è in linea con quella degli altri paesi europei”, spiega Ramón Biárnes, managing director per il Sud e il Nord Europa di Odeon Cinemas Group (di cui fa parte UCI Cinemas). “Siamo in fase di recupero e stiamo impegnandoci per tornare ai risultati pre-pandemici, ma non è un processo rapido. Il governo e le istituzioni locali dovrebbero sostenere il settore investendo in una campagna marketing che evidenzia la sicurezza del cinema. Inoltre, abbiamo bisogno di titoli forti, soprattutto commedie italiane. Prima ce n'era una ogni mese, a volte anche una alla settimana, ora se ne avverte la mancanza. È indispensabile, poi, investire su una comunicazione che utilizzi tutti i media, per coinvolgere ogni tipo di pubblico. Recentemente abbiamo avviato un nostro canale TikTok, per presidiare con contenuti dedicati il target strategico dei teen ager. Per riportare invece in sala il pubblico senior proponiamo film di qualità: basti pensare al successo riscosso dalla rassegna settimanale Essai. Dobbiamo anche continuare a investire nelle nostre strutture, come abbiamo fatto con i cinema UCI Luxe e la ristrutturazione dell'UCI Cinemas di Pioltello, per offrire agli spettatori un'esperienza cinematografica premium. Il futuro? Siamo molto fiduciosi. Prevediamo un autunno e un Natale positivi, con una completa ripresa nel 2024” (M.T.) ■



L'ingresso di una delle multisala UCI - Luxe

**MASSIMILIANO GIOMETTI**

Direttore tecnico e commerciale
di Giometti Cinemas

**“Il film da solo non basta
più, dobbiamo creare
l’esperienza”**

“Il pubblico ha perso, in questi anni di pandemia, l’abitudine ad andare al cinema, anche perché mancavano i titoli d’appeal. E se manca la cucina, al ristorante cosa ci vai a fare? C’è da dire che oggi il film da solo non basta più. Dobbiamo creare qualcosa di nuovo e intrigante per portare le persone al cinema, un’esperienza”, racconta Massimiliano Giometti, direttore tecnico e commerciale di Giometti Cinemas.

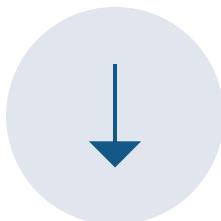
“Cerchiamo di organizzare incontri con attori, registi o autori dei libri da cui sono tratti i film. In alternativa, proponiamo food & beverage di qualità. Per tornare ai numeri pre-pandemici sarebbe importante promuovere i film nuovi anche in TV, dove c’è una carenza di programmi dedicati alla Settima Arte. Dovremmo smettere di considerarci avversari e iniziare a cooperare come player dell’audiovisivo. A tale scopo andrebbero anche regolamentate le piattaforme. In Francia c’è stata una rivoluzione: i cinema hanno ottenuto l’esclusiva di quindici mesi anche sulle produzioni straniere. Anche noi dobbiamo riuscire a estendere la finestra temporale”. (M.T.)

IL PRESIDENTE DELLA FICE

Da CANNES la consapevolezza della forza del cinema d’autore

Da tempo non si vedevano tre film italiani in concorso a Cannes e i risultati dei film di Moretti e di Bellocchio, di tutto rispetto, lasciano ben sperare per il futuro. È significativo che piattaforme come Apple e Netflix abbiano deciso di portare al Festival i loro film

di DOMENICO DINOIA



REDUCI DALLA 76ª EDIZIONE del festival di Cannes, alla vigilia del lancio di “Cinema in Festa” e di “Cinema Revolution”, possiamo cercare di tracciare una previsione più ottimistica per quanto riguarda il futuro delle sale cinematografiche.

