

CINEMA ITALIANO COSÌ NON VA

Quota di mercato del 18%. Pochi successi, troppe commedie e un settore stagionale. Il parere di esercenti e produttori di Antonio Autieri e Stefano Radice



LE LEGGI DEL DESIDERIO DI SILVIO MUCCINO È STATA UNA DELLE NOTE NEGATIVE DELL'ANNO; IL SUO FILM NON HA RAGGIUNTO I 600MILA EURO



CON YOUTH-LA GIOVINEZZA, PAOLO SORRENTINO HA INCASSATO 6 MILIONI DI EURO TRA TARDATA PRIMAVERA ED ESTATE



UNA SCENA DI NESSUNO SI SALVA DA SOLO DI SERGIO CASTELLITTO CHE SI È FERMATO A 3,5 MILIONI DI EURO



L'ESPERIMENTO ESTIVO DEI FRATELLI VANZINA CON TORNO INDIETRO E CAMBIO VITA NON HA OTTENUTO L'INCASSO SPERATO; IL FILM HA SFIORATO 1,5 MILIONI DI EURO



SI ACCETTANO MIRACOLI, DI ALESSANDRO SIANI, È STATO IL PRINCIPALE SUCCESSO DELL'ANNO CON CIRCA 15,2 MILIONI



CON OLTRE 20 MILIONI DI EURO MA CHE BELLA SORPRESA È IL TERZO INCASSO ITALIANO DEL 2015

Il confronto con gli ultimi anni è davvero impietoso per il cinema italiano. Nell'anno in corso la nostra cinematografia è scesa al 18% di quota di mercato. Se consideriamo gli anni dal 2010, solo nel 2011 era del 35% e del 30% nel 2013 in corrispondenza del fenomeno Zalone. Chiaramente, il 2016 si prospetta sotto altre luci. Il ritorno del comico pugliese farà fare un balzo in avanti ai risultati del nostro cinema. Ma il problema è che non si può aspettare un film evento per trainare l'industria. Qualcosa, quest'anno, non ha funzionato. Abbiamo cercato di capirne le ragioni parlando con alcuni esercenti e produttori.

GLI ESERCENTI CHIEDONO FILM TUTTO L'ANNO

È soprattutto il tema della stagionalità quello sottolineato dai gestori di sale. Gianluca Pantano (Uci), però, parte dal valore dei film: «Credo che la potenzialità dei titoli venga sempre rispettata dagli incassi. Forse dovremmo liberarci da una forma mentale per cui, solo per il fatto che si stia parlando di film italiani, questi debbano essere difesi e protetti. O che per forza debbano incassare numeri importanti. Se il film è buono, li otterrà; se non vale, incasserà poco. Penso che *Mia madre* di Nanni Moretti o *Il racconto dei racconti* di Matteo Garrone abbiano ottenuto un incasso corrispondente al loro valore. Quest'anno, inoltre, abbiamo registrato anche segnali positivi. Mi riferisco a *Se Dio vuole*, opera prima di Edoardo Galeone, che abbiamo sostenuto come circuito; i risultati sono stati davvero molto interessanti e ci hanno convinto a perseguire questa strada». Il film booking director del circuito analizza le date di uscita di alcuni film: «Prendiamo *Le leggi del desiderio* di Silvio Muccino, che non ha raggiunto i 600mila euro. È uscito il 26 febbraio: non avrebbe potuto essere distribuito a giugno-luglio? È la distribuzione che ha proble-

mi a proporre film italiani in estate. Il pubblico al cinema ci va se ci sono film interessanti. Molti operatori hanno invece la presunzione che ogni film italiano debba uscire da settembre a maggio. La collocazione post Cannes dei film di Garrone e Sorrentino, li ha agevolati nel risultato finale. Produttori e distributori devono fare passi avanti perché la nostra industria deve lavorare tutto l'anno». Pantano è molto critico per ciò che concerne i generi: «La ripetitività di storie è al limite. Alcune commedie segnano il passo salvo qualche eccezione». L'originalità e la capacità di fare film nuovi al cinema italiano, però, non manca: «I produttori hanno imboccato nuove strade e hanno vinto anche alcune scommesse, fermo restando che la commedia rimane il caposaldo della

