

fra 3,4 e 3,8. I valori minimi si registrano invece in Basilicata e Molise (1,9) e in Calabria (1,3).

La tabella 4 mostra invece la mappatura completa dei cinema e degli schermi comunque in attività nel nostro Paese, suddivisi per ambito regionale.

In Italia, risultano attivi 2.828 locali cinematografici, di cui 2.165 (il 76,6% del totale) sono monosale (ovvero cinema con un solo schermo), e 663 (pari al 23,4%) sono cinema con almeno due schermi.

Per numero complessivo degli schermi, che ammontano a 5.347, la situazione precedente si ribalta poiché gli schermi attivi presso le monosale (2.165) rappresentano solo il 40,5% del totale, a fronte del 59,5% fatto registrare dalle multisale (3.182 schermi).

Tabella 4 Riepilogo nazionale del numero dei locali e del numero degli schermi (2011)

REGIONE	N. LOCALI CINEMATOGRAFICI				TOTALE LOCALI	N. SCHERMI				TOTALE SCHERMI
	Monosala	% su totale Regione	Multisala	% su totale Regione		Monosala	% su totale Regione	Multisala	% su totale Regione	
Abruzzo	27	65,9	14	34,1	41	27	23,9	86	76,1	113
Basilicata	21	87,5	3	12,5	24	21	63,6	12	36,4	33
Calabria	42	84,0	8	16,0	50	42	61,8	26	38,2	68
Campania	95	66,0	49	34,0	144	95	28,2	242	71,8	337
Emilia-Romagna	256	82,6	54	17,4	310	256	46,7	292	53,3	548
Friuli- Venezia Giulia	37	72,5	14	27,5	51	37	33,9	72	66,1	109
Lazio	109	55,1	89	44,9	198	109	19,7	444	80,3	553
Liguria	63	75,0	21	25,0	84	63	40,6	92	59,4	155
Lombardia	526	86,1	85	13,9	611	526	52,7	472	47,3	998
Marche	74	70,5	31	29,5	105	74	30,2	171	69,8	245
Molise	9	90,0	1	10,0	10	9	47,4	10	52,6	19
Piemonte	139	73,2	51	26,8	190	139	37,6	231	62,4	370
Puglia	111	72,5	42	27,5	153	111	38,0	181	62,0	292
Sardegna	36	66,7	18	33,3	54	36	28,3	91	71,7	127
Sicilia	124	72,1	48	27,9	172	124	41,5	175	58,5	299
Toscana	185	78,1	52	21,9	237	185	45,5	222	54,5	407
Trentino-Alto Adige	80	81,6	18	18,4	98	80	60,2	53	39,8	133
Umbria	36	78,3	10	21,7	46	36	39,6	55	60,4	91
Valle d'Aosta	8	66,7	4	33,3	12	8	40,0	12	60,0	20
Veneto	187	78,6	51	21,4	238	187	43,5	243	56,5	430
Totale complessivo	2.165	76,6	663	23,4	2.828	2.165	40,5	3.182	59,5	5.347

Fonte: Elaborazione Osservatorio dello Spettacolo su dati SIAE

Analizzato per ambito territoriale, la netta prevalenza dei locali monosala si registra in Molise (90%) e, con valori superiori all'80%, in Basilicata, Lombardia, Calabria, Emilia Romagna, Trentino Alto Adige; il valore minimo (comunque mai inferiore al 50% dei cinema della regione) si raggiunge nel Lazio (55,1%). Sono undici le regioni (Abruzzo, Campania, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Marche, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia, Valle d'Aosta) che si attestano al di sotto del dato medio nazionale di incidenza delle monosale, a testimonianza del lento ma inarrestabile processo di trasformazione strutturale del settore.

Ragionando invece in termini di schermi, la prevalenza di quelli operanti all'interno delle monosale si raggiunge in Basilicata, Calabria e Trentino Alto Adige (oltre il 60%) ed in Lombardia (52,7%), mentre in tutte le altre regioni la soglia è inferiore al 50% , con i minimi del 28% toccati in Campania e Sardegna dove evidentemente l'espansione delle multisale nel corso degli anni ha assunto (peraltro come avviene nelle Marche) un carattere accentuato e pressoché esclusivo.

Rispetto alla media nazionale di incidenza delle multisale sugli schermi in attività, una percentuale superiore al 59,5% si riscontra in dieci regioni, con valori compresi fra l'80,3% del Lazio ed il 60% di Umbria e Valle d'Aosta, mentre valori inferiori al 50% si evidenziano in Basilicata, Calabria, Lombardia e Trentino Alto Adige.

La Tabella 5 rielabora le medesime informazioni nell'ottica di valutare l'incidenza del di ogni singola regione sul panorama nazionale.

Tabella 5 Incidenza regionale del numero di locali e di schermi sul dato nazionale (2011)