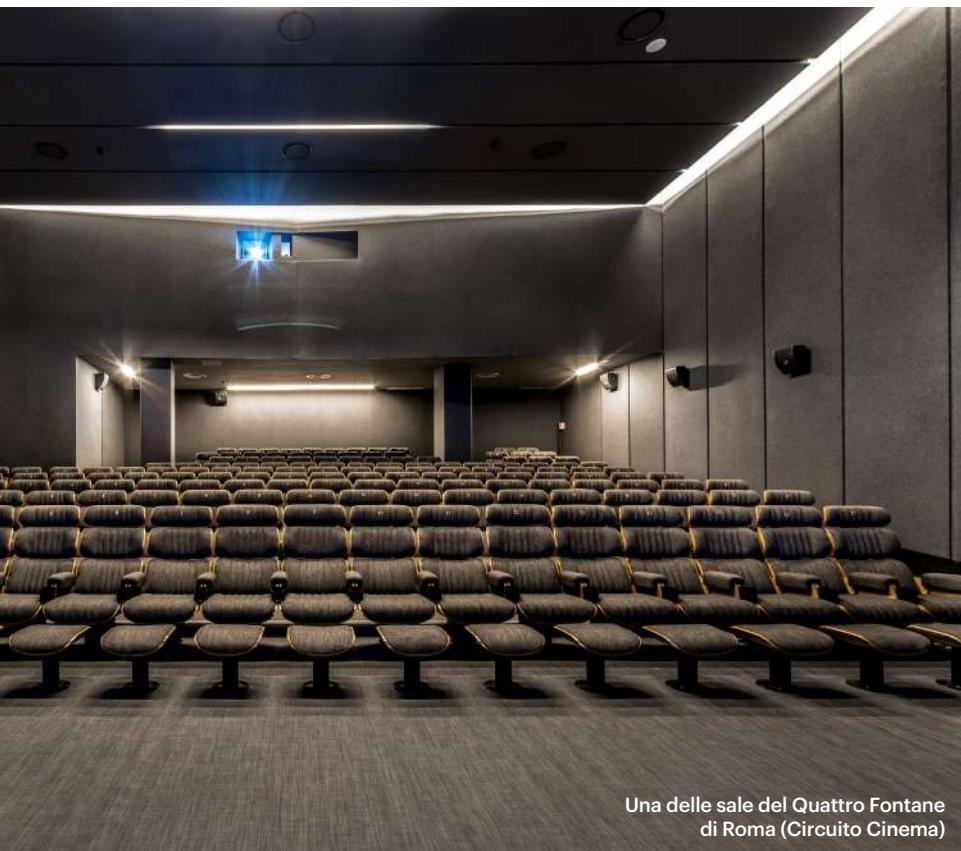
Il totale degli spettatori in Italia nel 2022 (neanche 45 milioni) aveva generato un giustificato sconforto tra gli addetti ai lavori e non pochi si erano chiesti se il cinema e le sale cinematografiche avrebbero recupe-

rato i numeri della pre-pandemia. Tanto più che i cambiamenti avvenuti nel frattempo, con la crescita impetuosa del potere delle piattaforme dello streaming, sembravano segnare un punto di non ritorno relegando definitivamente le sale ad un ruolo marginale e non più necessarie alla valorizzazione del film. Oggi le cose stanno assumendo una dimensione diversa e finalmente si vedono segnali in forte controtendenza rispetto allo scorso anno e spesso abbiamo visto le sale piene di spettatori ogni qual volta sono stati proposti film importanti sia internazionali che di produzione italiana.

Non è stato facile e ci è voluto tutto il coraggio, la tenacia e la resistenza di tanti esercenti se non ci si è arresi ad una decadenza ritenuta inevitabile. Certo è stato importante anche il ruolo di quanti si sono spesi nel riaffermare il valore sociale e culturale delle sale cinematografiche ribadendo che la visione solitaria e casalinga non ha niente a che vedere con l’emozionante esperienza collettiva del grande scher-



Un’occasione è la prima **CINEMA IN FESTA**
di quest’anno (11-15 giugno): 3,50 euro per tutti i film
e l’iniziativa **CINEMA REVOLUTION** in estate



Una delle sale del Quattro Fontane di Roma (Circuito Cinema)

mo. Così come sono serviti ad evitare chiusure i contributi governativi che hanno permesso di superare i momenti più difficili all'esercizio.

Ora finalmente le frequenze sono complessivamente tornate a crescere. La Francia ha quasi completamente colmato la differenza con il 2019 tornando agli standard abituali.

Anche in Italia, seppur in modo minore, ci sono segnali di ripresa. Non solo sono tornati a fare numeri importanti le grandi produzioni hollywoodiane (super eroi e animazione su tutti), ma a partire dallo scorso autunno è tornato a farsi valere ed apprezzare anche il cinema d'autore italiano.

