

Dom Holdaway, Massimo Scaglioni
Studiare la circolazione.
Metodologie e problematiche di un progetto di ricerca

1. *Dalla distribuzione alla circolazione del cinema italiano: Un punto di partenza*

I percorsi della distribuzione – intesa come parte essenziale della filiera cinematografica – rappresentano l’inevitabile punto di partenza per una ricerca che voglia indagare le forme di diffusione e l’impatto più generale del cinema nazionale, in un contesto internazionale. Per iniziare a inquadrare lo snodo della distribuzione internazionale del cinema italiano non si può che partire, dunque, da un’analisi quantitativa dei dati di *admission*, in particolare facendo ricorso all’essenziale strumento *Lumiere Pro*, il database sviluppato da European Audiovisual Observatory, relativo alle presenze degli spettatori per i film distribuiti nelle sale europee e di alcuni contesti extra-europei (come Stati Uniti e Canada). Una prima analisi dei dati quantitativi relativi alla distribuzione dei film italiani nelle sale internazionali ci offre diverse indicazioni preliminari, utili per inquadrare la capacità del cinema italiano contemporaneo di viaggiare oltre i confini della Nazione.

Utilizzando *Lumiere Pro*, infatti, è possibile compulsare, ad esempio, i dati di *admission* di un campione piuttosto ampio, di oltre 18.500 film di diversa produzione, distribuiti nei 27 paesi dell’Unione Europea nell’ultimo decennio. A partire da questi dati, si può tracciare un primo profilo della diffusione del cinema italiano all’estero (e in particolare nei paesi dell’UE), evidenziando le specificità e alcuni evidenti elementi di debolezza del cinema italiano contemporaneo.

Tralasciando i *blockbuster* di produzione nordamericana (film ad alto costo e dalla sistematica distribuzione in tutti i mercati), si evidenzia invece la presenza di una serie di pellicole di produzione europea che mostrano un’ampia distribuzione e un grande o grandissimo successo nei diversi Paesi europei: possiamo menzionare i francesi *Quasi Amici* (O. Nakache ed. É. Toledano, 2011) o *Giù al Nord* (D. Boon, 2008), il britannico *Il discorso*

del Re (T. Hooper, 2010) e lo spagnolo *El Orfanato/The Orphanage* (J.A. Bayona, 2007).

I film di grande successo e di produzione italiana sono soprattutto commedie: *Sole a catinelle*, *Quo vado?* (di C. Zalone, 2013, 2016) e *Benvenuti al Sud* (L. Miniero, 2010). Il dato di *Benvenuti al Sud* è particolarmente significativo: 5 milioni di presenze nei Paesi dell'Unione Europea, e la distribuzione, oltre che in Italia, in mercati con una marcata presenza di una minoranza linguistica o di una diaspora italiana, come la Svizzera, il Belgio, la Germania... I dati di *admission* dei sette paesi europei (a cui bisogna aggiungere la Svizzera, paese non aderente all'Unione Europea ma particolarmente significativo, in questo caso) nei quali il film è distribuito sono, però, piuttosto limitati: si tratta di meno di 300mila presenze. Dunque, le commedie, che rappresentano i grandi successi nazionali, seguono un percorso decisamente circoscritto di circolazione, legato soprattutto (anche se non solamente) alla presenza di minoranze italofone.

L'analisi dei dati fa poi emergere un secondo gruppo di pellicole italiane: film dalla grande visibilità internazionale, dovuta soprattutto al conseguimento di premi in Festival internazionali di primo piano (o agli Academy Awards), che circolano ampiamente in quasi tutti i paesi dell'UE, con un buon riscontro e successo anche all'estero: possiamo menzionare, per esempio, *Gomorra* di Matteo Garrone (2008), *Youth* e *La Grande Bellezza* di Paolo Sorrentino (2015, 2013). A queste due tipologie (commedie dal successo prevalentemente nazionale e film d'autore ampiamente distribuiti all'estero anche in seguito a premi conquistati a Festival o all'annuale cerimonia degli Oscar), dovremmo aggiungere il terzo caso, quello delle co-produzioni (maggioritarie italiane), come per esempio *To Rome with Love*, di Woody Allen (2012).