produzione. Per quanto riguarda il film d'autore, deve essere veramente ben fatto per avere un certo tipo di risposta. *La giovinezza* è stato premiato dal pubblico perché i film di Paolo Sorrentino sono percepiti come eventi». Simone Castagno (Massaua di Torino e presidente Anec Piemonte), parla di originalità delle storie: «Le cause del calo del cinema italiano? Sicuramente la qualità del prodotto, di originalità ne abbiamo vista poca. Poi c'è la concentrazione delle date: è evidente che da fine aprile a settembre non ci sono state commedie importanti, se non i film dei Vanzina, *Torno indietro e cambio vita*, che però non era così forte. Potremmo sederci a un tavolo con alcuni gruppi, come il nostro consorzio UniCi, per dare garanzie di programmazione e teniture a fron-

te di un progetto serio di cinema italiano sull'estate. Una commedia come *Tutte lo vogliono*, uscita a settembre, magari a maggio trova più spazio e incassa di più di 1,8 milioni. Si potrebbe ideare una programmazione di cinema italiano su cui fare quasi una sorta di rassegna - a prezzo intero - in cui un titolo aiuta l'altro, con un lancio ad hoc. Le nostre sale sarebbero sicuramente disponibili». Castagno continua: «C'è stato un allontanamento di parte del pubblico; anche in questo caso la compressione delle uscite in pochi mesi non aiuta. Io, però, credo ancora in un recupero del cinema italiano; se riuscissimo a proporre commedie di taglio più nuovo potremmo avere risultati migliori». Per Pierluca Sforza (Circuito Città di Roma) si tratta di una situazione contingente: «Quando abbiamo avuto il picco di quota di mercato con i film di Zalone e altri comici forti, questi hanno trascinato anche titoli non eccellenti. Appena ci saranno film importanti, tutto il cinema italiano ne risentirà positivamente. Comunche ai registi italiani non difetta la qualità. Penso ai film di Sorrentino ma anche alle migliori commedie: quando c'è il film la gente risponde». Anche Pierluca Sforza stigmatizza le scarse uscite estive di film italiani e critica il posizionamento di *Quo vado?* di Checco Zalone a Capodanno: «La compressione in pochi mesi delle uscite incide molto: capisco i registi e i produttori che vogliono uscire in autunno e inverno, ma d'estate alcuni film possono avere più respiro. Se il cinema italiano riuscisse a lavorare per dodici mesi sarebbe l'ideale. Salvo qualche eccezione come i film dei Vanzina, escono film troppo deboli. E gli esercenti non hanno la forza di cambiare questa situazione. Sul posizionamento dei film, personalmente, sono tra i pochi che criticano l'uscita di Zalone a Capodanno: penalizza il film, il resto della distribuzione e anche l'esercizio; è un film così forte che in un altro periodo dell'anno, per esempio a ottobre o a marzo, andrebbe comunque bene e non danneggerebbe gli incassi di Natale».

I PRODUTTORI SI DIFENDONO
Chiamati in causa, i produttori italiani si difendono. Se sulle uscite estive qualcuno "apre", altri - però - parla-

no di un periodo troppo rischioso e chiamano in causa gli esercenti che non difenderebbero a dovere i film. Tutti concordano su un punto: bisogna evitare film ripetitivi. Marco Cohen e Fabrizio Donvito (responsabili di Indiana Production), partono dall'analisi dei loro film: «Ci aspettavamo un risultato più alto ma, visto com'è andata la stagione, li possiamo considerare successi: *Nessuno si salva da solo* ha totalizzato 3,5 milioni, *Il nome del figlio* 3 milioni. Il problema è che per i film italiani la base di pubblico va progressivamente riducendosi». Sull'andamento dei film italiani incidono anche i cinema: «I nostri due film hanno avuto incassi molti alti nelle multisale di città aperte a una programmazione più popolare, e inferiori nei multiplex la cui quota di mercato è in crescita: se si fa fatica in questi tipi di strutture, inevitabilmente le performance dei film ne risentono. Inoltre, diminuiscono i luoghi adatti alla fruizione del cinema italiano, con le chiusure dei cinema dei centri cittadini. Crediamo che non ci siano ricette per un film di successo ma bisogna fare di tutto per evitare che la gente si trovi di fronte a film ripetitivi». I due produttori riflettono anche sui cast: «Le difficoltà del cinema italiano non devono ricadere sugli attori. Sta al produttore trovare gli interpreti giusti per i film. Stiamo producendo *Onda su onda* di Rocco Papaleo, con Alessandro Gassmann; sono due attori presenti spesso nei film ma costituiscono una coppia adatta per il tipo di storia. *L'estate addosso* di Gabriele Muccino, invece, è stato costruito attorno ad attori all'esordio o quasi; per *Game Therapy* abbiamo optato su YouTube». Sulle uscite dei film non tutto funziona bene: «Gli esercenti dicono che la stagione va allungata; noi produttori dobbiamo fare la nostra parte e fare in modo che alcuni film escano in estate. Gli incassi dei film americani ci dimostrano che ci sono spettatori in quel periodo e questo varrebbe a maggior ragione per il cinema italiano con film che potrebbero creare passaparola e rimanere al cinema a lungo. Per il 2016 ci stiamo ragionando». Autocritico Marco Belardi (Lotus) che sottolinea come sia necessario andare oltre le solite commedie: «Siamo noi produttori che dobbiamo trovare il film giusto quando il box office si siede è perché non