Da tempo non si vedevano tre film italiani in concorso a Cannes e i risultati dei film di Moretti e di Bellocchio, di tutto rispetto, lasciano ben sperare per il futuro. Ma Cannes non è stato solo il ritorno in grande stile degli autori tra i più amati al mondo. Non può passare sotto silenzio il fatto che piattaforme del calibro di Apple e Netflix abbiano accettato di portare al festival i loro film garantendo l'uscita in sala e rispettando

le finestre in vigore in Francia (15 mesi). Un'ulteriore dimostrazione che, se si mette davvero al centro la sala, non è poi vero che se ne può fare a meno. Speriamo che anche in Italia si abbia il coraggio di andare in questa direzione e si smetta di offrire ribalte prestigiose e tappeti rossi a chi nega una necessaria distanza tra l'uscita in sala e il passaggio in streaming. Un'occasione da non perdere e valorizzare al meglio è la prima Cinema in Festa di quest'anno (11-15 giugno): 3,50 euro per tutti i film e l'iniziativa Cinema Revolution che coprirà tutto il periodo estivo, dal 16 giugno al 16 settembre, dando la possibilità agli spettatori di vedere i film italiani ed europei a soli 3,50 euro. Può essere davvero il momento per ristabilire un forte legame tra il pubblico e le sale. Nello stesso tempo sarà necessario affiancare i tanti film americani previsti in uscita con una buona offerta di cinema italiano ed europeo al fine di garantire, a tutti i tipi di pubblico, del buon cinema da vedere in sala o in arena. **F**



ANTONIO MEDICI

Presidente di Circuito Cinema

“Maggiore sinergia tra distributori ed esercenti”

“La pandemia ha innescato cambiamenti significativi”, spiega Antonio Medici, presidente di Circuito Cinema. “La fascia d'età più anziana è quella che ha mostrato maggiore esitazione nel tornare al cinema, mentre i giovani sono ritornati più rapidamente, spinti dai blockbuster. Tuttavia, in generale, le persone selezionano i film con maggiore attenzione ed escono di casa solo per quelli che realmente li interessano. È importante intervenire per riportare il cinema al centro dell'interesse, collaborando con le istituzioni. Quali soluzioni adottare? È necessaria una maggiore sinergia tra distributori ed esercenti, poiché i primi conoscono i film e i secondi il pubblico. Bisogna valorizzare il dialogo tra questi due settori, magari creando figure dedicate. Inoltre, a questo scopo e prendendo spunto da altri settori merceologici, potrebbe essere creato un “customer care” per i cinema, che raccolga le richieste e i reclami. Per arricchire l'offerta, poi, si possono organizzare eventi speciali. Ad esempio, Circuito Cinema propone la visione guidata di grandi classici con la rassegna ‘XX Secolo’, che ha ottenuto ottimi riscontri. Per il futuro ci sono segnali di ripresa. Rispetto al -50% rapportato al 2019, i dati ad aprile 2023 parlano di un -36%. Se vogliamo tornare ai grandi numeri, è necessario trasformare il problema dell'estate in un vantaggio competitivo. Dobbiamo tornare a spingere sul lavoro anche nei mesi estivi e Cinema Revolution va in quella direzione. Per un'inversione di tendenza ci vogliono almeno 3 o 4 anni”. (M.T.) **F**

**SILVANO ANDREINI**

Esercente delle monosala Il Nuovo di La Spezia, Astoria di Lerici e Garibaldi di Carrara

“Dobbiamo coccolare sempre più gli spettatori con iniziative speciali”

“Oggi gli spettatori hanno bisogno di essere coccolati per scegliere il cinema anziché le serie TV o gli eventi sportivi”, racconta Silvano Andreini esercente delle monosala Il Nuovo di La Spezia, Astoria di Lerici e Garibaldi di Carrara. “A livello governativo, dovremmo prendere esempio dalle istituzioni francesi e introdurre l'educazione all'immagine in tutti i tipi di scuole. Fondamentale è poi la multiprogrammazione. 01 Distribution, per esempio, ha concesso alle monosale di programmare Rapito di Bellocchio in concomitanza, magari, con un film per bambini. Io mi sono sempre ribellato alla politica esclusiva di certe distribuzioni, perché è mio compito cercare di captare pubblici diversi. Abbiamo bisogno che tutte le distribuzioni, non solo una, si comportino così. Infine, lo diciamo sempre, ma poi evidentemente c'è una certa complicità a qualche livello della filiera che lo impedisce: bisogna regolamentare le uscite. Dal 19 ottobre potremo programmare “Killers of the Flower Moon, ma se poi Scorsese mi esce qualche “settimana dopo su Apple Tv+, non riesco a ottenere le presenze che potrebbe permettermi di fare. Sono convinto che il cinema sia meraviglioso e andrà avanti, perché offre un'esperienza avvolgente. Ho visto film incredibili a Cannes e al Far East Film Festival, dove c'era un numero impressionante di giovani cinefili”. (M.T.)