Questi primissimi dati, e l'individuazione di queste tre categorie, costituiscono un buon punto di partenza per interrogarsi sulle specificità e sui limiti della diffusione *theatrical* del cinema italiano. D'altra parte, però, soprattutto nell'ultimo decennio è emersa l'esigenza di considerare questa parte della distribuzione come un aspetto – per quanto essenziale – di una più ampia capacità di circolazione del film, anche oltre la sala. Sebbene la letteratura sulla distribuzione del film e dell'audiovisivo sia ancora limitata, nel corso degli anni Duemila essa ha catalizzato l'attenzione di diversi studiosi attorno al tema della sua evoluzione nel contesto digitale e «convergente»¹. La distribuzione del film resta un «processo pianificato

¹ Cfr. I. DE SOLA POOL, *Technologies of Freedom*, Harvard University, Cambridge 1983; H. JENKINS, *Convergence Culture*, New York University, New York 2006.

e centralizzato» teso a creare valore economico attraverso il cosiddetto sistema del *windowing* – cardine dall'economia del cinema – ma il contesto contemporaneo si caratterizza propriamente per la «moltiplicazione delle finestre» e per il superamento di percorsi standardizzati e validi per tutti i casi (*one-size-fits-all mentality*), come ricordato da Curtin, Holt e Sanson con l'efficace etichetta «Distribution Revolution»². Insomma, sul piano della distribuzione resta in gran parte intatta la centralità della sala come finestra primaria di sfruttamento, cui seguono una varietà di «finestre secondarie», ma si attestano anche casi di sperimentazioni e inversioni nel percorso lineare dei film attraverso le diverse finestre. Un punto di vista centrato sulla sola distribuzione sembra però ancora troppo ristretto e, per così dire, circoscritto. È sempre più importante riuscire a sposare un concetto ampio di 'circolazione', inteso – citando Ramon Lobato – come «movimento del contenuto nello spazio e nel tempo», che tenga conto tanto della rete formale della distribuzione industriale e delle sue «finestre», quanto di una serie di altre reti ed attori informali³. Uno sguardo orientato a quelli che potremmo così definire dei *circulation studies* si muove da un'attenzione che parte dai percorsi centralizzati e quantificabili della distribuzione industriale e approda infine a tenere in considerazione altri spazi, altre occasioni e altri tempi di circolazione del film, che contribuiscono a definirne l'immagine e il valore culturale.

Un progetto che intenda indagare la circolazione internazionale del cinema italiano può, dunque, essere inquadrato a partire da tre pilastri.

Per quanto concerne, in primo luogo, l'*oggetto*, ovvero il *cinema italiano*, esso viene indagato nella sua circolazione a partire da variabili storiche e geografiche. Il cinema italiano ha avuto una capacità di circolazione internazionale che varia notevolmente sia dal punto di vista temporale che dal punto di vista spaziale. Dal punto di vista storico, alcune fasi sono state caratterizzate da grande capacità di esportazione, mentre altre, al contrario, hanno rappresentato momenti di stanca o di 'declino' (gli anni Ottanta, gli anni Novanta, pur con alcune importanti eccezioni). Dal punto di vista geografico, ci sono ovviamente contesti che, per ragioni diverse, hanno visto una circolazione particolarmente intensa (la Svizzera e la Francia, in primis, e poi anche, in modi diversi, la Gran Bretagna e gli Stati Uniti). Da questo punto di vista, non si può che sottolineare come negli anni

² Cfr. M. CURTIN, J. HOLT, K. SANSON (a cura di), *Distribution Revolution*, University of California, Oakland 2014.

³ Cfr. R. LOBATO, *Shadow Economies of Cinema: Mapping Informal Film Distribution*, BFI, London 2012.

