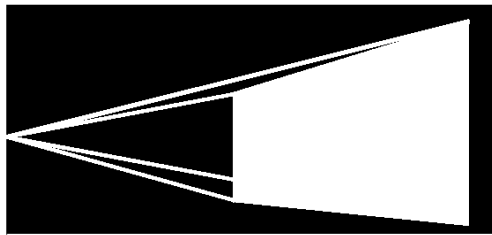


**CINEMA D'EUROPA**



**MEDIA SALLES**

**SAT Expo 2009  
Roma, 19 marzo 2009**

**“Cinema:  
scenari del digitale prossimo venturo  
- un anno dopo -”**

**Intervento di Elisabetta Brunella  
Segretario Generale di MEDIA Salles**

**"Lo stato della diffusione delle sale digitali e 3D in  
Italia ed Europa"**

**Documentazione per i partecipanti**

MEDIA Salles  
Piazza Luigi di Savoia 24  
20124 Milano  
Tel. +39 02 67397823  
Fax +39 02 6690410  
E-mail: [infocinema@mediasalles.it](mailto:infocinema@mediasalles.it)

# LA SITUAZIONE DEL CINEMA DIGITALE IN EUROPA

## AL 30 GIUGNO 2008

### AUMENTANO DEL 25% GLI SCHERMI DIGITALI IN EUROPA

Sono cresciuti del 25% in sei mesi gli schermi digitali nei cinema d'Europa: questo è il principale dato che emerge dalla situazione al 30 giugno 2008 elaborata da MEDIA Salles, l'organizzazione che opera in campo cinematografico col supporto del Programma MEDIA dell'Unione Europea e del Governo Italiano.

I dati annunciati lo scorso 27 febbraio, a Londra, durante la sesta edizione del corso "DigiTraining Plus", mostrano un totale di 1.120 schermi dotati di proiettori con tecnologia DLP Cinema o CineAlta 4K, situati in 609 complessi. Sei mesi prima gli schermi erano 897, in 550 siti.

Continua ad aumentare il numero medio di schermi digitali per complesso, giunto ora a 1,8: questo conferma che le società di esercizio tendono a collocare una maggior quantità di proiettori digitali nello stesso cinema, in modo da assicurare la presentazione digitale per tutto il ciclo della vita commerciale di un film, sia quando la richiesta è più forte sia quando si tratta di soddisfare la coda della domanda.

Il Regno Unito, con 298 unità, si conferma come il paese col più elevato numero di proiettori digitali, seguito da Germania (164) e Francia, ora praticamente alla pari (162). A crescere più della media europea sono la Francia, che più che raddoppia i suoi schermi digitali, da 66 a 162, e l'Italia, che passa da 38 a 57. Tra i mercati di dimensioni minori si registrano tassi di crescita importanti in Portogallo (da 14 a 26), in Svizzera (da 16 a 23) e in Finlandia (da 1 a 6).

Sull'aumento degli schermi digitali europei nel 2008 ha influito soprattutto la decisione assunta da CGR, la terza società di esercizio francese, che ha iniziato per prima la conversione dei suoi circa 400 schermi. La tendenza alla crescita registrata nel primo semestre dell'anno dovrebbe risultare confermata anche nel secondo, stando ai dati provvisori già disponibili, che mostrano che all'installazione di proiettori digitali si accompagna sempre di più l'installazione del sistema accessorio per la proiezione stereoscopica. I film in 3D, insomma, sono una delle motivazioni più forti oggi per la transizione al digitale.