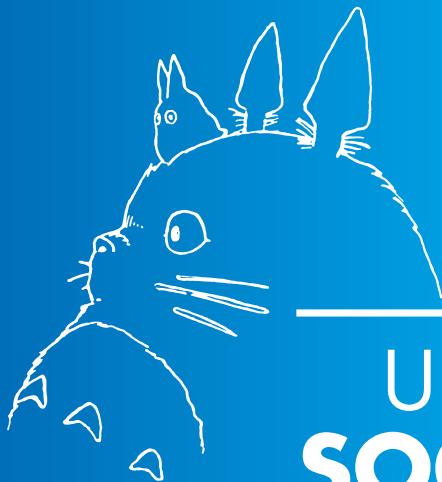
IL GENERAL MANAGER DI THE SPACE

SALA CINEMATOGRAFICA PRINCIPALE VALORE DEL FILM

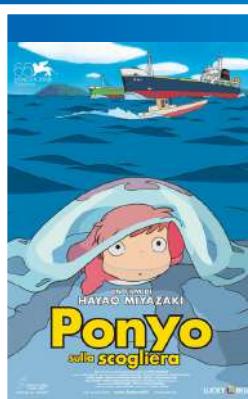
di **FRANCESCO GRANDINETTI**

IL NOSTRO SETTORE vive oggi un momento di grande cambiamento, caratterizzato da quello che potremmo definire una sorta di paradosso: da un lato il mondo della produzione cinematografica vive una fase estremamente florida, dall'altro ci sono i cinema, le sale, che hanno attraversato forse il loro momento più buio, con una contrazione delle presenze notevole soprattutto in Italia, dove abbiamo viaggiato a meno 40-50% rispetto ai numeri pre-covid e con un aumento importante dei costi di gestione, nonostante il sostegno ricevuto dal precedente e dall'attuale governo. Un paradosso, appunto, per una filiera che sui contenuti fonda la sua stessa esistenza e valore, in un momento in cui i contenuti non sono mai stati così tanti. Da questo paradosso nasce però una considerazione: di fronte a una quantità industriale di prodotti, la crisi della sala (anche se siamo in un momento di forte ripresa del mercato) non può che ricercarsi nella qualità dei contenuti e nel ruolo attribuito - o non attribuito - alle sale stesse nel processo di creazione del valore. Le sale, infatti, non solo contribuiscono alla determinazione economica del prodotto, fungendo da volano per i momenti successivi di sfruttamento, ma sono da considerarsi anche per il loro valore sociale e culturale, un presidio al quale noi tutti non dovremmo rinunciare. La visione collettiva su grande schermo è ancora un'esperienza unica, non replicabile. Immergersi nelle grandi Storie del cinema genera benessere, migliora

gli stati emotivi, stimola la concentrazione, la fantasia, sviluppa l'attitudine al confronto e alla relazione. Ci sono diversi segmenti della nostra popolazione che sembrano ancora in lockdown, viviamo una cultura individuale. Il covid ha evidenziato quanto abbiamo bisogno degli altri, quanto l'uomo sia un animale sociale e quanto sia diversa la visione individuale da quella collettiva. Parliamo di grande cambiamento, ma siamo di fronte anche ad una grande opportunità: abbiamo un pubblico sempre più abituato a vedere contenuti audiovisivi - quindi, tendenzialmente, una domanda più ampia - dovremmo approfittarne ed agire con l'intento di trovare un equilibrio che premi tutta la filiera, anche perché si è già capito e lo si capirà ancora di più nei prossimi anni che il conto economico di un film non si regge senza un passaggio vero in sala, salvo un incremento dei contributi pubblici o degli investimenti di privati. Il futuro del cinema va trovato nella visione industriale e politica che si vorrà riservare a questo luogo e al suo ruolo, oltre che nel ruolo artistico educativo che le sale possono offrire a tutti, il luogo della disconnessione per eccellenza dove, come diciamo in The Space, si può spegnere il mondo per due ore. Una visione però che sia non retorica ma realistica, che da subito rimetta le sale al centro. Questo non vuol dire ostacolare un grande cambiamento, ma guidarlo cogliendone il potenziale per trarne il massimo vantaggio per tutti. Per trarne, ancora una volta, valore. ■