Duemila, e soprattutto nell'ultimo decennio, si entri inevitabilmente in una fase nuova, caratterizzata da un cambiamento profondo nei percorsi di circolazione dovuti in particolare alla moltiplicazione di luoghi e delle occasioni per la diffusione, di tipo più formale (legata cioè alla filiera delle diverse finestre) ma anche di tipo informale.

Per quanto riguarda, in secondo luogo, la *metodologia* adottabile, essa non può che avvalersi di uno *sguardo multi-focale*, centrato in particolare sull'incrocio e lo scambio fra frame teorici, pratiche di ricerca e studiosi di differente provenienza (*Film studies*, *Media & television studies*, Economia dei media e del cinema...).

C'è infine, la *finalità* di una ricerca che mira a sposare un punto di vista non meramente economico-industriale sulla distribuzione (o sulla circolazione), ma che sia in grado di coniugarsi con una sensibilità di tipo più ampiamente politico-culturale. Il cinema infatti – o almeno quella parte di cinema che è riuscito con successo a circolare oltre i confini nazionali – ha contribuito in maniera considerevole a forgiare un'idea di 'Italia' e di 'italianità' all'estero. O, ancora meglio, il cinema – e oggi più ampiamente gli audiovisivi – hanno generato idee e 'immagini' diversi, che variano nei diversi contesti geografici e culturali nei quali sono consumati.

2. *Lo sfondo: molti film italiani distribuiti, pochi spettatori*

Nel periodo compreso fra il 2005 e 2015 – un decennio nel quale il cinema italiano cresce nella sua produzione annuale di film, e scelto perché consente di lavorare su aggregati di dati ormai piuttosto consolidati e affidabili – nell'Unione Europea si sono venduti quasi 36 milioni di biglietti per film italiani (escludendo, ovviamente, il mercato nazionale). Il dato diventa significativo se rapportato al contesto: nello stesso periodo, il cinema 'nazionale' che raccoglie più spettatori è quello britannico, che raggiunge quasi 16 volte i biglietti dei film italiani – un dato che sorprende poco considerando *blockbuster* come quelli riconducibili alla saga di Harry Potter, che la Gran Bretagna ha co-prodotto assieme agli Stati Uniti. I film degli altri grandi paesi dell'Unione Europea più facilmente paragonabili all'Italia – come la Francia, la Germania e la Spagna – mostrano numeri di spettatori decisamente superiori a quelli raccolti dalle pellicole italiane nei mercati della stessa UE: rispettivamente, 267 milioni per i film francesi, 89 milioni per i tedeschi e 49 milioni per gli spagnoli⁴.

⁴ Fonte: Osservatorio Lumiere.

Questa prima osservazione si complica ulteriormente se si confronta il numero di spettatori con i dati dei film effettivamente distribuiti dagli stessi paesi, ancora nell'ambito dell'Unione Europea. L'Italia è il quarto paese in termini di numero di film distribuiti: il nostro Paese distribuisce infatti all'estero la metà dei film tedeschi e britannici e un quarto dei film francesi, ma 180 pellicole in più della Spagna, anche se il numero di spettatori complessivi è inferiore a quello per i film spagnoli (Cfr. Fig. 1). E ancora, calcolando il pubblico medio per singolo film, emerge che la performance italiana è anche peggiore: l'Italia slitta fino al settimo posto, dietro la Spagna, il Belgio e la Danimarca (Fig. 2). In altre parole, anche se la distribuzione di film italiani è notevole per numero di pellicole, i film italiani sono visti mediamente meno di quelli realizzati in altri paesi dell'UE.

