

*Green cinemas for a better world*

*Successful stories in 6 showcases*

**A MEDIA Salles initiative**

*with the collaboration of*

**Cinema&Video International**

CINEMA D'EUROPA



MEDIA SALLES

# SALE GREEN

IN COLLABORAZIONE CON / IN COLLABORATION WITH

CINEMA D'EUROPA



MEDIA SALLES



## LA SOSTENIBILE BELLEZZA DELL'ODEON

*Anche in Italia le sale cinematografiche si stanno attrezzando per essere più "verdi". Il caso del cinema Odeon di Firenze nelle best practices "tricolori"*

— ELISABETTA BRUNELLA

**S**e ne è parlato in tutti gli incontri che nell'ultimo paio di mesi hanno ripreso a radunare esercenti e distributori nei diversi paesi europei: è la transizione verde il vero e proprio leitmotiv delle sale. Si è iniziato a Riccione, con Ciné, si è continuato durante la Mostra di Venezia e poi a Lipsia, città in cui si ritrovano tradizionalmente i professionisti dell'essai tedesco, e ancora più recentemente in Ungheria, dove gli operatori del settore hanno rinnovato l'appuntamento col Festival di Miskolc.

Qui il dibattito ha preso le mosse dalla ricognizione presentata da MEDIA Salles sulle best practices nelle quattro principali aree in cui si collocano le azioni che mirano a limitare l'impronta del cinema sull'ambiente: la riduzione del consumo di energia e di acqua, la sostenibilità del cibo e delle bevande, la gestione dei rifiuti ed infine, ma non meno importante, il coinvolgimento del personale, degli spettatori e delle comunità locali. Nel primo campo l'intervento "principe" è l'adozione di proiettori che consumino meno energia, riducano i costi di manutenzione e abbiano vita più lunga: si sta perciò progressivamente affermando la tecnologia laser.

Tra gli early adopters europei figura **Sena**, la principale società di esercizio islandese che già nel 2017 aveva inaugurato un complesso "100% laser": lo **Smárabíó di Reykjavík**. Sul fronte "concessions", la proposta di prodotti a km zero oppure bio e la scelta di fornitori che prediligano contenitori riutilizzabili e imballaggi riciclabili contribuiscono – così come, per quanto riguarda la gestione dei rifiuti, la riduzione delle stoviglie "usa e getta" ed una selezione rigorosa – all'ecosostenibilità del cinema. Per incoraggiare queste pratiche, la città di Barcellona prevede sconti sulla tassa dei rifiuti alle sale che raggiungano traguardi progressivamente più ambiziosi nella raccolta differenziata.

Se parecchie di queste misure dipendono esclusivamente dalle scelte - e dagli investimenti - delle società di esercizio (ad esempio l'utilizzo di energia derivata esclusivamente da fonti rinnovabili), non poche sono le azioni per cui è fondamentale la cooperazione col pubblico. Basti pensare alla raccolta differenziata dei rifiuti. Coinvolgere gli spettatori è dunque fondamentale: in questo il cinema ha un atout praticamente esclusivo, ovvero la loro stessa programmazione. Molte sale propongono

film, documentari, cartoni animati che sensibilizzino sull'importanza di comportamenti virtuosi per l'ambiente. Proprio sul cinema di centri anche medio-piccoli punterà lo **UK Green Film Festival** che si terrà il prossimo mese di novembre, mentre il **Massimo di Torino** ha ospitato **CinemAmbiente**.

E se vogliamo parlare di Italia "verde", non si può non citare la ricerca presentata da **Green Cross Italia**, durante la Mostra di Venezia, nell'ambito di Sustainable Screens 2021. Ne emerge che il 60% dei consumi energetici delle sale italiane deriva dagli impianti di climatizzazione, mentre il 32% dai proiettori. Dei cinema campione analizzati – situati in 45 province di 14 regioni – il 68% non ha condotto, negli ultimi tre anni, nessuna azione per aumentare l'efficienza energetica. Chi invece ha fatto interventi si è concentrato soprattutto sulla sostituzione dei proiettori e sul relamping. Solo l'1% ha isolato l'edificio con un cappotto termico, mentre il 6,7% ha installato un impianto fotovoltaico. Una situazione che potrebbe tuttavia presto migliorare.