Elisabetta Brunella  
Segretario Generale  
MEDIA Salles

I dati completi sugli schermi digitali in Europa al 30 giugno 2008 sono disponibili a questo indirizzo:

[www.mediasalles.it/ybk08\\_berlin/index4.htm](http://www.mediasalles.it/ybk08_berlin/index4.htm)

## NUMERO TOTALE DI CINEMA E SCHERMI DIGITALI IN EUROPA PER PAESE

Paese	1° GENNAIO 2008		30 GIUGNO 2008		VAR. %	
	Numero totale di cinema	Numero totale di schermi	Numero totale di cinema	Numero totale di schermi	cinema	schermi
A	17	35	19	38	11,76	8,57
B	16	76	17	77	6,25	1,32
BG	2	4	3	6	50,00	50,00
CH	13	16	17	23	30,77	43,75
CZ	1	1	1	1	-	-
D	72	151	73	164	1,39	8,61
DK	4	6	8	10	100,00	66,67
E	21	33	23	39	9,52	18,18
F	44	66	43	162	-2,27	145,45
FIN	1	1	4	6	300,00	500,00
GR	2	2	2	2	-	-
HR	.	.	1	1		
HU	2	2	3	6	50,00	200,00
I	21	38	35	57	66,67	50,00
IRL	12	36	11	39	-8,33	8,33
ISL	2	3	2	3	-	-
L	2	13	3	14	50,00	7,69
N	24	35	23	38	-4,17	8,57
NL	18	34	18	36	-	5,88
P	14	14	23	26	64,29	85,71
PL	7	8	7	12	-	50,00
RO	.	.	1	4		
RU	27	31	38	48	40,74	54,84
S	5	5	7	7	40,00	40,00
SI	2	2	2	2	-	-
TR	1	1	1	1	-	-
UK	220	284	224	298	1,82	4,93
<b>Totale</b>	<b>550</b>	<b>897</b>	<b>609</b>	<b>1120</b>	<b>10,73</b>	<b>24,86</b>

**NUMERO TOTALE DI CINEMA E SCHERMI DIGITALI IN EUROPA PER SOCIETÀ D'ESERCIZIO AL 30 GIUGNO 2008**

Paese	Società	Numero totale di cinema	Numero totale di schermi
B, E, F	KINEPOLIS	20	110
F	CGR	11	95
UK	CINEWORLD GROUP	63	72
UK	VUE	38	51
UK	ODEON CINEMAS	23	47
B, F, L, NL	UTOPIA GROUP	8	30
UK	CITY SCREEN	16	25
A	CINEPLEX	10	22
D	WOLFRAM WEBER - CINECITTA	1	20
RU	CINEMA PARK	9	15
CH, F, NL	EUROPALACES	9	14
UK	EMPIRE CINEMAS	6	13
I	GIOMETTI CINEMA	6	12
I	GRUPPO FURLAN CINECITY	4	11
IRL	MOVIES @	2	11
P	LUSOMUNDO	10	10
A, D, I, P	UCI	8	10
IRL	WARD ANDERSON	3	10
DK	NORDISK FILM CINEMAS	7	9
NL	JOGCHEM'S THEATERS	5	8
S	FH&P	7	7
E	CINESA	6	7
A	HOLLYWOOD MEGAPLEX	4	7
P	NLC NEW LINEO CINEMAS	4	7
D	UFA	4	7
I	ARCADIA	3	7
N	BERGEN KINO AS	2	7
HU, PL	CINEMA CITY	2	7

# LA SITUAZIONE DEL CINEMA DIGITALE AL 1° GENNAIO 2008

## PIÙ CHE RADDOPPIATI GLI SCHERMI DIGITALI NEL GIRO DI 12 MESI

Tra il 1° gennaio 2007 e il 1° gennaio 2008 sono più che raddoppiati gli schermi digitali nel mondo, dotati di tecnologia DLP Cinema o CineAlta 4K, passando da 2.862 a 6.288, con un incremento medio del 120%. In realtà, se si guardano le diverse aree geografiche, la crescita è stata tutt'altro che omogenea: il Nord America ha avuto un incremento del 134%, che ne ha aumentato il distacco nei confronti degli altri continenti e confermato la leadership assunta nel 2006. Nel giro di due anni il Nord America è passato infatti a rappresentare da circa il 29% al 73% dell'infrastruttura digitale, scalzando l'Asia che della proiezione digitale era stata considerata la culla.

Nello stesso periodo, l'Europa ha visto passare gli schermi digitali da 527 a 897 (122% d'incremento): pur con tassi di crescita importanti che ne hanno fatto il secondo mercato mondiale, si trova quindi in posizione staccata, soprattutto se si considera che il numero totale dei suoi schermi equivale a oltre tre quarti di quello del Nord America, mentre, per quanto riguarda il digitale, il rapporto scende a un quinto.