UN MONDO DI SOGNI ANIMATI



PONYO SULLA SCOGLIERA

15° ANNIVERSARIO

DAL
06
LUGLIO

AL
12
LUGLIO



KIKI CONSEGNE A DOMICILIO

DAL
13
LUGLIO

AL
19
LUGLIO



IL CASTELLO NEL CIELO

DAL
27
LUGLIO

AL
02
AGOSTO



IL MIO VICINO TOTORO

35° ANNIVERSARIO

DAL
10
AGOSTO

AL
16
AGOSTO



SI ALZA IL VENTO

10° ANNIVERSARIO

DAL
24
AGOSTO

AL
30
AGOSTO

MEDIA

BASEMENT CONFIDENTIAL

Il podcast "Passa dal BSMT" è il fenomeno del momento: oltre 100 celebrities sono già passate da lì in un anno, con oltre 1 milione di utenti aggregati a puntata sulle varie piattaforme. L'artefice di tutto ciò è Gianluca Gazzoli, che ci ospita nel suo "covo" pieno di monili e memorabilia nel cuore di Milano

DI PIER PAOLO MOCCI

PIERFRANCESCO FAVINO, Alessandro Borghi, il sindaco di Milano Beppe Sala, la star dell'NBA Danilo Gallinari, il campione delle due ruote Valentino Rossi, le popstar Cesare Cremonini, Ultimo, Gue Pequeno e numerosi altri, senza dimenticare gli internazionali Ben Affleck e Bob Sinclair. Se c'è un fenomeno della comunicazione che si è imposto nell'ultimo anno questo è sicuramente Gianluca Gazzoli con il suo BSMT (che sta per Basement, luogo creativo e d'incontro), un podcast spammato e concepito per tutte le piattaforme (si può anche vedere sui social oltre che ascoltare su Spotify), sempre più percepito come luogo di culto prediletto dalle star, un confessionale dove grandi nomi del cinema, dello sport, della società civile e dello spettacolo finiscono per raccontarsi nel privato e confidare momenti inediti della loro vita. Generando una community fortissima di affezionati che supera il milione di utenti totali.

Oltre 100 puntate e sempre più personaggi di successo decidono di raccontarsi al BSMT con picchi di utenti aggregati che superano il milione di contatti. Qual è la formula vincente?

Cerco innanzitutto di scegliere persone che possano rappresentare un "mood" giusto, coerente con lo spirito di ciò che il BSMT comunica. Certi valori etici essenziali: il rispetto per il prossimo e per esperienze e storie personali. Il BSMT non è un salotto Tv, piuttosto un luogo in cui l'ospite si sente davvero ascoltato e dove può aprirsi davvero. Con un pubblico senza haters.

Una delle caratteristiche è sicuramente il linguaggio, inteso dal punto di vista tecnico. Il BSMT per ogni piattaforma cambia modalità di fruizione: dalle pillole su TikTok alle storie su Instagram, dal racconto solo audio in purezza per il podcast

alla videointervista su Youtube.

Era necessario. È un lavoro molto impegnativo ma andava fatto e questi sono i risultati. La tecnologia ci mette a disposizione moltissimi strumenti e non sfruttarli è un errore. Perché su ogni piattaforma ci sono frequentatori di quello spazio che sono abituati a leggere e a fruire i contenuti in quel modo. Devi farti riconoscere, non puoi pensare di arrivare tu e imporre la tua cosa. È l'errore che si fa più spesso. Poi ovviamente devi anche avere un buon contenuto, e anche su quello ci lavoriamo.

Cosa li riconoscono fan, addetti ai lavori e le stesse celebrities intervistate?

Il complimento migliore, che è anche la cifra stilistica che ricerco, è l'autenticità.