Periodo: 2005-2015			
Paese	Pubblico, paesi europei*	N. film distribuiti	Pubblico medio
Regno Unito	566.103.258	1.145	494.413
Francia	267.374.237	2.177	122.818
Spagna	48.885.676	431	113.424
Belgio	28.570.933	252	113.377
Germania	88.728.525	1.112	79.792
Danimarca	16.928.933	262	64.614
Italia	35.880.897	608	59.015
Polonia	3.071.003	147	20.891
Paesi Bassi	4.334.747	220	19.703
Portogallo	893.780	72	12.414
*N.b. Esclude il paese di produzione			

Tab. 1 – *Dati relative alle figure 1 e 2*

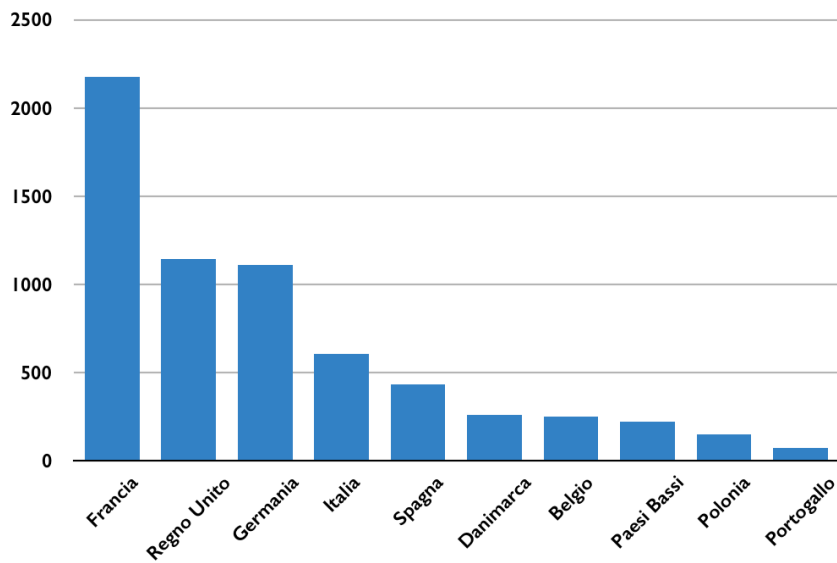


Fig. 1 – Numero di film distribuiti nei 28 mercati dell'UE, 2005-2015
(fonte: elaborazione su dati Lumiere Pro)

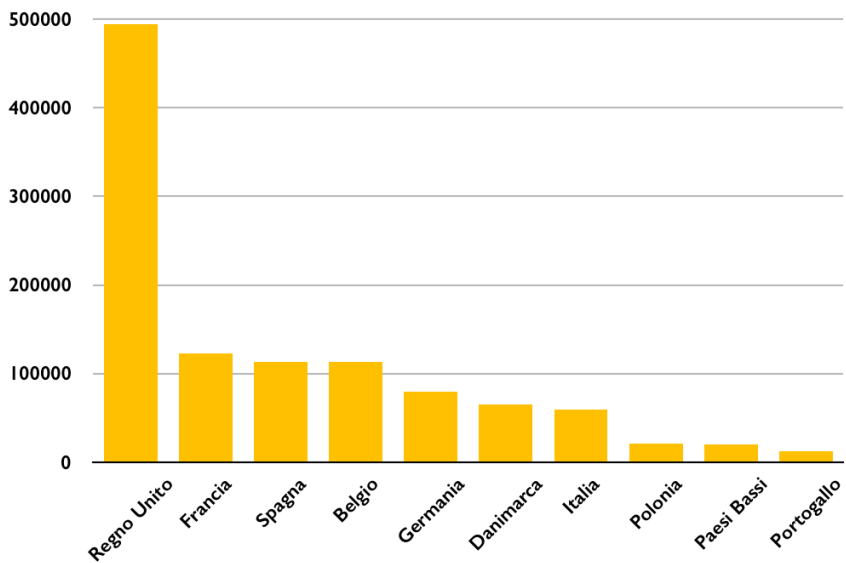


Fig. 2 – Il numero medio di spettatori per film distribuito nei 28 mercati dell'UE, 2005-2015
(fonte: elaborazione su dati Lumiere Pro)

3. *Problemi di metodologia*

Una spiegazione di questa performance poco brillante – alta distribuzione di pellicole ma relativamente bassa attrattiva del cinema italiano fra gli spettatori – richiede un’analisi che evidentemente va oltre i dati quantitativi, e costituisce un punto d’arrivo per l’intera ricerca.