L'Asia nel 2007 è salita a 786 schermi, con un incremento leggermente superiore alla media (122%) che l'ha portata a sfiorare circa il 13% del totale delle installazioni mondiali.

### **La transizione al digitale: fenomeno irreversibile**

Che la transizione al digitale sia un fenomeno irreversibile lo pensano ormai "gli addetti ai lavori" e lo provano le cifre: negli Stati Uniti - il più importante mercato mondiale per il consumo di cinema sul grande schermo - circa il 15% delle sale risulta, nel 2008, già equipaggiato per il digitale.

In questo scenario la questione che resta aperta riguarda il "come": in particolare come venga finanziata la transizione ma anche come si possa ottenere che questo processo coinvolga tutti i cinema esistenti.

### **Come finanziare la transizione, coinvolgere i vari segmenti della filiera, includere tutte le sale?**

#### **Modelli economici: il VPF**

Per spiegare il balzo in avanti del Nord America si cita sempre, oltre alla pubblicazione delle specifiche DCI, avvenuta nel 2005, l'adozione su ampia scala di un modello di business mirato a finanziare la transizione, il cosiddetto VPF, basato sulla partecipazione finanziaria dei distributori, il segmento della filiera cinematografica a cui si prevede andrà la maggior parte dei vantaggi economici, agli investimenti necessari per l'adeguamento tecnologico delle sale.

L'adozione del VPF si è rivelata particolarmente agevole in un mercato come quello nordamericano caratterizzato da un numero relativamente limitato di players. Non solo i 6 studios pesano sulla distribuzione statunitense per circa il 90%, ma anche le principali società di esercizio controllano quantità di schermi impensabili per la realtà europea: Regal, per esempio, numero uno tra gli esercenti, conta ben 6.782 sale, sulle circa 39.000 dell'intero Paese. Che la formula VPF, che prevede l'intervento del cosiddetto "integrator" che funge da "third party" tra distribuzione ed esercizio, sia stato uno dei motori della digitalizzazione nel Nord America, è ormai assodato.

#### **Il VPF in Europa**

In un contesto decisamente più frammentato come quello europeo, dove accanto agli studios che detengono mediamente il 70% del mercato, ci sono centinaia di case distributrici e una pluralità di società di esercizio, il modello VPF ha trovato sinora più difficoltà nell'applicazione pratica.

Gli integrators che si sono proposti per il mercato europeo - come Arts Alliance Media, XDC e Ymagis - hanno continuato nel 2007 i loro sforzi per siglare accordi con le majors. Durante il primo semestre del 2008 sia AAM sia XDC hanno annunciato di aver raggiunto questo traguardo e di essere pronte a includere nei loro schemi diverse migliaia di schermi.

Gli ultimi mesi del 2007 hanno visto un'importante novità: CGR, il terzo circuito francese, forte di 400 schermi, ha annunciato di aver firmato un accordo, basato sulla formula del VPF, con Arts Alliance Media nel ruolo di "integrator". Questa decisione ha di fatto dato il via a una nuova fase della digitalizzazione in Francia, fenomeno rimasto sino allora perlopiù limitato alla fase preparatoria e di concertazione tra poteri pubblici e imprese private.

Al 30 giugno del 2008 gli schermi digitali in Francia sono saliti a quota 162. Di questi, 95 appartengono a CGR, che mira a una digitalizzazione pressoché completa dei suoi cinema.

Degli ultimi mesi sono pure gli accordi siglati da XDC in Austria, con Cineplexx, e in Portogallo, con ZON Lusomundo, per la digitalizzazione rispettivamente di 193 e 180 schermi.