Non mancano infatti le proposte: a Ciné, **Digima** ha presentato un sistema di monitoraggio dei consumi elettrici integrato col Theatre Management System, mentre **Cinemecanica** ha proposto una soluzione per installare una sorgente di luce laser sui proiettori digitali che attualmente usano le lampade allo xenon. Non mancano nemmeno le best practices "tricolori": l'**Odeon di Firenze** utilizza solo corrente elettrica proveniente da fonti rinnovabili, grazie all'accordo con **Dolomiti Energia**.

E non dovrebbero mancare nemmeno dei fondi pubblici ad hoc: il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza ha stanziato 300 milioni di euro per il miglioramento dell'efficienza energetica di musei, teatri e cinema. Insomma, se sul futuro delle sale – non possiamo nascondercelo – pesano tante incertezze, una cosa è sicura: il cinema del futuro saranno più verdi.

*IN ALTO, DUE IMMAGINI DEL CINEMA ODEON DI FIRENZE, AUTENTICO GIOIELLO ARCHITETTONICO. RICAVATO ALL'INTERNO DI UNO DEI PIÙ IMPORTANTI PALAZZI RINASCIMENTILI, FU PROGETTATO NEI PRIMI ANNI DEL '900 DA ALFONSO COPPEDE E INAUGURATO NEL 1922, DOPO LA RISTRUTTURAZIONE COMPLETATA DA MARCELLO PLACENTINI*



## THE SUSTAINABLE BEAUTY OF THE ODEON

*Italian movie theaters are also equipping themselves to become more “green”.  
The case of the Odeon cinema in Florence among the best practices in Italy*

**I**t has been a topic of debate over the past couple of months in all the meetings between exhibitors and distributors held in various European countries: the green transition is the real leitmotiv of movie theaters. It began in Riccione at Ciné, continued during the Venice Festival and then in Leipzig, the city where players in the German arthouse cinemas hold their yearly meeting, and even more recently in Hungary, where the sector renewed its rendez-vous with the Miskolc Festival. Here the debate drew inspiration from the report presented by MEDIA Salles on best practices in the four main areas embracing action aimed at limiting the cinema's impact on the environment: reduction in consumption of power and water; sustainability of food and drinks; waste management and, lastly, but no less important, the involvement of staff, audiences and local communities. In the first area, the “main” intervention involves the use of projectors that consume less power, reduce maintenance costs and last longer: this is why laser technology is gradually asserting itself.

Amongst the early adopters in Europe figures Sena, the leading Icelandic exhibition company which in 2017 had already inaugurated a “100% laser” complex: the Smárabíó in Reykjavik. In terms of “concessions”, the offer of local or organic products and the preference for suppliers who favor recyclable containers and packaging contributes to the eco-sustainability of cinemas, as does the reduction of “throwaway” crockery and meticulous selection.

To encourage these practices, the city of Barcelona envisages tax benefits for cinemas reaching progressively more ambitious objectives in waste disposal and recycling. If many of these measures depend exclusively on the choices - and investments - of exhibition companies (for example the use of power deriving exclusively from renewable sources), there is no lack of action relying on the cooperation of the public. Suffice it to remember the recycling of waste products.

It is therefore essential to involve audiences: here cinemas have a practically exclusive advantage, in the form of their programming. Many theaters offer films, documentaries and cartoons that draw attention to the importance of virtuous behaviour towards the environment.

The UK Green Film Festival, to be held this coming November, will bring

this message to a variety of venues, including cinemas in small and medium-sized towns. In Italy, the cinema Massimo in Turin hosted CinemAmbiente. And on the theme of “green” Italy, we cannot fail to mention the research presented by Green Cross Italia, during the Venice Festival, in the context of Sustainable Screens 2021.

What emerges is that 60% of power consumption in Italian cinemas is due to air conditioning, whilst 32% is due to projectors. Of the sample of cinemas analyzed - situated in 45 provinces in 14 regions - 68% had not taken any action to promote an efficient use of power over the past three years. Those that had taken action, had concentrated mainly on replacing projectors and on relamping. Only 1% had insulated the building with climate proofing, whilst 6,7% had installed a photovoltaic system.