REGIONE	N. LOCALI CINEMATOGRAFICI				TOTALE		N. SCHERMI				TOTALE	
	Monosala	% su totale nazionale	Multisala	% su totale nazionale	N. Locali	% su totale nazionale	Monosala	% su totale nazionale	Multisala	% su totale nazionale	N. Schermi	% su totale nazionale
Abruzzo	27	1,2	14	2,1	41	1,4	27	1,2	86	2,7	113	2,1
Basilicata	21	1,0	3	0,5	24	0,8	21	1,0	12	0,4	33	0,6
Calabria	42	1,9	8	1,2	50	1,8	42	1,9	26	0,8	68	1,3
Campania	95	4,4	49	7,4	144	5,1	95	4,4	242	7,6	337	6,3
Emilia-Romagna	256	11,8	54	8,1	310	11,0	256	11,8	292	9,2	548	10,2
Friuli- Venezia Giulia	37	1,7	14	2,1	51	1,8	37	1,7	72	2,3	109	2,0
Lazio	109	5,0	89	13,4	198	7,0	109	5,0	444	14,0	553	10,3
Liguria	63	2,9	21	3,2	84	3,0	63	2,9	92	2,9	155	2,9
Lombardia	526	24,3	85	12,8	611	21,6	526	24,3	472	14,8	998	18,7
Marche	74	3,4	31	4,7	105	3,7	74	3,4	171	5,4	245	4,6
Molise	9	0,4	1	0,2	10	0,4	9	0,4	10	0,3	19	0,4
Piemonte	139	6,4	51	7,7	190	6,7	139	6,4	231	7,3	370	6,9
Puglia	111	5,1	42	6,3	153	5,4	111	5,1	181	5,7	292	5,5
Sardegna	36	1,7	18	2,7	54	1,9	36	1,7	91	2,9	127	2,4
Sicilia	124	5,7	48	7,2	172	6,1	124	5,7	175	5,5	299	5,6
Toscana	185	8,5	52	7,8	237	8,4	185	8,5	222	7,0	407	7,6
Trentino-Alto Adige	80	3,7	18	2,7	98	3,5	80	3,7	53	1,7	133	2,5
Umbria	36	1,7	10	1,5	46	1,6	36	1,7	55	1,7	91	1,7
Valle d'Aosta	8	0,4	4	0,6	12	0,4	8	0,4	12	0,4	20	0,4
Veneto	187	8,6	51	7,7	238	8,4	187	8,6	243	7,6	430	8,0
Totale complessivo	2.165	100,0	663	100,0	2.828	100,0	2.165	100,0	3.182	100,0	5.347	100,0

Fonte: Elaborazione Osservatorio dello Spettacolo su dati SIAE

Dei 2.828 locali cinematografici attivi in Italia, il 21,6% è collocato in Lombardia (611 cinema), e l'11% in Emilia Romagna (310); tra i 100 e i 200 cinema si posizionano Toscana e Veneto (8,4% le totale), Lazio (7%), Piemonte (6,7%), Sicilia (6,1%), Puglia (5,4%), Campania (5,1%), Marche (3,7%). Al di sotto dei 100 cinema si trovano tutte le altre regioni con i valori inferiori o uguali a 50 in Abruzzo, Basilicata, Calabria, Molise (con il minimo di 10), Umbria e Valle d'Aosta.

Per tipologia di cinema, delle 2.165 monosale, il 24,3% opera in Lombardia (526) e l'11,8% in Emilia Romagna (256) – complessivamente il 36,1% del totale. Tra le 100 e le 200 monosale si trovano Veneto (8,6%), Toscana (8,5%), Piemonte (6,4%), Sicilia (5,7%), Puglia (5,1%), Lazio (5%). Fra 50 e 100 monosale si posizionano Campania, Liguria, Marche, Trentino Alto Adige, mentre numeri inferiori presentano le restanti regioni con il minimo di 8 monosale in Valle d'Aosta.

Rispetto alla 663 multisale censite, 89 operano nel Lazio (il 13,4% del totale) e 85 in Lombardia (il 12,8%). Presentano più di 50 multisale Emilia Romagna, Piemonte, Toscana e Veneto (complessivamente il 31,3% del totale), mentre meno di 10 multisale si hanno in Basilicata, Calabria, Molise (un'unica multisala), e Valle d'Aosta.

Analizzando l'incidenza di ogni regione sul numero complessivo degli schermi attivi (5.347), sono tre le regioni a presentare valori percentuali a doppia cifra: Lombardia, 998 schermi (18,7% del totale); Lazio, 553 schermi (10,3%); Emilia Romagna, 548 schermi (10,2%). Oltre 400 schermi sono presenti in Toscana e Veneto ed oltre 300 in Piemonte e Campania; fra 100 e 300 schermi si collocano Abruzzo, Friuli Venezia Giulia, Liguria, Marche, Puglia, Sardegna, Sicilia e Trentino Alto Adige, mentre Basilicata, Calabria, Molise e Valle d'Aosta costituiscono complessivamente il 2,7% del parco schermi italiano

Per schermi attivi in multisale l'incidenza regionale più elevata si ha in Lombardia e Lazio (complessivamente il 28,8% del totale); in tutte le altre regioni la percentuale è inferiore al 10%, con Emilia Romagna, Campania, Piemonte, Toscana e Veneto a rappresentare circa il 39% di tale fattispecie. Le incidenze minime (inferiori all'1% del totale) si riscontrano invece in Basilicata, Calabria, Molise e Valle d'Aosta (complessivamente l'1,9%).

3. Gli investimenti sulle sale cinematografiche

Secondo il Rapporto "Il mercato e l'industria del cinema in Italia – 2011" realizzato dalla Fondazione Ente dello Spettacolo, non esistono studi dettagliati sugli investimenti operati sulle sale cinematografiche e che ne alimentano lo sviluppo e l'aggiornamento tecnologico. Gli impieghi ruotano intorno a quattro filoni:

- immobiliare, per la costruzione ed apertura di nuove strutture o per la riconversione di complessi monosala in multisala; nel 2011 sono entrati in funzione quattro complessi multiplex ed altrettanti sono in via di realizzazione, con un evidente rallentamento rispetto agli anni precedenti;
- digitalizzazione degli impianti, con l'ulteriore opzione alla proiezione del film in 3D;
- raccolta pubblicitaria, per la parte relativa alla diffusione di annunci promozionali correlati ai film;
- attività di marketing e comarketing legate al lancio di nuovi titoli o finalizzati a fidelizzare il pubblico a o acquisire nuovi spettatori.