Nella foto grande Gianluca Gazzoli, sotto (a sinistra) con Alessandro Borghi e (a destra) con Valentino Rossi





l'intervistato e l'intervistatore. Non voglio riscrivere le regole del giornalismo, anche perché non sono un giornalista, ma ho constatato che più si lascia libero l'ospite, più viene messo a proprio agio, più si ottiene il risultato che tutti ricercano: interesse, curiosità e notizie. Valentino Rossi ha raccontato episodi di rivalità con i suoi avversari che mai aveva rivelato, Alessandro Borghi ha parlato della sua malattia (Sindrome di Tourette, ndr) e così tanti altri hanno "utilizzato" il BSMT per dire cose che mai avevano fatto prima. Tutto questo si ottiene con tanta discrezione, mettendosi in ascolto sincero, senza scaletta.

Senza scaletta?

Assolutamente. So benissimo chi ho davanti perché l'ho studiato a fondo o perché sono un estimatore. Tengo a mente tre o quattro cose che voglio chiedere ma potrei non farlo mai perché lascio che la conversazione prenda la sua piega. Con massima naturalezza. Si

crea un flusso che non bisogna interrompere. Io mi metto da parte e così l'ospite non si sente in trappola.

Questo boom per il podcast durerà o sarà una bolla?

Il mondo della comunicazione è in continua evoluzione e, col tempo, arriveranno altre "mode" e altri modi di raccontare e raccontarsi. Non credo verrà messo da parte ma non avrà più quell'entusiasmo e quella centralità che ha oggi. Io ho cercato di "innovarlo" inserendolo in un contesto integrato, dove il podcast è sicuramente parte integrante ma è coniugato in tante direzioni con linguaggi diversi. Ognuno prende quel che più gli piace.

Lei fa la radio, ogni weekend ha il suo programma su Radio DeeJay, "GG Show". È stata una gavetta per cominciare a mettersi in proprio?

Radio DeeJay è la mia famiglia, mi ha permesso di diventare grande, di crescere. E quindi gli sarò sempre grato. Sicuramente al BSMT

posso approfondire e concedermi delle libertà essendo io il mio editore. Rischiando, sperimentando, portando magari l'ospite fuori dal suo contesto professionale in una direzione più intima.

Gli influencer, hanno la consapevolezza del potere che hanno tra le mani e la forza che avrebbero nel mandare messaggi positivi?

No, non credo abbiano questa consapevolezza. Siamo dinanzi ad un processo di novità rivoluzionario di cui conosciamo solo l'inizio. Penso al documentario "The Social Dilemma", su Netflix, che ci pone di fronte a delle domande esistenziali molto serie. È una questione che andrebbe introdotta subito nelle scuole, altrimenti i ragazzini potrebbero incappare da soli in cattivi maestri.

Ha scritto un libro molto toccante, "Scosse", dove ha parlato della malattia che ha avuto. Un giorno, improvvisamente, il suo cuore si è fermato per un attimo. Si è dovuto operare, ora per fortuna sta bene.

Ho sentito la voglia di raccontare la mia storia solo dopo aver raggiunto una certa "notorietà" e certi risultati in modo che nessuno potesse dire di far leva sul dolore per fare audience. I miei ospiti al BSMT si aprono e raccontano storie molto personali ed io mi sono sentito in dovere di raccontare la mia. Oggi ognuno deve fare quello che si sente, nessuno può permettersi di giudicare scelte così delicate e private. ■



MEDIA

A GIFFONI SBARCA IL GAMING

Il celebre festival salernitano dedicato ai giovani apre alle nuove frontiere dei videogiochi, della realtà aumentata, virtuale e dell'Intelligenza Artificiale. Intervista ad Antonino Muro, fondatore di Giffoni Innovation Hub

DI CLAUDIO CAMBONI

ANTONINO MURO, FONDATORE E CVO di Giffoni Innovation Hub, sta organizzando una nuova kermesse dedicata ai più giovani, all'interno del consueto Giffoni Film Festival. Incontri con gli sviluppatori, stand, e-sport, cosplay e tanti ospiti presenti in questa nuova fiera all'interno di uno dei festival di cinema più prestigiosi e storici.



Muro, luglio si aprirà con due giorni dedicati al Giffoni Gaming: quali sfide sono state affrontate e quanto l'esperienza del Film Festival ha aiutato nel suo sviluppo?