This is nonetheless a situation that may soon improve. There is no lack of inspiration: at Ciné, Digima presented a system for monitoring electricity consumption integrated with the Theatre Management System, whilst Cinemeccanica proposed a solution for installing a laser light source on digital projectors that at present use xenon bulbs. There are also several Italian best practices: the Odeon in Florence uses only electrical power produced by renewable sources, thanks to an agreement with Dolomiti Energia.

And ad hoc public funding should not be lacking: the National Plan for Recovery and Resilience has allocated 300 million euros for the improvement of efficient power use in museums, theaters and cinemas. To sum up, if a lot of uncertainty weighs upon the future of movie theaters - and this cannot be denied - one thing is certain: the cinemas of the future will be greener.

*ABOVE, ON THE LEFT, THE INTERIOR OF THE ODEON THEATER IN FLORENCE, DESIGNED BY IMPORTANT ARCHITECTS OF THE PAST CENTURY; ALFONSO COPPEDÈ AND MARCELLO PUGENTINI. ON THE RIGHT, TWO OF THE ENGLISH THEATERS THAT WILL HOST THE UK GREEN FILM FESTIVAL.*

# SALE GREEN

IN COLLABORAZIONE CON / IN COLLABORATION WITH

CINEMA D'EUROPA  
MEDIA SALLES

WHO PAYS THE PRICE FOR OUR CLOTHING?



OPENING WORLDWIDE SPRING 2015

THE TRUE COST

THE TRUE COST MOVIE

THE TRUE COST MOVIE



A PLASTIC OCEAN  
WE NEED A WAVE OF CHANGE



2040  
Join the REGENERATION

I POSTER DI ALCUNI FILM  
PROGRAMMATI DA DEPOT

## IL CALORE SPECIALE DELLA SALA

*A pochi chilometri da Brighton, a Lewes, c'è il Depot, un piccolo complesso di tre schermi con soluzioni innovative finalizzate alla sostenibilità ambientale: dalla pompa di calore geotermica per il riscaldamento, al tetto "verde" per l'isolamento acustico, ai pannelli solari per l'energia elettrica. E anche il bar e la programmazione sono in linea con i valori green...*

— ELISABETTA BRUNELLA

**S**iamo sinceri: tra gli investimenti necessari per creare un nuovo cinema tecnologicamente all'avanguardia, quello per l'installazione di una pompa di calore geotermica non è il primo che venga in mente. Potremmo citare sistemi di suono immersivo, proiettori 2K e 4K, magari illuminati a laser... Ebbene, al Depot di Lewes, in Inghilterra, nell'East Sussex (quasi sulla costa della Manica, a poca distanza dalla più nota Brighton), hanno tutto questo e anche la pompa di calore.

Il piccolo complesso - che comprende tre schermi, per un totale di 307 posti, ed un caffè/bistrot - ha aperto le porte nel 2017, nel centro della cittadina di circa 16.000 abitanti, sul luogo in cui esisteva il deposito di un birrifico. Il suo progetto è stato organicamente pensato da due cinefili locali, con l'obiettivo di dimostrare che si può veramente ridurre l'impronta ecologica dei luoghi di spettacolo e di cultura. Gli architetti Burrell, Foley and Fischer hanno adottato soluzioni innovative, ma anche radicate nella tradizione, per realizzare un edificio a basso impatto sull'ambiente. A cominciare dalla pompa di cui sopra che, sfruttando la relativa costanza delle temperature del sottosuolo attraverso le stagioni, consente, insieme con un impianto di riscaldamento a pavimento, di ridurre l'uso di combustibili fossili nei mesi invernali e di evitare - anche grazie ad un sistema di ventilazione a soffitto nella zona del ristorante - l'aria condizionata in quelli estivi.

Per un miglior isolamento termico e acustico, è stato realizzato un tetto "verde", che utilizza piante autoctone, irrigate dall'acqua piovana, e che rende più gradevole l'edificio agli occhi dei vicini. E che ovviamente ricorda le antiche coperture di paglia, inclusa l'ospitalità fornita agli insetti, ma anche a uccelli e pipistrelli, che trovano riparo in appositi incavi sotto la falda.