L'attività più intensa continua ad essere quella della digitalizzazione degli impianti, un processo di trasformazione che coinvolge le strutture di tutto il globo e che MEDIA Salles, che ha collaborato alla realizzazione del presente studio, analizza e monitorizza costantemente.

Dalle rilevazioni condotte da MEDIA Salles in 35 Paesi europei, nel 2011 18.527 schermi si sono dotati di proiettori digitali (+79,3% rispetto al 2010), superando il 50% del totale degli schermi. Questa è una soglia psicologica importante e che avvicina il momento in cui le case di distribuzione metteranno a disposizione i loro contenuti in formato esclusivamente in formato digitale, e quando ciò avverrà i cinema non ancora convertiti troveranno difficoltà nel reperire i contenuti, così rischiando la definitiva chiusura.

Il processo procede a ritmi sostenuti anche nel nostro Paese: i complessi digitalizzati, con particolare attivismo per i multiplex, sono passati da 46 del 2009, a 290 nel 2010, a 474 nel 2011, aggiornando rispettivamente 80, 434 e infine 912 schermi, in un rapporto sale/schermi in costante crescita (da 1,5 a 1,9); inoltre, in questi impianti sono stati adeguati alle proiezioni in 3D 842 schermi (il 92,3% del totale). Ciò dimostra che il 3D ha trasformato il digitale in una scelta di investimento redditizia per larga parte dell'esercizio cinematografico, permettendo la vendita di biglietti a prezzo maggiorato.

4. Il dettaglio della digitalizzazione delle sale in Italia

Al termine di queste considerazioni, diamo ora spazio all'esame del livello di digitalizzazione raggiunto dalle sale cinematografiche, uno tra i temi di cui si occupa a livello nazionale ed europeo MEDIA Salles e che ha collaborato alla realizzazione del presente paragrafo.

Le informazioni relative al panorama italiano si riferiscono ai cinema che hanno almeno uno schermo con un proiettore digitale (con tecnologia DLP Cinema o SXRD) e la cui programmazione sia di minimo 60 proiezioni l'anno, soglia temporale ritenuta idonea a giustificare un investimento digitale. I dati raccolti da MEDIA Salles sulla base di diverse fonti comparate e controllate o (ANEC, ANEM, società d'esercizio, Registro Impianti Digitali, società fornitrici di servizi e tecnologie per il digitale) risalgono al periodo 1 gennaio 2010 -1 gennaio 2012, consentono di riepilogare nel triennio l'andamento del processo di digitalizzazione dei locali cinematografici e degli schermi nel nostro Paese.

La rielaborazione condotta dall'Osservatorio dello Spettacolo consente di valutare l'inarrestabile progressione del fenomeno in ambito nazionale e regionale. Infatti, dalla successiva tabella 6 si evince che, nell'intervallo di tempo considerato, i cinema interessati dal processo sono passati dai 291 del 2010, ai 474 del 2011, per arrivare a 570 nel gennaio 2012, con un incremento nel triennio di 279 locali, pari al 95,9%.

Il numero degli schermi digitalizzati è invece passato dai 437 del 2010 ai 912 del 2011, per arrivare nel gennaio del 2012 a 1.515, con un incremento nel triennio di 1.078 schermi, pari al 246,7%; di questi schermi, 1.015 (il 67%) hanno adottato la tecnologia 3D.

Tabella 6 La digitalizzazione in Italia dal 1° gennaio 2010 al 1° gennaio 2012 per numero di locali e di schermi

Tabella 6 La digitalizzazione in Italia dal 1° gennaio 2010 al 1° gennaio 2012 per numero di locali e di schermi																		
REGIONE	ANDAMENTO DELLA DIGITALIZZAZIONE													VARIAZIONE 2010/2012				
	1/1/10				1/1/11				1/1/12					n. Cinema		n. Schermi		
	n. cinema	inc. % su totale	n. schermi	inc. % su totale	n. cinema	inc. % su totale	n. schermi	inc. % su totale	n. cinema	inc. % su totale	n. schermi	inc. % su totale	di cui Schermi 3d	aritm.	%	aritm.	%	
Abruzzo	6	2,1	11	2,5	11	2,3	18	2,0	12	2,1	30	2,0	17	6	100,0	19	172,7	
Basilicata	3	1,0	3	0,7	7	1,5	7	0,8	8	1,4	10	0,7	6	5	166,7	7	233,3	
Calabria	5	1,7	5	1,1	11	2,3	13	1,4	12	2,1	17	1,1	17	7	140,0	12	240,0	
Campania	19	6,5	25	5,7	31	6,5	54	5,9	42	7,4	94	6,2	63	23	121,1	69	276,0	
Emilia Romagna	26	8,9	40	9,2	33	7,0	78	8,6	34	6,0	115	7,6	83	8	30,8	75	187,5	
Friuli Venezia Giulia	7	2,4	14	3,2	9	1,9	32	3,5	9	1,6	39	2,6	28	2	28,6	25	178,6	
Lazio	36	12,4	48	11,0	59	12,4	97	10,6	64	11,2	159	10,5	110	28	77,8	111	231,3	
Liguria	14	4,8	20	4,6	16	3,4	30	3,3	18	3,2	51	3,4	29	4	28,6	31	155,0	
Lombardia	43	14,8	61	14,0	58	12,2	128	14,0	73	12,8	265	17,5	173	30	69,8	204	334,4	
Marche	9	3,1	18	4,1	17	3,6	38	4,2	21	3,7	67	4,4	50	12	133,3	49	272,2	
Molise	2	0,7	3	0,7	2	0,4	3	0,3	2	0,4	3	0,2	3	0	0,0	0	0,0	
Piemonte	29	10,0	39	8,9	42	8,9	77	8,4	47	8,2	122	8,1	87	18	62,1	83	212,8	
Puglia	16	5,5	23	5,3	30	6,3	55	6,0	39	6,8	90	5,9	59	23	143,8	67	291,3	
Sardegna	6	2,1	10	2,3	11	2,3	28	3,1	14	2,5	48	3,2	25	8	133,3	38	380,0	
Sicilia	22	7,6	26	5,9	44	9,3	61	6,7	52	9,1	85	5,6	69	30	136,4	59	226,9	
Toscana	24	8,2	36	8,2	51	10,8	82	9,0	71	12,5	145	9,6	88	47	195,8	109	302,8	
Trentino Alto Adige	2	0,7	8	1,8	5	1,1	13	1,4	8	1,4	17	1,1	10	6	300,0	9	112,5	
Umbria	6	2,1	10	2,3	8	1,7	16	1,8	8	1,4	34	2,2	16	2	33,3	24	240,0	
Valle d'Aosta	1	0,3	1	0,2	4	0,8	5	0,5	5	0,9	6	0,4	6	4	400,0	5	500,0	
Veneto	15	5,2	36	8,2	25	5,3	77	8,4	31	5,4	118	7,8	74	16	106,7	82	227,8	
Totale	291	100	437	100	474	100	912	100	570	100	1.515	100	1.013	279	95,9	1.078	246,7	