stiamo offrendo prodotti all'altezza. C'è stata un po' di saturazione sul lato delle commedie troppo simili e che il pubblico ha un po' respinto. Dopo troppe "fotocopie", infatti la proposta di un film di diverso genere come *Suburra* è stata apprezzata dal pubblico; bisogna sperimentare, anche noi stiamo cercando di farlo, con progetti un po' diversi senza abbandonare la commedia che è la nostra forza. Per esempio la commedia più sofisticata: con Paolo Genovese stiamo facendo un percorso, partito molto bene con *Immaturi* e il sequel, che ha pagato meno con *Una famiglia perfetta*, pur molto bello e che è continuato con *Tutta colpa di Freud* che è stato un grande successo. Ora vedremo *Perfetti sconosciuti*. Ma sperimentiamo anche con altri nomi». Belardi riflette su problematiche concrete: «Il nostro è un lavoro

Claudio Amendola il cui personaggio ha dato la sensazione di qualcosa di nuovo. Però i network tv chiedono che nei film ci siano determinati attori perché garantiscono ascolti alti; il risultato è che alcuni volti rischiano di stancare il pubblico. Noi siamo fieri di aver lanciato Anna Foglietta in *Nessuno mi può giudicare*. In *Io che amo solo te*, oltre a Riccardo Scamarcio e Laura Chiatti, ci sono attori di supporto come Antonio Gerardi ed Eugenio Franceschini che iniziano a farsi conoscere. *Noi e la Giulia?* Per com'è andata la stagione siamo soddisfatti; lo abbiamo ripagato tenuto conto dello sfruttamento in tutti i settori. Con *Tutte lo vogliono* ci siamo salvati con i circa 2 milioni di incasso». A proposito dei generi, Federica Lucisano sottolinea: «In Italia non si fanno troppe commedie ma film fotoco-

NEI PRIMI DIECI MESI DEL 2015 LA QUOTA DI MERCATO DEL CINEMA ITALIANO È SCESA SOTTO IL 20%

difficile, perché quando iniziamo a preparare un film dobbiamo pensare se piacerà al pubblico due anni dopo, quando uscirà in sala. Un altro problema sono i costi in crescita, ma non si possono fare film con budget non adeguati: se un film deve costare 5 milioni, non può essere fatto con la metà. Ogni film deve essere realizzato con il budget appropriato: il debutto di Herbert Ballerina da protagonista in *Quel bravo ragazzo* è costato 1,3 milioni ed è giusto così. Ma certi cast costano: se si vuole produrre un film corale con ottimi attori come *Perfetti sconosciuti*, c'è un "sopra la linea" importante». Belardi conclude parlando di sfide nuove: «Con Maccio Capatonda ci è andata bene: *Italiano medio* è costato meno di 1,5 milioni e ne ha incassati quasi 5. Il film di Silvio Muccino, *Le leggi del desiderio*, invece, è andato male; secondo me ingiustamente. Le date di uscita? Credo nella stagione lunga, ma dipende dal film, proveremo nel 2016 con *Miami Beach* dei Vanzina». Federica Lucisano (IIF) sottolinea l'importanza di scoprire volti nuovi «che richiamo il pubblico. Oppure occorre reinventare i personaggi come abbiamo fatto in *Noi e la Giulia* con