Per quanto riguarda l'elettricità sono stati installati dei pannelli solari e stipulato un contratto con una società che distribuisce energia prodotta da fonti rinnovabili.

La gestione del cinema e del bistrot, ma pure la programmazione, sono in linea con i valori che hanno indirizzato la costruzione. Tanto per cominciare il Depot ha una "green ambassador" che ha il compito sia di garantire nelle opzioni quotidiane la fedeltà ai principi fondativi,

sia di coinvolgere in questa strategia il maggior numero di interlocutori.

Per esempio i servizi di ristorazione sono basati su prodotti a km zero: una mappa nel sito del cinema permette di localizzare i diversi fornitori locali - come la fattoria da cui provengono il latte ed i suoi derivati o quella a cui si deve la carne bovina - che sono diventati veri e propri partners del Depot in questa impresa a salvaguardia dell'ambiente.

Ovviamente buona parte di queste scelte sono state possibili perché si tratta di un edificio nuovo di zecca, eppure il Depot può insegnare molto anche a cinema esistenti. Cominciamo dalla tecnologia: al Depot due schermi su tre usano le lampade laser, più costose ma molto più longeve di quelle allo xenon, e le proiezioni, almeno per l'80%, sono basate sulla trasmissione immateriale dei files, che consente di fare a meno non solo del supporto fisico, ma anche dei veicoli che trasferiscono i DCP da un cinema all'altro.

Sempre in tema di trasporti, il Depot scoraggia esplicitamente l'uso dell'auto e offre un parcheggio sicuro per le biciclette nonché dei monitor su cui gli spettatori possono controllare in tempo reale gli orari dei mezzi pubblici. La differenziazione dei rifiuti è quasi maniacale e, comprensibilmente, richiede molta cura e tanto tempo.

Ma il Depot, e l'organizzazione non profit che lo gestisce, possono contare, oltreché sul personale, sull'apporto di numerosi volontari. La formula film di qualità - su questo si basa la programmazione del Depot - e tutela dell'ambiente si è infatti rivelata vincente nella comunità di Lewes e ha garantito al cinema un grande supporto. I programmatori "ricambiano" proponendo produzioni su tematiche ambientali ed ospitando eventi di interesse locale, come un'iniziativa a doppia firma, con una marca locale di moda sostenibile.

Chi già avesse un cinema ma volesse condividere la "mission" del Depot, può farci una visita in persona - proprio come il Segretario di Stato all'Ambiente lo scorso 9 luglio - o leggere il "decalogo" che Natasha Padbury, l'ambasciatrice verde, ha proposto come fonte di ispirazione ai suoi colleghi esercenti. O scoprire le storie dei cinema britannici più tradizionali che hanno deciso di "diventare verdi". Ma di questo parleremo un'altra volta...



## A GREEN HEAT THEATER

*The Depot, just a few kilometers from Brighton, in Lewes, a small three screen complex with innovative solutions for reducing the environmental impact: from the geothermal heat pump for the central heating to the "green" roof for the soundproofing, to the solar panels for the electricity. The bar and the film programme also follow green values...*

Let's be sincere: amongst the investments needed to create a new, technologically advanced, cinema, money for the installation of a ground source heat pump is not the first thing that springs to mind. We might quote immersive sound systems, 2K and 4K projectors, perhaps laser illuminated... Yet, at the Depot in Lewes, East Sussex, England (almost on the Channel coast and only a short distance from the more famous Brighton), they have all this and a heat pump as well.

The little complex - comprising three screens, for a total of 307 seats and a café-restaurant - opened its doors in 2017 in the centre of this town of around 16, 000 inhabitants, on the spot where a brewery depot once stood. The design was organically conceived by two local cinema fans with the aim of demonstrating that it really is possible to reduce the ecological footprint left by places of entertainment. Architects Burrell, Foley and Fischer adopted innovative solutions which were nonetheless deeply rooted in tradition, to create a building with low environmental impact. Starting with the aforementioned pump which, taking advantage of the relatively stable temperature of the ground throughout the seasons and thanks to an under-floor heating system, makes it possible to reduce the use of fossil fuels in the winter months and avoid air conditioning in the summer - using roof vents in the restaurant area.