Fonte: Elaborazione Osservatorio dello Spettacolo su dati MEDIA Salles

Procedendo nello scorporo del dato nazionale su base regionale, si può evidenziare per il triennio quanto segue:

- il solo Molise presenta dati stazionari;
- il numero di cinema interessati di Lombardia, Toscana e Lazio rappresenta il 36,5% dei cinema del campione;
- il più elevato incremento del numero di cinema (30) si registra Lombardia e Sicilia, mentre quello minimo (2) in Friuli Venezia Giulia ed Umbria;
- sempre per numero di locali, le percentuali più elevate di incremento si riscontrano in valle d'Aosta (400%) e Trentino Alto Adige (300%), mentre il minimo è toccato in Friuli Venezia Giulia e Liguria (28,6%);
- cresce l'incidenza sul totale della sale digitalizzate di Lombardia (dal 14% al 17,5%), Campania (dal 5,7% al 7,4%), Marche (dal 4,1% al 4,4%), Puglia (dal 5,3% al 5,9%), Sardegna (dal 2,3% al 3,2%) e Toscana (dall'8,2% al 9,6%);
- gli schermi digitalizzati di Lombardia e Lazio rappresentano il 28% del totale;
- gli schermi di Basilicata, Calabria, Molise, Trentino Alto Adige e Valle d'Aosta costituiscono complessivamente il 3,5% del totale;
- in termini numerici, il maggior numero di schermi digitalizzati si registra in Lombardia (oltre 200) e in Lazio e Toscana (oltre 100);
- sempre per numero di schermi, gli incrementi percentuali più elevati si registrano in Valle d'Aosta (500%), Sardegna, Lombardia e Toscana (oltre 300%), mentre la percentuale minima (112% si tocca in Trentino Alto Adige);
- solo in Lombardia e Lazio il numero degli schermi in 3D supera le cento unità.

5. La situazione in Europa

Dati analoghi emergono dal contesto europeo come emerge dalla seguente nota prodotta dal Segretario Generale di MEDIA Salles, Elisabetta Brunella.

5.1 Avanza la digitalizzazione in Europa: al 30 giugno 2012 il 60,5% degli schermi è passato alla nuova tecnologia

Dalle rilevazioni condotte da MEDIA Salles sull'andamento della digitalizzazione in Europa (35 paesi dall'Islanda alla Russia¹) risulta che al 30 giugno 2012 sono 21.789 gli schermi europei dotati di proiettori digitali², con un incremento del 17,4% rispetto a sei mesi prima, quando le sale digitalizzate erano 18.566.

¹ Paesi presi in considerazione da MEDIA Salles: Andorra, Austria, Belgio, Bulgaria, Croazia, Cipro, Repubblica Ceca, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Ungheria, Islanda, Irlanda, Italia, Lettonia, Lituania, Lussemburgo, Malta, Paesi Bassi, Norvegia, Polonia, Portogallo, Romania, Russia, Serbia, Slovacchia, Slovenia, Spagna, Svezia, Svizzera, Turchia, Regno Unito.

² Si considerano schermi digitali quelli con proiettori che abbiano la tecnologia DLP Cinema™ o SXRD™

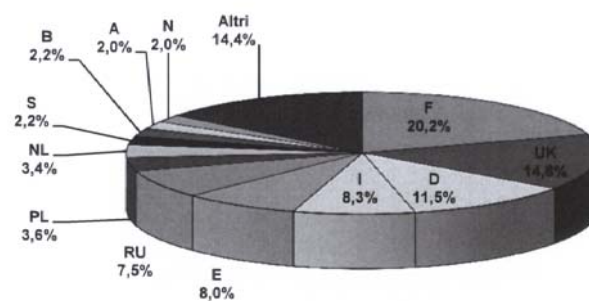
Tabella 7 Schermi digitali in Europa: ripartizione schermi digitali (2009-2012)