L’obiettivo del progetto è, infatti, quello di produrre un’analisi approfondita di un campione di film, in grado di rappresentare i percorsi distributivi e di circolazione più significativi del cinema italiano contemporaneo. L’individuazione di questo campione è avvenuta attraverso un processo in quattro fasi. Come primo passo, si sono poste delle ipotesi sui motivi più rilevanti e sui contesti della circolazione del cinema italiano, e si sono perciò elaborate alcune ‘categorie’, che saranno di seguito illustrate. Si è poi individuato il numero di spettatori internazionali dei film, distribuiti nelle sale, che rientrano in ognuna di queste categorie, generando così un primo campione piuttosto largo. Questo ampio campione è stato poi ridotto a uno ‘ristretto’, comprendente venti film, che saranno oggetto di una ricerca approfondita con metodologia di tipo quali-quantitativa.

Procedendo in queste quattro fasi, si sono dovute imporre una serie di necessarie restrizioni. In primo luogo, è essenziale riconoscere che i dati utilizzati per individuare il campione ampio e poi ristretto partono sempre dalla sala, che resta la finestra di distribuzione non solo primaria in senso cronologico, ma anche, per così dire, «egemonica»⁵ per l’industria. Sebbene questa scelta sia giustificabile nella maggiore parte delle occorrenze – anche alla luce di un legame stretto, nel caso del cinema italiano esportato, tra il successo al botteghino e una effettiva presenza in altre finestre di circolazione – i casi in cui tale legame non sia scontato aprono anche una questione metodologica non irrilevante, alla luce, in particolare, delle difficoltà di reperimento di dati relativi alla presenza di film italiani in altre piattaforme distributive, come per esempio i canali televisivi di paesi europei o extra-europei.

La seconda restrizione è invece temporale: la focalizzazione della ricerca, nella composizione del campione, è compresa nel decennio 2007-2017⁶, con l’obiettivo di includervi un momento fondamentale e particolarmente significativo di cambiamento nell’ambito del ‘sistema dei media’ (la rivoluzione della distribuzione digitale), ma anche di portare

⁵ Cfr. G. DOYLE, *Understanding Media Economics*, Sage, London 2013.

⁶ Questo decennio si riferisce non alla produzione dei film nel campione, ma alla loro circolazione in sala.

l'attenzione quanto più vicina al presente, pur nei limiti della disponibilità dei dati, soprattutto di quelli più recenti.

La terza restrizione è, infine, di carattere geografico. Tenendo conto di fattori quali la rilevanza dei vari mercati per il cinema italiani, l'inclusione di Paesi con comunità significative di italiani espatriati o di seconda/terza generazione, e soprattutto di nazioni con affinità culturali e/o linguistiche, la ricerca si è focalizzata, nello specifico, sulla circolazione in quattro contesti: Francia, Svizzera, Regno Unito e Stati Uniti d'America.

4. *Le «categorie di circolazione» del cinema italiano*

Illustriamo dunque alcuni dei percorsi della circolazione del cinema italiano, nonché delle categorie rilevanti che hanno portato alla selezione di un campione 'ristretto' di casi oggetto di studio approfondito.

4.1 *Longsellers*

Un primo percorso rilevante è quello in cui si condensa un concetto estetico e critico di cinema nazionale⁷, con tutte le sue tensioni, ovvero i 'film storici e canonici' che vengono tuttora distribuiti nelle sale, sia durante festival cinematografici che, per esempio, in versioni restaurate. Questa prima categoria è denominabile come quella dei *longseller*. Per popolare questa prima categoria, sono stati ripercorsi tutti i film italiani prodotti prima del 2007 e distribuiti in sala dopo quella data, e sono stati individuati quelli che hanno trovato i pubblici più consistenti nei paesi di interesse. I primi cinque film che risultano da questa operazione di selezione sono: *Il giardino dei Finzi-Contini* (Vittorio De Sica, 1970); *Il conformista* (Bernardo Bertolucci, 1970); *L'ultimo bacio* (Gabriele Muccino, 2001); *L'innocente* (Luchino Visconti, 1976); *Divorzio all'italiana*, (Pietro Germi, 1961).