To improve heat and sound insulation, a living roof has been created using local plants, fed by rainwater, which also makes the building more attractive to the eyes of its neighbours. And which obviously recalls the traditional thatched roofs, including their hospitality to insects but also birds and bats, all of which find shelter in the special nesting holes built beneath the roofline.

As regards the electricity, solar panels have been installed and a contract stipulated with a company that distributes energy from renewable sources.

The management of the cinema and the restaurant, but also the programming, are in line with the values inspiring the building. Just for a start, the Depot has a "green ambassador" who has the task of guaranteeing that day-to-day choices respect the founding principles, as well as involving as many stakeholders as possible in this strategy.

The restaurant services, for example, rely on local producers and distributors: a map on the cinema's site makes it possible to locate the various local suppliers - such as the farms providing the milk, dairy products and beef - which have actually become the Depot's partners in this endeavour to protect the environment.

Obviously the majority of these choices have been possible because this is a brand new building, and yet the Depot has a lot to teach existing cinemas, too. Starting from the technology: at the Depot two of the three screens use laser lamps, which are more expensive but longer lasting than the Xenons and around 80% of the screenings are based on films delivered via LANsat, which makes it possible not only to do without physical supports but also without the vehicles that transport the DCPs from one cinema to another.

Still on the topic of transport, the Depot explicitly discourages the use of cars and offers a safe parking space for bicycles, as well as monitors where audiences can check the local transport schedules in real time. Waste sorting and recycling is almost maniacal and, understandably, requires a good deal of care and a lot of time.

But the Depot is a not for profit organisation and the charity that runs it can count on numerous volunteers, as well as its own staff. The quality-film formula, on which the Depot's programming is based, as well as its commitment for environmental sustainability, has indeed proved a winner to the Lewes community and ensured great support for the cinema.

The programmers "repay" this by offering productions on environmental themes and hosting local-interest events, as dual initiatives with a local brand of sustainable fashion.

Whoever already has a cinema but wishes to share the Depot's "mission" can pay a personal visit - just like the Secretary of State for the Environment on 9th July - or read the "decalogue" that Natasha Padbury, green ambassador, proposed as a source of inspiration to her exhibitor colleagues. Or discover the stories of the more traditional British cinemas that have decided to "go green". But more of this another time...



SOME IMAGES OF THE DEPOT, IN LEWES



## LA MARCIA PER L'AMBIENTE

*Anche le grandi catene di sale cinematografiche stanno avviando con determinazione percorsi di sostenibilità: dalla strategia "Green Star" del gruppo Kinopolis alla misurazione dell'impatto ambientale del circuito britannico Curzon*

— ELISABETTA BRUNELLA

“Perché aderire alla transizione ecologica?” Alla domanda, posta da vari esercenti, la National Association of Theatre Owners, che rappresenta l'esercizio negli Stati Uniti, offre una risposta chiara: “Perché ci sono molte soluzioni, semplici e convenienti, per rendere le sale ecosostenibili e perché è la cosa giusta da fare”. A pensarla così sono molti anche in Europa: tra questi, numerose sale indipendenti, ma pure diverse catene operanti a livello nazionale o internazionale.

Tra i pionieri della sostenibilità si colloca **Kinopolis**. Con la strategia battezzata “Green Star”, adottata nel 2011, il gruppo nato in Belgio, ma ora attivo in 8 paesi, ha avviato diverse misure per minimizzare l'impronta ecologica dei suoi cinema e migliorare i servizi offerti al pubblico. Sta in quest'ottica l'accordo firmato nel 2018 con Cinionic, che ha consentito – pur con qualche ritardo legato alla pandemia – di installare entro il 2021 quasi 300 proiettori laser, che permettono, rispetto a quelli che usano lampade allo xenon, un risparmio in termini di consumi energetici che va dal 30% al 40%. Kinopolis intende aggiungere nel 2022 altre 200 macchine di questo tipo.

A tagliare la bolletta elettrica mira pure il ricorso a pannelli solari, collocati per esempio nel multiplex belga di Braine-l'Alleud nel 2020, e a sistemi di riscaldamento geotermici, già in funzione in più complessi olandesi. Tra questi, Dordrecht e s'-Hertogenbosch, veri e propri alfiere della politica verde di Kinopolis. I due cinema, infatti, grazie anche all'adozione di tecnologie per il risparmio energetico Optivolt e al sistema di aria condizionata BaOPT, che fa risparmiare il 40% di elettricità, hanno ottenuto la certificazione olandese GPR, basata su 5 indicatori tra cui il rispetto per l'ambiente.