Paese	2009		2010		2011		2012	
	Numero schermi digitali al 1° gennaio	Numero schermi digitali al 30 giugno	Numero schermi digitali al 1° gennaio	Numero schermi digitali al 30 giugno	Numero schermi digitali al 1° gennaio	Numero schermi digitali al 30 giugno	Numero schermi digitali al 1° gennaio	Numero schermi digitali al 30 giugno
Andorra	-	-	-	-	2	3	3	3
Austria	84	128	239	258	306	370	393	426
Belgio	98	114	144	220	331	400	427	475
Bulgaria	17	19	23	29	57	77	77	90
Cipro	-	1	6	6	15	15	21	21
Croazia	7	7	8	9	9	61	90	97
Danimarca	10	15	25	72	137	176	286	349
Estonia	2	2	5	6	13	15	18	18
Finlandia	12	27	48	59	86	123	180	250
Francia	253	598	904	1.262	1.885	2.709	3.656	4.397
Germania	162	208	566	738	1.238	1.900	2.303	2.500
Grecia	8	15	31	31	59	63	75	84
Irlanda	38	47	112	127	142	162	192	229
Islanda	7	7	7	10	14	17	28	29
Italia	80	183	434	609	912	1.040	1.519	1.815
Lettonia	2	2	3	4	11	14	16	18
Lituania	-	4	5	6	13	14	18	24
Lussemburgo	21	22	22	22	24	27	33	33
Malta	2	2	2	3	6	6	6	6
Norvegia	48	58	61	94	268	415	425	425
Paesi Bassi	56	77	105	160	252	400	540	730
Polonia	53	82	177	266	324	390	592	790
Portogallo	44	51	181	259	317	343	387	410
Regno Unito	303	432	667	997	1.397	2.033	2.724	3.216
Repubblica Ceca	2	25	50	75	133	175	299	341
Romania	14	24	40	47	61	77	111	120
Russia	90	161	351	525	941	1.179	1.485	1.632
Serbia	-	2	6	6	7	7	13	13
Slovacchia	-	4	10	24	36	45	75	98
Slovenia	9	9	9	17	16	17	17	17
Spagna	50	162	252	412	770	1.022	1.545	1.750
Svezia	8	20	38	93	153	201	272	487
Svizzera	28	41	60	90	139	248	315	414
Turchia	20	33	62	104	205	240	266	278
Ungheria	7	20	31	40	56	100	159	204
Totale Europa	1.535	2.602	4.684	6.680	10.335	14.084	18.566	21.789