Che il VPF non possa essere considerato il “rimedio universale” per la digitalizzazione dei cinema europei è riconosciuto da molti: le sale che basano la loro programmazione su una maggioranza di film nazionali, locali o comunque non distribuiti dalla majors difficilmente potranno beneficiare di questo schema. Da più parti, quindi – esercenti con minore potere contrattuale, organizzazioni professionali, istituzioni pubbliche – si levano voci preoccupate sulle “vittime” che il VPF mieterebbe. “Federare” o “integrare” gli schermi che gli studios considerano meno appetibili è diventato un obiettivo largamente condiviso. In quest’ottica si muove per esempio il gruppo di lavoro avviato in Francia dal CNC sul modello economico, che ha pubblicato il suo rapporto nell’aprile del 2008 e che è ora impegnato ad esaminare le forme mutualistiche che dovrebbero consentire una transizione digitale che riguardi l’insieme delle sale e preservi le diversità che caratterizzano il parco sale francese.

### ***Iniziative collettive, nel settore pubblico e in quello privato***

Se in Francia è ancora prevalente l’attività di analisi e studio, in Norvegia si è già individuata una modalità operativa.

Nel 2008 Film&Kino, l’organizzazione che raggruppa i cinema municipali del Paese – cioè la stragrande maggioranza - e che raccoglie la tassa sui biglietti cinematografici (circa il 2,5%) e sui dvd, ha avuto dal Governo il via libera ad utilizzare un “tesoretto” che nasce dai risparmi sull’impiego di queste entrate annuali per cofinanziare un passaggio al digitale che sia non solo veloce, ma anche completo. Il Governo norvegese ritiene di dover garantire ampie possibilità di accesso alla fruizione cinematografica da parte di tutti i cittadini, anche di coloro che vivono in zone dove le sale non riuscirebbero, se lasciate in balia del mercato, a trovare un equilibrio economico. Per questo intende assicurare che la transizione digitale coinvolga tutti i 440 schermi attuali, creando benefici per le sale più piccole e dando loro nuove opportunità.

Il modello economico che è stato individuato per coprire il costo totale dell’operazione, stimato a circa 50 milioni di euro, si basa sull’investimento di Film&Kino e delle sale, che arriverà a circa 33 milioni di euro a cui si dovrà aggiungere una cifra corrispondente a circa il 40% della spesa totale, generata dalla distribuzione sulla base di accordi VPF in corso di negoziazione con gli studios.

Da un piccolo territorio al maggior mercato mondiale: le esigenze specifiche delle società di esercizio medio-piccole sono state portate alla ribalta anche negli Stati Uniti. Qui, NATO, l’associazione degli esercenti, ha creato CBG, un gruppo d’acquisto a cui aderiscono 600 società statunitensi e canadesi per un totale di ottomila schermi, che ha l’obiettivo di rendere possibile la transizione al digitale anche delle catene che da sole non sarebbero in grado di beneficiare del modello VPF. Ad agire come “integrator” è stato scelto, nel primo semestre del 2008, Access IT che non solo installerà le attrezzature – rispondenti alle specifiche DCI - ma fornirà anche la formazione e l’assistenza tecnica e gestionale. Obiettivo dichiarato dell’operazione, a cui molte organizzazioni professionali europee guardano con interesse, è assicurare agli esercenti indipendenti sopravvivenza e sviluppo nell’era digitale.

### ***La tecnologia: garantire la qualità e le prestazioni per rendere più sicuri gli investimenti***

Sono ormai alle spalle i tempi in cui le domande prioritarie sulla tecnologia riguardavano la qualità dell’immagine fornita dal proiettore digitale. Oggi l’accento si è spostato sugli standard, ma ancora più precisamente sull’affidabilità dell’intero sistema, inclusa per esempio la generazione e la gestione delle chiavi di accesso, o le modalità atte a garantire che attrezzature e materiali rispettino gli standard. In quest’ottica si collocano le iniziative prese da organismi quali, in Francia, la CST e il CNC e, in Germania, la FFA che lavorano non solo individualmente, ma anche di concerto e in collegamento con organizzazioni d’Oltreoceano come la SMPTE.

### ***Contenuti: aumenta la disponibilità di film digitali, in 3D e dei contenuti alternativi***

Il 2008 ha visto consolidarsi la tendenza, per le produzioni di Hollywood, ad essere disponibili anche in formato digitale, soprattutto nei mercati di lingua inglese.