E sul fronte del pubblico? Se le modalità di generazione del riscaldamento o del condizionamento della sala possono sfuggire allo spettatore, la qualità della proiezione laser non passa di certo inosservata. A rispondere ad esigenze emergenti nella società puntano pure altre scelte di Kinopolis, come l'accessibilità ai suoi complessi anche attraverso i mezzi pubblici: l'ultimo nato della catena, il complesso olandese di Leidschendam, aperto nel 2021, può essere raggiunto in tram, con una fermata giusto di fronte al cinema. Un cambiamento anche sul popcorn: il nuovo fornitore non adopera l'olio di palma.

La filosofia di Green Star propone pure degli approcci in controtendenza rispetto alla pratica dell'usa e getta, dominante negli ultimi decenni: riparare o ritappettare le poltrone rovinate invece che sostituirle. Ugualmente si usano rivestimenti per il pavimento o le pareti pensati a strisce, per poter eventualmente rimpiazzare solo alcune parti.

Insomma, la strada imboccata da Kinopolis verso la sostenibilità è fatta di grande innovazione tecnologica, ma anche di pratiche riscoperte dal passato.

Parimenti interessante è il caso del circuito **Curzon**, forte di 15 complessi e di 51 schermi situati soprattutto a Londra e nel sud della Gran Bretagna.

Già nel 2017 la catena ha adottato una prassi mirata a ridurre l'impronta delle sue sale sull'ambiente, per quanto riguarda gli impatti sia diretti sia indiretti.

Nella prima area si collocano gli impieghi idrici ed energetici, così come la produzione dei rifiuti, nella seconda, invece, gli effetti legati al consumo di snacks, cibi e bevande, la sostenibilità o meno delle strategie di comunicazione e dei mezzi di trasporto con cui il pubblico si reca al cinema.

Curzon punta ad alcuni obiettivi che potremmo definire “primari”, come l'utilizzo di energia prodotta esclusivamente da fonti rinnovabili o la riduzione del consumo di acqua e di elettricità.

Ma quello che distingue l'approccio del Circuito è l'adozione di strumenti di misurazione che consentano di verificare se – nel corso degli anni – si raggiungano degli obiettivi via via più ambiziosi.

Per monitorare il progresso di questo impegno, Curzon si è alleata con Julie's Bicycle, che offre servizi ad una rete di attori nel campo dell'arte e della cultura tra cui il British Film Institute e il National Theatre. Tra le azioni previste compaiono la consulenza nel campo della sostenibilità e la formazione per il personale, basata soprattutto sullo scambio di conoscenze tra pari. Curzon ha così ottenuto la “Green certification” per 9 dei suoi cinema. Essa prevede cinque livelli: si può dunque accedere al sistema soddisfacendo requisiti minimi, ma allo stesso tempo impegnandosi per raggiungere traguardi più avanzati, ma soprattutto misurabili. Per questo Julie's Bicycle mette a disposizione vari strumenti, tra cui un Carbon Footprint Calculator, cioè un sistema interattivo che calcola l'impatto ambientale in termini di CO2 equivalente.

Rendere il cinema più rispettoso dell'ambiente è dunque un cammino che si può fare a tappe. L'importante è mettersi in marcia.



ON THE LEFT, BRAINE L'ALLEUD AND, UNDERNEATH, LEIDSCHENDAM: THE TWO THEATERS ARE PART OF THE KINEPOLIS CIRCUIT. ON THE OPPOSITE PAGE, TWO IMAGES OF THEATERS IN THE BRITISH CURZON CIRCUIT THAT HOSTED THE CREATIVE GREEN AWARDS CEREMONY.



## THE MARCH FOR THE ENVIROMENT

*The big movie theater chains are also decisively undertaking sustainable pathways: from the "Green Star" strategy of the Kinopolis group to the environmental impact measurements*

**W**hy go green?" The NATO's (National Association of Theatre Owners, representing theatrical exhibition in the US) response to this question posed by many exhibitors is clear: "Because there are many simple and cost-effective ways to make your business environmentally friendly and because it's the right thing to do."