Si è deciso inoltre di includere anche alcuni film considerabili invece 'di culto', ovvero consumati generalmente da un numero inferiore di persone, ma capaci altresì di essere particolarmente influenti nella generazione di un'immagine del cinema italiano all'estero. Con questo obiettivo, si

⁷ Cfr. A. HIGSON, *The Concept of National Cinema*, in «Screen», n. 3, 4, 1989, pp. 36-47. Per maggiori approfondimenti, nell'ambito di questa ampia e fertile area di ricerca, cfr. A. HIGSON *The Limiting Imagination of National Cinema*, in *Cinema & Nation*, a cura di M. Hjort and S. MacKenzie, Routledge, London-New York 2000, pp. 57-68; e T. ELSAESSER, *European Cinema: Face to Face with Hollywood*, Amsterdam UP, Amsterdam 2004.

è incluso il caso specifico dei cosiddetti B-movie che rientrano nella sfera di influenza ‘tarantiniana’, ovvero riconducibile alla figura di Quentin Tarantino. Per dare una base concreta a questo tipo di circolazione – che è spesso molto frammentaria e difficile da ricostruire – si è analizzato il programma della rassegna «Italian Kings of the Bs», alla 61ª Mostra internazionale d’arte cinematografica di Venezia (a cura di Marco Giusti e Luca Rea, con ‘i padrini’ Quentin Tarantino e Joe Dante). Successivamente, si sono confrontati questi film con la loro presenza nelle sale cinematografiche dei nostri paesi di interesse. L’operazione ha mostrato come solo poche di queste pellicole abbiano trovato qualche forma di distribuzione, e, in particolare, solo *L’aldilà... e tu vivrai nel terrore*, di Lucio Fulci, del 1981, è stato effettivamente distribuito negli USA nel periodo preso in esame.

4.2 *Festival e premi*

Una seconda questione centrale è il rapporto tra la presenza mediatica di un film sulla scia di un successo legittimato da premi e/o dalla presenza a festival internazionali, e la sua successiva circolazione.

Per affrontarla, si sono presi in esami i film italiani presenti ai maggiori festival di cinema italiani (Venezia, Torino e Roma) e internazionali (Cannes, Locarno, Londra, New York, Sundance, Berlino, San Sebastian e Toronto), e i film vincitori di premi nazionali (Donatello, Globo d’oro e Nastro d’argento), ma anche le pellicole che hanno raccolto nomination e/o premi internazionali (Oscar, Golden Globe, César, BAFTA e EFA). Anche in questo caso, si è misurato successivamente il peso, in termini di biglietti venduti dei diversi film, nei paesi di oggetto d’esame. Da questo processo di selezione sono emerse alcune pellicole rilevanti: *La grande bellezza* e, più in generale, le opere di Paolo Sorrentino (per il successo agli Oscar nonché per la presenza abituale del regista al Festival di Cannes); alcuni documentari, tra cui *Le quattro volte* (Michelangelo Frammartino, 2010, a Cannes) e *Fuocoammare* (Gianfranco Rosi, 2016, vincitore a Berlino), e il lavoro complessivo di Luca Guadagnino.

4.3 *Tendenze di successo al botteghino*

Alcune categorie di circolazione si costituiscono a partire sia dai casi di maggiore successo, ma anche da quelli di particolari ‘fallimenti’ in sala. Le domande di ricerca alla base di queste categorie sono: che condizioni portano al successo di un film in Italia ma al suo insuccesso in mercati esteri? E perché altri film sono, al contrario, dei relativi successi all’estero,

ma non altrettanto in Italia? Quali sono i casi più rilevanti di successo in entrambi i contesti, domestico e internazionale?