Ugualmente si rafforza la percezione che la proiezione stereoscopica possa costituire un elemento trainante per la diffusione della tecnologia digitale.

Continuano infatti ad aumentare le installazioni destinate alla proiezione 3D, ormai intorno alle duemila unità, così come l’offerta di titoli. RealD, leader del mercato a livello mondiale, ha annunciato che nei prossimi due anni prevede di consegnare 5.500 dei suoi sistemi, basati su occhiali passivi, “usa e getta”.

Previsioni ottimistiche vengono anche da due altri fornitori di tecnologia, quali Dolby e Xpand, mentre le case di produzione statunitensi hanno già annunciato per il prossimo biennio l’uscita di una ventina di titoli.

Consentire allo spettatore un’esperienza unica, non replicabile fra le pareti domestiche, e allo stesso tempo fornire agli esercenti un prodotto che può essere venduto a un prezzo più elevato: queste le “promesse” della proiezione stereoscopica.

Sul fronte dei film in 3D, il 2008 ha visto, nel mese di luglio, l’uscita di *Journey to the Center of the Earth*, presentato da Dan Fellmann, Presidente di Warner Bros Distribution, come il primo lungometraggio narrativo

in 3D, girato con veri attori. Sempre nel 2008 è iniziata la distribuzione su scala mondiale di *Fly me to the Moon*, produzione in 3D “made in Belgium”, evento eccezionale in un campo che è appannaggio dell’industria nordamericana.

Nel settore dei contenuti alternativi, la visual music sembra il prodotto più interessante: dall’opera lirica ai ritmi cubani si amplia l’offerta nell’intento di proporre eventi speciali – molto spesso “live” - con cui le sale possano attirare fasce di pubblico aggiuntive, specialmente nei momenti meno favorevoli alle proiezioni cinematografiche.

### **Prospettive future**

Annunci fatti da importanti società, sia sul fronte dei fornitori di tecnologia e servizi sia su quello della produzione e dell’esercizio, lasciano intendere che il prossimo biennio dovrebbe vedere una diffusione della proiezione digitale più ampia e più rapida. La prossima fase dello sviluppo nel Nord America, secondo DCIP, il consorzio avviato nel 2007 da quattro primari circuiti, dovrebbe aggiungere 20.000 unità all’attuale offerta di schermi digitali. In Europa il 2008 ha mostrato che si stanno attivando anche le catene di una certa dimensione dopo anni in cui i protagonisti della prima fase della digitalizzazione sono stati principalmente esercenti indipendenti e circuiti di piccole/medie dimensioni, con qualche eccezione come, per esempio, il gruppo Kinopolis, primo tra gli Europei, alla fine del 2007, con 92 schermi digitali. Significativa è anche la scelta annunciata da Scrabble Entertainment che adotterà proiettori con tecnologia DLP Cinema in un mercato come quello indiano, sinora regno della pellicola e dell’e-cinema. Ed infine può valer la pena citare che alla digitalizzazione delle sale guarda con interesse anche il mondo della pubblicità che dalla nuova tecnologia si aspetta vantaggi come tempi di uscita allineati con quelli della tv, ridottissimi costi di produzione dei materiali, possibilità di modulare le campagne a seconda del target, del genere e del film. E che spera che la nuova tecnologia riesca a dare una svolta innovativa a un mezzo tradizionale, come già accaduto per le affissioni dove la carta cede il passo agli schermi digitali.

Previsioni interessanti, dunque, per la transizione digitale, ma decisamente impegnative dal punto di vista degli investimenti necessari: ci si augura perciò che riescano a superare le difficili sfide di un 2009 che si apre, per l’economia mondiale, nel segno di una profonda crisi.

Elisabetta Brunella  
Segretario Generale  
MEDIA Salles

I dati sugli schermi digitali nel mondo al 1° gennaio 2008 sono disponibili a questo indirizzo:

[http://www.mediasalles.it/ybk08\\_berlin/index3.htm](http://www.mediasalles.it/ybk08_berlin/index3.htm)