There are many who think the same way in Europe, too: amongst them are a number of independent theatres, but also several chains operating at a national or international level.

Amongst the pioneers of sustainability is *Kinopolis*. By means of the strategy known as "Green Star", adopted in 2011, the Belgian-born group now operating in 8 countries has implemented several measures aiming both to reduce the carbon footprint of their cinemas to a minimum and to improve the services they offer their audiences. This is the perspective of the agreement signed in 2018 with Cinionic, which made it possible - despite some delay connected to the pandemic - to install almost 300 laser projectors in 2021 which, compared to those using xenon bulbs, allow savings of between 30% and 40% in energy consumption. On the basis of this experience Kinopolis has set itself the objective of adding 200 more of these machines in 2022.

The use of solar panels also aims to cut electricity bills, and these have now been in use at the Belgian multiplex in Braine-L'Alleud since 2020, for example, just like the geothermal heating systems already operating in many Dutch sites. Amongst the latter, in pride of place are Dordrecht and s'-Hertogenbosch, authentic pioneers of Kinopolis' green policies. In fact, thanks also to the use of Optivolt technologies for energy saving and the BaOPT air-conditioning system, which allows a 40% saving on electricity, the two cinemas have obtained the Dutch GPR certification, based on five indicators, including that of environmental friendliness.

And as to audiences? Whilst the way that heating and air conditioning is generated may escape the spectator, the quality of laser projection certainly doesn't go unnoticed. Answers to the newly emerging demands

of society are also targeted by Kinopolis' further choices, such as the theatres' accessibility to public transport: the latest theatre in the chain, the Dutch complex in Leidschendam opened in 2021, can easily be reached by tram with a stop right opposite the cinema. A change has even been made to the popcorn: the new supplier doesn't use palm oil.

The Green Star philosophy also offers counter-proposals to the throw-away practices that dominated the last few decades: the choice has been made to repair or provide new covers for damaged armchair seats instead of replacing them. In the same way, wall and floor coverings have been conceived in the form of strips, so that only certain parts need to be replaced when necessary.

To sum up, Kinopolis' route towards sustainability certainly does consist in technological innovation, but also in practical tips recovered from the past.

Equally interesting is the case of the Curzon circuit, with its 15 sites and 51 screens mostly located in London and in the south of the country.

In 2017 the British chain adopted a policy for reducing the theatres' climate footprint, in terms of both direct and indirect impact.

Water and energy consumption are included in the former area, as is waste production, whilst in the latter it is a matter of consequences related to snacks, food and drinks, the degree of sustainability of communication and promotional strategies and the means of transport used by audiences to reach the theatre.

The Curzon's strategy aims to reach certain objectives that we might define "primary", such as for example the use of energy produced exclusively by renewable sources or cutting water and electricity consumption. But what distinguishes the circuit's approach is the use of measuring devices that make it possible to check whether - over the years - progressively more ambitious objectives are attained.

To monitor and certify their progress in this increasing effort, Curzon has set up an alliance with Julie's Bicycle. The latter is a non-profit organization offering services to a network of players in the fields of art and culture which, as well as the Curzon, includes the British Film Institute and the National Theatre. Amongst the interventions foreseen are sustainability consultancy and staff training based mainly on the exchange of peer-to-peer knowledge. As a result of this initiative, Curzon has obtained "Green Certification" for 9 of its cinemas.

The certification awarded by Julie's Bicycle foresees five levels: this makes it possible to access the system by satisfying minimum requirements, whilst at the same time committing to more advanced goals and above all measurable ones. For this purpose, Julie's Bicycle provides various tools, including a Carbon Footprint Calculator, i.e. an interactive device that makes it possible to calculate environmental impact in terms of CO2.

The path towards making a cinema environmentally friendly can thus be travelled in gradual stages. The important thing is to make a start.