Noi abbiamo realizzato una commedia come *Io che amo solo te* che è diversa da *Noi e la Giulia*. Entrambe sono tratte da due romanzi; forse bisognerebbe puntare di più su concept originali come questi. Inoltre, dovremmo riuscire a diversificare i generi, come ha dimostrato *Suburra*. Noi ci stiamo lavorando. Abbiamo opzionato i diritti di un libro, *Operazione Lolita*, che affronta il tema delle baby boomers. Sulla possibilità di allungare la stagione per i film italiani, Federica Lucisano chiama in causa gli esercenti: «Questa estate non hanno difeso *Torno indietro e cambio vita*. Si lamentano che i produttori non propongono film in estate ma, quando vengono distribuiti, non li tutelano. Se questa operazione avesse sortito effetti migliori qualche riflessione IIF l'avrebbe fatta in merito». Per Alessandro Usai (Colorado), bisognerebbe rischiare di più: «C'è stata un'omologazione verso la commedia. In questo Colorado, però, non ha cambiato la propria linea editoriale che è sulla commedia da sempre. Sicuramente, il fatto che tutti abbiano iniziato a produrne e i distributori a chiedere solo quelle, non ha aiutato. La

I PERCHÉ DELLA CRISI

GLI ESERCENTI INTERVISTATI HANNO EVIDENZIATO QUESTI PROBLEMI RELATIVI AL CINEMA ITALIANO

Commedie troppo ripetitive
Mancanza di film di genere
Assenza di film italiani in estate

PER I PRODUTTORI IL CINEMA ITALIANO SI RILANCIA SE:

Si evitano film fotocopia
Si scoprono nuovi attori
Si ha il coraggio di rischiare

conseguenza è che non sempre si è portato sul mercato un prodotto di qualità (artistica o comica) adeguata. Rimane una costante difficoltà a proporre qualcosa di diverso e che interessi allo spettatore. È una colpa di produttori, distributori, tv, registi e sceneggiatori. I distributori e le televisioni hanno paura di rischiare su prodotti nuovi. Stiamo producendo un thriller scritto da Donato Carrisi, un film di genere nello stile del *Silenzio degli innocenti*. Abbiamo puntato sul numero uno in Italia e tra i più venduti al mondo e comunque facciamo più fatica a proporre questo tipo di film rispetto alle commedie. Ma queste sono strade che vanno percorse». Alessandro Usai interviene anche sul tema dei cast: «Al contrario dei film d'autore, dove spesso la star è il regista, le commedie dipendono molto dai protagonisti: per questo è importante evitare che alcuni volti si inflazionino. Recentemente diversi artisti hanno deciso di razionalizzare le proprie presenze. Ad esempio Fabio de Luigi, dopo essere stato coprotagonista in *Si accettano miracoli* di Alessandro Siani, uscito a inizio gennaio, sarà di nuovo al cinema dopo più di un anno a febbraio con *Tiramisù*, suo primo film da regista prodotto da noi e Medusa. Il rischio è che attori che non seguono questa strategia si inflazionino». Per il produttore di Colorado il tema della stagionalità è difficile da affrontare. «Se un film esce in un momento in cui il mercato vale il quinto rispetto a gennaio e febbraio, gli incassi non possono non risentirne. Si fa fatica a portare al cinema chi in quei mesi non ci va, a meno che non si tratti di blockbuster americani che sono eventi attesi. Molti dei film italiani sono film di intrattenimento o di riflessione che non hanno la caratteristica dell'evento, a parte pochissimi casi tipo i film di Paolo Sorrentino. Il nostro *Ma che bella sorpresa* è stato distribuito da Medusa a marzo, ed è il terzo film dell'anno con più di 5 milioni di box office. Avrebbe incassato la stessa cifra a giugno e luglio? Sapendo che in estate c'è meno pubblico che va al cinema, e questo è stato un film che ha richiesto un forte impegno economico produttivo e di lancio, posizionarlo tra giugno e luglio, avrebbe rappresentato un rischio». Il cinema italiano sconta anche la contrazione delle sale di città: «Per il prodotto commerciale la riduzione dei cinema cittadini rappresenta un danno, anche se marginale. Per il cinema d'autore, invece, la crisi dei cinema cittadini è un problema drammatico perché il pubblico non trova più sale di riferimento dove poter vedere i film di qualità».