Per identificare questi casi, è necessario definire una metodologia quantitativa più rigorosa. Il punto di partenza è rappresentato da tutti i film italiani distribuiti in Italia, in Francia, in Regno Unito, in Svizzera e negli Stati Uniti fra il 2007 e il 2017. Si è calcolato così il pubblico medio dei film usciti nello stesso periodo in Italia (225.000 biglietti) e all'estero (54.000 biglietti), e si sono selezionati i casi che più evidentemente vanno oltre la media in un contesto ma rimangono sotto la media nell'altro, insieme a quelli che risultano ben oltre la media in entrambi i contesti. Abbiamo poi identificato i casi più estremi che, necessariamente, sono stati distribuiti in *almeno due* dei mercati esteri presi in esame.

In queste categorie rientrano *Manuale d'amore 3* (Giovanni Veronesi, 2011), e un film di Luca Guadagnino, *Io sono l'amore* (2009). Il primo ha venduto 1.058.151 biglietti in Italia ma solo 24.950 in Francia e in Svizzera; il secondo è stato visto da un pubblico di poco inferiore al milione di individui nei quattro mercati d'interesse, ma solo da circa 50 mila persone in Italia. Un esempio di un film di relativo successo in Italia come all'estero è *Gomorra* (Matteo Garrone, 2008): il pubblico italiano è infatti misurabile nei 1.7 milioni di biglietti venduti, mentre all'estero (sempre nei quattro mercati di riferimento) in 946.160 biglietti. Tutti questi casi pongono delle questioni importanti relative al rapporto tra l'impatto culturale del cinema e il successo in sala, all'importanza dei generi (commedia vs. cinema d'autore), e ai risultati (positivi o meno) della promozione (oltre che della semplice distribuzione).

4.4 *Le istituzioni*

Nonostante la centralità per la ricerca della sala e del successo quantitativo dei film, abbiamo identificato anche alcuni casi che cercano di leggere il fenomeno della circolazione oltre questa stessa centralità. Un esempio a tal riguardo è rappresentato dai film distribuiti in contesti 'istituzionali'. Utilizzando i risultati di due contributi di un numero speciale di *Comunicazioni sociali* del 2016 – nello specifico l'articolo di Paolo Noto e Luca Peretti sul cinema italiano agli Istituti Italiani della Cultura, e quello di Danielle Hipkins e Dana Renga, sul cinema nei curricula universitari⁸ – abbiamo rintracciato la presenza del cinema in questi due

⁸ P. NOTO, L. PERETTI, *The Diplomatic Promotion of Italian Cinema in English-Speaking Countries*, «Comunicazioni sociali», n. 3, 2016, 398-411; D. HIPKINS, D. RENGA, *A New*

tipi di istituzioni. Il fine di questo percorso è stato quello di identificare i processi di legittimazione istituzionale del cinema nazionale, e i film che questi processi richiamano.

Come scrivono Noto e Peretti, però, e come Noto approfondisce nel suo contributo a questo volume, per quanto riguarda gli Istituti di Cultura la circolazione dei film sembra sostanzialmente obbedire a un principio di casualità. Una circolazione che pare influenzata da fattori contingenti o prettamente locali, quali la Giornata della Memoria (per una proiezione de *Il giardino dei Finzi-Contini*) o la presenza di un/a regista (ad esempio, Pif, per la proiezione di *La mafia uccide solo d'estate*). Per quanto riguarda le università, abbiamo confrontato le tendenze identificate da Hipkins e Renga, ovvero i casi più comunemente impiegati nelle lezioni, con il loro impatto nelle sale. I risultati in questo ambito si legano, per motivi ovvi, a certe riconosciute iconografie, tramite le quali ci si riferisce alla cultura italiana: dal dibattito sulla politica (*Il divo*, Paolo Sorrentino, 2008) a quello sulla criminalità organizzata (*Romanzo criminale*, Michele Placido, 2005) e sull'immigrazione (*Io sono Li*, Andrea Serge, 2011).