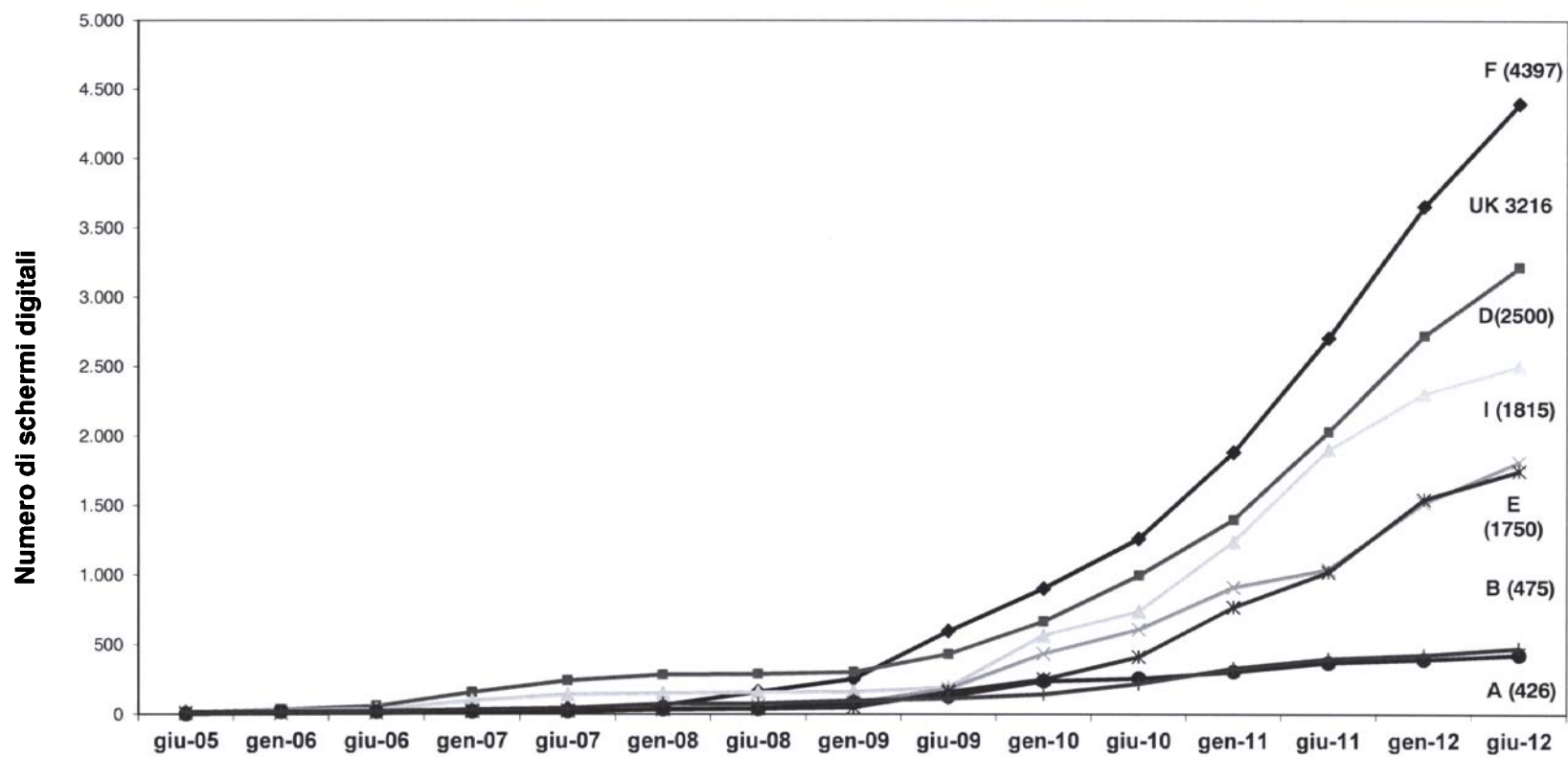
Fonte: MEDIA Salles

I maggiori mercati europei (cioè quelli che totalizzano almeno cento milioni di spettatori annui) totalizzano il 70% degli schermi digitali del Continente, mentre valgono il 68% degli schermi totali (35mm e digitali). Quanto alla digitalizzazione, si trova al primo posto la Francia, con 4.397 schermi digitali, cioè il 20,2% del parco digitale europeo, seguita da Regno Unito (3.216 schermi digitali, pari al 14,8%), Germania (2.500 schermi digitali, pari all'11,5%), Italia (1.815 schermi digitali, pari all'8,3%), Spagna (1.750 schermi digitali, pari all'8,0%) e Russia (1.632 schermi digitali, pari al 7,5%).

Grafico 1 Schermi digitali in Europa: ripartizione (%) del numero schermi digitali per Paese (dati al 30 giugno 2012)



Fonte: MEDIA Salles

Grafico 2 Schermi digitali in Europa Occidentale: andamento del numero schermi digitali (dal giugno 2005 al giugno 2012)

Fonte: MEDIA Salles

Al di là delle cifre assolute, risulta più interessante, per comprendere a quale velocità proceda la digitalizzazione, esaminare il rapporto tra schermi totali e schermi digitali nell'insieme dell'Europa e all'interno di ciascun territorio. Dal momento che le sale attive nei paesi analizzati da MEDIA Salles sono circa 35.900, i 21.789 schermi che hanno adottato le nuove tecnologie di proiezione rappresentano il 60,5%.

Differenze considerevoli continuano peraltro ad esistere nei vari mercati. Oltre alla Norvegia ed al Lussemburgo, che da tempo hanno raggiunto la digitalizzazione completa, e ai Paesi Bassi ormai prossimi alla soglia del 100%, il tasso di penetrazione del digitale oltrepassa la media europea in Belgio (circa 93%), in Finlandia (circa 89%), in Danimarca (87,9%), nel Regno Unito (circa 86%) e in Francia (80,5%). Rimane invece al di sotto del tasso medio europeo in Germania (circa 54%), in Italia (46,8%), in Spagna (circa 43%) e specialmente in mercati di minori dimensioni quali Grecia (16,9%), Slovenia (14,4%), Turchia (14,1%) e Serbia (10,3%).

5.2 I primi mesi del 2012 confermano la tendenza emersa nel 2011: il digitale 2D è il motore della conversione

Si è confermato anche nei primi mesi del nuovo anno l'incremento che aveva portato l'Europa a chiudere il 2011 con oltre il 50% dei suoi schermi ormai passati alle nuove tecnologie di proiezione.

Se si considera che al 1° gennaio 2011 gli schermi digitali erano 10.335 e dodici mesi dopo erano diventati 18.566, con un aumento dell'80%, si può ben concludere che il 2011 sia stato un anno decisivo per la digitalizzazione cinematografica in Europa. Se se ne analizzano le ragioni, si vede anche che il 2011 è stato un anno di svolta.

Mentre la fase iniziale della conversione intensiva al digitale, avvenuta nel 2009 e nel 2010, era stata dovuta più o meno interamente agli schermi 3D, quella del 2011 è dipesa per la prima volta sostanzialmente dagli schermi 2D.

Se una forte line-up di film in 3D nel 2010 aveva continuato a guidare la conversione digitale con un'incidenza del 3D pari all'87,5% dei 5.651 nuovi schermi installati nell'anno, nel 2011 è emersa una forte novità: su 8.231 nuovi proiettori digitali installati nell'anno, "solo" 5.300 – circa il 64% – erano 2D.

La transizione si trova quindi nella sua seconda fase, spinta principalmente dalla conversione totale delle maggiori catene del Continente che, avendo sostanzialmente già raggiunto quella che si considera una sufficiente capacità di proiezione 3D (generalmente circa il 50% degli schermi per sito), si sono concentrate sulla conversione dei restanti schermi al digitale 2D.

Tra i protagonisti della digitalizzazione al 100%, figurano, in Italia UCI e The Space Cinema.

Un analogo processo è avvenuto in Spagna, dove Yelmo, la principale società d'esercizio, che aveva 209 schermi digitali all'inizio del 2011, ha completato il processo di installazione di proiettori digitali in tutti i suoi 403 schermi. Sulla stessa scia si collocano Cinesa, Kinopolis e Cinesur, sempre in Spagna.

Lo stesso si può dire di Utopia, che gestisce cinema in Benelux e in Francia, di Zon Lusomundo in Portogallo e, nel Regno Unito, di Vue, Apollo (recentemente acquisita da Vue) e Showcase, che hanno scelto la tecnologia 4K di Sony.

5.3 Si affievolisce la forza propulsiva del 3D

I dati disponibili sugli schermi 3D sino al 30 giugno 2012 confermano il fenomeno emerso nel 2011: la proiezione stereoscopica ha perso la sua forza propulsiva.

Lo dimostrano i dati sul tasso di penetrazione degli schermi 3D rispetto al totale degli schermi digitali. Tale percentuale si presenta in discesa, più o meno marcata, in vari territori. Particolarmente accentuata risulta nei mercati più vicini al completamento della transizione. E' il caso, per esempio, della Francia, dove a giugno 2012 la tecnologia 3D è adottata dal 59% degli schermi. Un anno prima era al 70%. Analoghe tendenze si rilevano nei Paesi Bassi, che passano dal 72% al 51%, nel Regno Unito (dal 66% al 50%), in Svizzera (dal 76% al 60%), in Svezia (dall'87% al 59%) e in Danimarca (dall'81% al 64%). Il fenomeno intacca anche la Russia dove nel giugno del 2011 i sistemi 3D erano adottati da quasi il 100% degli schermi digitali. Ora tale percentuale è scesa di tre punti. Osservando l'andamento dei mercati più maturi per quanto riguarda la digitalizzazione, si può supporre che la penetrazione del 3D si assesterà tra il 50% e il 60%. Significativo è il caso della Norvegia, paese pioniere nella digitalizzazione totale, dove la tecnologia 3D è installata nel 61% delle sale.