Non ci sono state grandi difficoltà nell'allestimento grazie all'esperienza ricevuta in eredità da oltre cinquant'anni del Giffoni Film Festival evento creato nel 1971 da un giovanissimo Claudio Gubitosi che è stato anche il primo sostenitore della nostra Giffoni Hub. La differenza maggiore è stata sicuramente sul piano tecnico, hardware e software in relazione ad una struttura enorme come la Multimedia Valley che, con le sue sale e i suoi spazi ampi, a cui si aggiungeranno a breve il museo del cinema e un'arena all'aperto da 4000 posti, rappresenta il più grande polo del Mezzogiorno destinato all'intrattenimento e alla creatività.

A sinistra Antonino Muro, fondatore di Giffoni Innovation Hub. Nelle altre foto alcuni momenti del Festival dello scorso anno e il team di lavoro

Il tempo libero che i giovani dedicano al mondo dell'entertainment è sempre più diviso tra i media classici come il cinema e quelli digitali come i videogiochi. Pensa che esista una opportunità per entrambi, oppure i due mondi sono contrapposti?

Grazie all'esperienza maturata negli anni nei nostri incontri e laboratori con numerosi studenti abbiamo constatato che gli interessi dei ragazzi sono molteplici e trasversali. È chiaro che, se fino a qualche anno fa erano i fumetti a rappresentare una seconda vita per il cinema, con i blockbuster che abbiamo tanto aspettato e amato, oggi, guardando ad esempio al grande successo



del film “Super Mario” o la grande attesa che sta suscitato il prossimo film “Gran Turismo”, sono i videogames ad esserne linfa vitale. Cinema e videogames non sono in contrapposizione, piuttosto me li immagino come due fratelli. Il primo, il fratello maggiore cinema, rappresenta l'esperienza e il secondo, il più giovane, l'innovazione: camminano di pari passo sulla strada delle nuove tecnologie e dello sviluppo di nuovi linguaggi per i loro fruitori.

Ultimamente si parla molto di Intelligenza Artificiale e dei suoi utilizzi. Si tratta di un'opportunità o si celano rischi troppo alti?

L'Intelligenza Artificiale rappresenta un'opportunità e come tale va colta. Già dal 2018, Giffoni Hub ha tenuto diversi laboratori con numerosi Giffoner, grazie al supporto di ricercatori provenienti dal MIT di Bo-

ston, per educare i ragazzi alla IA come 'strumento' di supporto, e non sostituto, dell'apprendimento e della creatività artistica umana che noi promuoviamo da sempre. Quello dell'Intelligenza Artificiale è un tema che va sicuramente affrontato anche nei suoi risvolti sociologici e filosofici.

In molti paesi del mondo il fenomeno degli e-sport sta macinando numeri incredibili, approdando addirittura nei cinema per le dirette streaming. E in Italia?

Giffoni Good Games nasce anche per consentire a Giffoni di salire sul podio italiano non solo come realtà in grado di organizzare grandi eventi e-sports, ma anche di ospitarli nelle strutture all'avanguardia della Multimedia Valley come nel nostro caso o nelle sale cinematografiche che sono in sofferenza. Quello del gaming è un settore a cui noi

diamo il nostro contributo e su cui bisogna continuare ad investire per portare l'Italia a stare al passo coi tempi e a non restare indietro rispetto ad altri Paesi europei ed extraeuropei.

Siamo abituati a considerare il Festival del Cinema di Giffoni come una manifestazione costruita su un target giovane. Come vi siete approcciati nella ricerca di un nuovo pubblico orga-

nizzando il nuovo evento gaming?

Siamo partiti dalla nostra community di riferimento che ogni anno includiamo nelle nostre attività, non solo quelle legate al Festival. Giffoni rappresenta un osservatorio privilegiato sulle nuove generazioni da ormai 53 anni e questo ci consente sì di conoscere la GenZ, ma anche di aver conosciuto quella dei Millennial, la GenX e tutte le altre precedenti. Vogliamo fare in modo che grazie ai nostri eventi chi arriva a Giffoni possa trovare l'ispirazione per i propri progetti artistici e un'eventuale strada nel mondo del lavoro. GGG è un grande evento in presenza, in controtendenza rispetto a tanti eventi post pandemici che si sono spostati esclusivamente sul digitale e streaming, perché pensiamo che incontrarsi, confrontarsi e semplicemente abbracciarsi sia la scintilla, sia lo stimolo più bello che si possa avere a livello creativo, artistico e soprattutto umano. ■