5. *La definizione di campione 'ristretto' e le ipotesi sulla circolazione*

Il processo di analisi descritto sommariamente qui sopra ha portato alla definizione di un campione piuttosto ampio, di alcune centinaia di film. Questo campione largo è stato poi ridotto a un numero più gestibile di film tramite un processo in due passi: selezione, in primo luogo, dei cinque film più significativi per ciascuna categoria; confronto e individuazione, in secondo luogo, dei film più rincorrenti *tra* le varie categorie. Questo ulteriore processo ha condotto alla selezione di 20 film che mostrano i percorsi di circolazione più diversi e interessanti, poiché incarnano e rappresentano una o più categorie fra quelle individuate in fase preliminare. I venti film del campione ristretto sono perciò i seguenti, ognuno rappresentativo di una o più categorie di circolazione:

1. *A Bigger Splash* (Luca Guadagnino, 2015);
2. *Buongiorno notte* (Marco Bellocchio, 2003);

Canon? Contemporary Italian Cinema and Television and the Role of Quality in the Anglophone Curriculum «Comunicazioni sociali» n. 3, 2016, 375-397. Il numero speciale, intitolato «Italian Quality Cinema Institutions, Taste, Cultural Legitimation», è a cura di C. Bisoni, D. Hipkins e P. Noto.

3. *Cesare deve morire* (Paolo e Vittorio Taviani, 2012);
4. *Fuocoammare* (Gianfranco Rosi, 2016);
5. *Gomorra* (Matteo Garrone, 2008);
6. *Habemus Papam* (Nanni Moretti, 2011);
7. *Il conformista* (Bernardo Bertolucci, 1970);
8. *Il giardino dei Finzi-Contini* (Vittorio De Sica, 1970);
9. *Io sono l'amore* (Luca Guadagnino, 2009);
10. *Laldilà... e tu vivrai nel terrore* (Lucio Fulci, 1981);
11. *L'ultimo bacio* (Gabriele Muccino, 2001);
12. *La bestia nel cuore* (Cristina Comencini, 2005);
13. *La grande bellezza* (Paolo Sorrentino, 2013);
14. *Le quattro volte* (Michelangelo Frammartino, 2010);
15. *Nuovomondo* (Emanuele Crialesi, 2006);
16. *Pranzo di ferragosto* (Gianni di Gregorio, 2008);
17. *Romanzo criminale* (Michele Placido, 2005);
18. *Saturno contro* (Ferzan Ozpetek, 2007);
19. *To Rome with Love* (Woody Allen, 2013);
20. *Youth* (Paolo Sorrentino, 2015).

Selezionato attraverso il complesso processo qui descritto, questo campione ristretto rappresenta dunque diverse ragioni di circolazione del cinema italiano, e consente, nella fase successiva della ricerca, di passare da un approccio 'macro' a uno 'micro': ciascun caso viene analizzato qualitativamente, seguendo la sua presenza nelle varie finestre di circolazione (dunque oltre la sala), nonché per il suo impatto socio-culturale. L'approccio qui descritto ha permesso di identificare una serie di ipotesi circa le tendenze di circolazione, senz'altro basate, in misura rilevante, sulle performance in sala, ma capaci di includere anche altri fattori (ad esempio il ruolo di alcune istituzioni come gli Istituti di cultura o le università internazionali). Queste ipotesi sulle ragioni e i percorsi di circolazione del cinema italiano andranno poi testate e approfondite. La definizione di un campione ristretto permette inoltre di condurre la ricerca nelle varie direzioni individuate nella prima parte di questo saggio (ovvero dalla 'distribuzione' alla 'circolazione'), considerando, da un lato i fattori economici, istituzionali, culturali e sociali che caratterizzano la circolazione del cinema italiano, ma anche dall'altro il suo *impatto* – di nuovo: economico, istituzionale, sociale e, soprattutto, culturale.