5.4 Le sale non ancora digitalizzate all'alba dello switch-off

L'altro elemento chiave della seconda fase della digitalizzazione in Europa, cominciata nel 2011, è costituito dalla disponibilità di una varietà di strumenti finanziari varati in molti paesi europei alla fine del 2010 e nel corso del 2011.

Il finanziamento della transizione alle nuove tecnologie di proiezione rappresenta infatti una notevole sfida soprattutto per i piccoli e medi esercenti, numericamente predominanti nel panorama cinematografico europeo. Le monosale, in particolare, costituiscono oltre il 60% del parco sale europeo. Questa tipologia, di conseguenza, pur non incidendo proporzionalmente sul box office complessivo, rappresenta una componente peculiare del panorama cinematografico in molti paesi europei, giocando anche un ruolo sociale o culturale assai importante nelle comunità di riferimento.

Se si guarda alle tipologie di sale già convertite al digitale in Europa, i dati risultano allarmanti per queste piccole sale: alla fine del 2010, infatti, soltanto l'11% delle monosale aveva digitalizzato il proprio schermo. Al contrario ben l'89% dei multiplex aveva installato almeno un proiettore digitale.

Anche se dati più aggiornati sulla conversione delle monosale – peraltro ancora non del tutto completi e confrontabili – mostrano che pure in questa tipologia di esercizio la digitalizzazione si è relativamente sviluppata, il fatto che il tasso medio di penetrazione della nuova tecnologia sia arrivato ben oltre il 50% (come più sopra ricordato, 60,5% al 30 giugno 2012) risulta particolarmente importante in questo comparto per le sue estese implicazioni, di natura economica e gestionale, ma anche di rilevanza psicologica.

Quando infatti un mercato giunge ad avere una maggioranza di proiettori digitali, i distributori che vi operano tendono ad abbandonare la doppia modalità di distribuzione

– in 35mm e in digitale – logisticamente più complessa e più costosa, per spostarsi esclusivamente sulla nuova tecnologia.

Questo passaggio crea oggettive difficoltà di approvvigionamento di contenuti da parte dei cinema non ancora digitalizzati o solo in parte digitalizzati, che risultano svantaggiati e marginalizzati rispetto a concorrenti economicamente più forti e tecnologicamente più avanzati. La transizione alla distribuzione totalmente digitale è inoltre preceduta da una fase che potremmo definire di “allarme”, in cui le imprese di esercizio che non ritengono di poter disporre delle risorse per la conversione sono costrette a confrontarsi con la necessità di uscire dal mercato.

5.5 I modelli economici: verso una maggiore varietà di supporti finanziari

Sono stati diversi i modelli adottati per la transizione alle nuove tecnologie. Il modello commerciale VPF (Virtual Print Fee), basato sul pagamento, da parte dei distributori e dei fornitori di contenuti, di una somma fissa ogni volta che venga noleggiata una copia digitale dei loro prodotti, ha consentito la conversione delle maggiori società d'esercizio in Europa.

A partire dal 2011, tuttavia, il superamento della soglia del 50% di schermi digitalizzati, considerato il momento di svolta anche per la distribuzione, in direzione di un progressivo abbandono del formato 35mm, ha portato in primo piano la necessità di individuare forme che consentano la transizione al digitale anche per le sale che per le loro caratteristiche non possono partecipare ai classici sistemi di VPF (più adatti a sale con un elevato numero di uscite in prima visione).

Sono state elaborate, a questo proposito, forme diverse di finanziamento sia di carattere privato sia pubblico da parte delle istituzioni europee e delle autorità nazionali e regionali.

Una prima tipologia è rappresentata dai gruppi di acquisto privati costituiti da un insieme di piccole e medie sale che, associandosi e agendo come un unico grande circuito, riescono a permettersi il VPF.

Ne è un esempio nel Regno Unito la Digital Funding Partnership, che, nata nel 2009 su iniziativa dell'associazione degli esercenti cinematografici britannici, si è configurata come il maggiore gruppo d'acquisto operante in Europa. Nel 2011, attraverso un accordo con XDC (ora dcinex), ha sviluppato un modello per la conversione di 400 schermi in 130 cinema.

Combinano la formula del gruppo d'acquisto con il sostegno pubblico i casi della Norvegia e dei Paesi Bassi, entrambi basati su una partnership tra stato e privati.

I costi totali di investimento, oltre a essere divisi tra esercenti e distributori come nel VPF tradizionale, si avvalgono anche del contributo di un ente pubblico che funge da co-finanziatore.

La Norvegia è stato il primo paese europeo ad aver digitalizzato tutti i suoi schermi già nel 2011 grazie a un'iniziativa pubblica, nata sotto la guida di un'organizzazione ad ombrello fortemente rappresentativa, Film & Kino, con l'obiettivo di non escludere nessun cinema e resa possibile dalle caratteristiche

peculiari del mercato norvegese, in cui la maggioranza dei cinema è di proprietà comunale.

Dalla collaborazione fra le associazioni degli esercenti e dei distributori (NVB e NVF), coordinate dall'EYE Film Institute, è nata nei Paesi Bassi Cinema Digitaal, organizzazione senza scopo di lucro che si è posta l'obiettivo di convertire al digitale di circa 500 schermi appartenenti a 170 esercenti.