Il grande schermo protagonista della ripresa

DI MARIO LORINI



▶ Il mercato dell'anno in corso ci consente finalmente di tornare ad affrontare le tematiche chiave del nostro comparto, focalizzando sforzi ed energie nel completamento delle numerose istanze di cui ancora abbiamo bisogno. Molto è stato fatto negli ultimi due anni, nonostante la costante necessità di gestire le urgenze e gli imprevisti legati alla pandemia e al percorso di ritorno alla normalità. Una situazione che, per l'Italia, non è ancora pienamente consolidata. Ma i dati del primo semestre sono evidenti e, seppur in ritardo, confermano il trend di recupero anche nel nostro Paese.

UN ELEMENTO FONDAMENTALE che rappresenta un segnale importante per il ruolo della sala cinematografica è la risposta del pubblico negli ultimi mesi in relazione alla forte offerta di prodotto unita al meteo che ha ritardato l'arrivo della stagione più calda. Tutto ciò ha favorito ed elevato la frequenza al cinema, tornando a considerarlo come una opportunità nelle giornate in cui le condizioni climatiche non consentono di vivere l'aria aperta.

SEGNALI CHE CONFORTANO ma che non ci distolgono dalle urgenze del settore, prima fra tutte la definizione una volta per tutte della finestra di sfruttamento in esclusiva per la sala cinematografica di tutto il prodotto ad essa destinato. Se per il cinema di produzione nazionale la regolamentazione è nuovamente definita con

apposito decreto, tornando alla temporalità pre pandemica, per il prodotto internazionale ancora rimane da percorrere "l'ultimo miglio". Grazie all'importante sostegno del Ministero della Cultura, l'esperienza del grande schermo, la sala cinematografica, polo culturale delle comunità e territori in cui opera, continua la sua funzione sociale, industriale, d'intrattenimento, di promozione, di inclusione. La diffusione sul territorio nazionale delle sale cinematografiche è capillare, rappresentando un presidio fondamentale per le città e i paesi ma soprattutto un veicolo di cultura capace di raggiungere tutta la popolazione nazionale. "Cinema Revolution – che spettacolo l'estate", con la sua grande campagna, è in corso portando una spinta decisiva nel periodo strategico, l'estate, dove tutti dobbiamo continuare a dare il massimo.

LE PROSPETTIVE DEI PROSSIMI mesi sono incoraggianti, consapevoli che serviranno ancora due anni per un ritorno completo ai livelli di mercato sostenibili, l'attività associativa a supporto delle sale cinematografiche prosegue nella direzione dell'innovazione, delle nuove soluzioni ed idee per renderle sempre più attrattive e indispensabili nella quotidianità dei territori.

IL MODELLO DELLA SALA NECESSITA oggi di nuovi ingenti investimenti di ammodernamento, efficientamento dei locali oltre che dell'introduzione di nuove tecnologie più performanti e al passo con i tempi. Dai proiettori laser 4K al digital signage e alle ultime frontiere del suono, dalle nuove formule degli spazi concession e accoglienza alle aree intrattenimento dei foyer, dal modello comunicativo all'offerta dinamica settimanale con multiprogrammazioni strutturate e adattate per i singoli contesti in cui opera la sala cinematografica. ■

CILLIAN
MURPHY

EMILY
BLUNT

MATT
DAMON

ROBERT
DOWNEY JR.

FLORENCE
PUGH

UN FILM DI CHRISTOPHER NOLAN

OPPENHEIMER

23

8

23

GIRATO CON VIDEOCAMERE **IMAX**

SCRITTO PER IL CINEMA E DIRETTO DA CHRISTOPHER NOLAN

MP
6+

WARNER BROS. PICTURES PRESENTS
A DC FILM

© 2023 UNIVERSAL STUDIOS
UNIVERSAL PICTURES
A UNIVERSAL FILM



CINEMA REVOLUTION 2023

CHE SPETTACOLO L'ESTATE!

dal **16 GIUGNO** al **16 SETTEMBRE**

**FILM ITALIANI
ED EUROPEI A 3,50€**

#soloalcinema

scopri i film e le sale aderenti su
cinemarevolution.it

 **MINISTERO
DELLA
CULTURA**