Il costo totale del progetto – 39 milioni di Euro – è coperto dai contributi degli esercenti, dal pagamento del VPF da parte dei distributori (un totale di 25 milioni di Euro), da fondi pubblici, attraverso la realizzazione del progetto ICT, e da un contributo da parte del Dutch Film Fund per un totale di 5,4 milioni che si aggiungono ai ricavi che dovrebbero arrivare dai contenuti alternativi.

L'iniziativa si è rivolta a tutti gli esercenti olandesi non facenti parte dei tre circuiti di proprietà straniera – Pathé, Eurocoop e Utopolis – che avevano intrapreso autonomamente la strada verso il digitale.

Con l'installazione degli ultimi proiettori digitali nei cinema aderenti all'iniziativa, Cinema Digitaal raggiunge proprio in queste settimane il completamento della transizione.

Un'altra tipologia di sostegno è il finanziamento pubblico diretto. In questo gruppo si collocano – secondo la rilevazione pubblicata da MEDIA Salles e dall'Osservatorio Europeo dell'Audiovisivo nello studio *The European Digital Cinema Report* – 60 diversi progetti di sostegno alla conversione al digitale, registrati in tredici diverse nazioni europee e a livello paneuropeo nel 2011.

La maggioranza (42) di questi progetti opera a livello regionale, mentre altri 15 sono gestiti a livello nazionale. Altri tre schemi appartengono al livello sovranazionale e sono promossi dalla Commissione Europea e dal Consiglio d'Europa.

Tra questi, il piano varato dalla Commissione Europea attraverso il Programma MEDIA, lanciato nel 2011³ e rinnovato a maggio 2012⁴ prevede il sostegno alla digitalizzazione di circa 100 schermi in Europa con un finanziamento unitario di 20.000 Euro. Tra i requisiti d'accesso, particolare attenzione è dedicata alla programmazione, che deve includere almeno il 50% di film europei (con un minimo del 30% di film europei non nazionali).

A livello nazionale, per l'ampiezza della dotazione finanziaria, spiccano le due iniziative tedesche, che hanno messo a disposizione 35 milioni di Euro. In particolare, la FFA (l'organizzazione federale per il cinema) ha concesso nel 2011 finanziamenti a 566 schermi, mettendo un particolare accento su quelli situati in centri con meno di 20.000 abitanti, riconoscendone la valenza socio-culturale.

Il modello danese vede nell'adeguamento tecnologico delle sale situate al di fuori dei maggiori centri urbani uno strumento per favorire la circolazione dei film danesi ed europei. Ai cinema selezionati vanno finanziamenti sino a 27.000 Euro per schermo

³ Call for proposals 19/2011

⁴ Call for proposals 14/2012

oppure una somma forfettaria legata alla proiezione dei film danesi (335 Euro per film).

Unico è il caso francese, che include uno strumento legislativo che impone ai distributori di contribuire alle spese per la digitalizzazione sostenute dagli esercenti⁵ e prevede inoltre un programma di supporto diretto per quei cinema che con il contributo della distribuzione non sarebbero in grado di coprire almeno il 75% dei costi legati alla conversione.

Un caso particolare è quello dell'Italia, dove a dicembre 2009 è stato siglato un accordo tra le associazioni dei distributori e degli esercenti per negoziare un modello VPF valido per l'intero mercato italiano, che prescindesse dall'intervento di integratori.

Ogni esercente aveva la possibilità di scegliere l'equipaggiamento ritenuto migliore per il proprio cinema, potendo ricevere un contributo VPF fino a 60.000 Euro per schermo – ad esclusione dei costi del finanziamento. L'attrezzatura per la proiezione digitale doveva essere compatibile con le specifiche DCI, con una risoluzione minima di 2K.

A luglio del 2011 avevano aderito all'iniziativa oltre 900 schermi.

Accanto al modello commerciale, nel 2009 è stato introdotto a livello nazionale un pacchetto di misure fiscali riguardanti l'industria del cinema. Una di queste è il credito di imposta per gli esercenti che installano attrezzature per il digitale, che offre un credito d'imposta per gli esercenti pari al 30% delle spese sostenute per l'acquisto delle attrezzature di proiezione digitale e di apparecchi per la ricezione via satellite, la formazione del personale, la ristrutturazione e l'adeguamento delle cabine di proiezione.

In aggiunta alle iniziative pubbliche e private appartenenti al piano nazionale, le regioni italiane continuano ad avere un ruolo fondamentale nel processo di conversione al digitale delle sale, soprattutto attraverso il sostegno a piccoli esercizi e sale indipendenti che faticano ad avere accesso agli schemi VPF per finanziare la transizione.

5.6 Conclusioni

Mentre le grandi strutture si stanno adeguando velocemente al digitale e la fine della distribuzione in 35mm si avvicina, diventa sempre più reale il rischio della chiusura di molte monosale. Rimangono essenziali quindi le diverse iniziative di sostegno pubblico di cui si è cercato di fornire una panoramica. Esse sono state lanciate – soprattutto a partire dal 2009/2010 – proprio con l'obiettivo di sostenere i soggetti commercialmente meno competitivi. Dato l'alto costo del passaggio al digitale, difficilmente il settore pubblico potrà sostenere la conversione di tutti questi impianti o di gran parte di essi.

Progetti collettivi basati su un certo grado di mutualità sembrano rappresentare l'approccio più promettente se si vuole conservare la diversità del panorama delle sale in Europa.

⁵ Si tratta della « Loi n° 2010-1149 du 30 septembre 2010 relative à l'équipement numérique des établissements de spectacles cinématographiques », pubblicata nel Journal Officiel il 1° ottobre 2010.