# SALE GREEN

IN COLLABORAZIONE CON / IN COLLABORATION WITH

CINEMA D'EUROPA  
MEDIA SALLES



## OLANDA/ LA NOUVELLE VAGUE È IL NOVEL FOOD

*Il Cinemacita di Tilburg e il cinema Het Ketelhuis, ad Amsterdam: due esempi di scelta verde anche nel cibo*

— ELISABETTA BRUNELLA

Che l'Olanda sia un paese permissivo lo pensano un po' tutti. Questo cliché trova una conferma anche nel campo del "novel food", la suggestiva espressione che, strizzando più o meno volontariamente l'occhio alla nouvelle cuisine, in realtà designa – secondo l'UE – quei cibi che fino al 1997 non erano significativamente diffusi tra la popolazione europea. Per dirla chiaramente, vermi e insetti. In questo campo i Paesi Bassi e il Belgio, insieme all'extracomunitaria Svizzera, sono decisamente un passo avanti. Prova ne sia che l'hamburger di grilli spicca nel menù del Ristobar del Cinemacita di Tilburg. Con 16,50 euro si può avere un assaggio del cibo che verrà, facendo il pieno di proteine e al tempo stesso alleggerendo la propria impronta ecologica. Questa è peraltro la filosofia del Cinemacita, il cinema d'essai che dal 1983 continua una tradizione centenaria di proiezioni nella città del Brabante settentrionale, più o meno a metà strada tra Anversa e Rotterdam. Rinnovato ed ampliato nel 2012 e poi ancora nel 2020, il Cinemacita, che col suo nome rende esplicitamente omaggio agli studi di produzione romani, ha sempre puntato sulla qualità dei film – volutamente scansando i blockbusters – e, negli anni più recenti, sulla scelta verde. Se l'edificio storico, che risale al 1904, è stato mantenuto, l'ala aggiunta ultimamente presenta una batteria di pannelli solari che forniscono il 25% dell'energia necessaria per il funzionamento di questo multisala urbano. Per il resto Cinemacita si avvale di energia verde, prodotta da fonti rinnovabili, e non utilizza gas, nemmeno per il Ristobar che ha scelto la cottura per induzione. Inoltre il calore che viene generato dall'attività dei cinque proiettori, che servono altrettanti schermi, invece di andare disperso come normalmente accade, viene reimmesso nel sistema di riscaldamento, con una soluzione unica al mondo. Questo consente anche di risparmiare sull'aria condizionata che è necessaria, nella cabina di proiezione, per consentire il funzionamento ottimale delle macchine. "La sostenibilità – ha affermato Jasper Naaijken, programmatore di Cinemacita, in un panel

organizzato dal Creative Europe Desk MEDIA e da Birgit Heidsiek, FFA Green Cinema Officer, all'inizio di ottobre – è proprio nel DNA del nostro cinema. L'hamburger di grilli, o quello vegetariano a base di alghe coltivate in Olanda, che appare nel menù sin dal 2014, non sono pure curiosità. Sono parte di una strategia ben precisa, che ha come obiettivo l'attuazione di una vera e propria economia circolare. Non a caso per i nostri arredi abbiamo fatto ricorso a prodotti di seconda mano. Sempre in questo spirito usiamo stoviglie di carta originate da scarti agricoli, mentre per le pulizie abbiamo adottato detersivi biodegradabili e stracci in bambù." Un approccio analogo anche per Het Ketelhuis, un altro cinema d'essai, questa volta a Amsterdam, riconosciuto pure per la sua ricca programmazione per bambini e ragazzi. Come a Tilburg, il segno più immediatamente evidente della sensibilità per l'ambiente è la proposta, nel caffè annesso al cinema, di cibi più compatibili con l'ecosistema: tutti i piatti sono rigorosamente vegetariani, mentre il latte e il caffè sono bio. C'è tuttavia anche un valore in più, che viene dalla scelta di rifornirsi di caffè da un'impresa di torrefazione che impiega ex detenuti, dando loro una seconda chance. Insomma, se nell'articolo precedente dicevamo che i cinema del futuro prossimo saranno più verdi, possiamo ora aggiungere che saranno anche più attenti alle istanze di cambiamento che emergono dalla società, in campo ambientale, ma non solo. O magari farsi addirittura anticipatori – con le loro strategie e ovviamente con la loro programmazione – dei mutamenti di sensibilità e stili di vita.

*IN ALTO, LO SPAZIO ESTERNO DEL CINEMACITA DI TILBURG: IL CINEMA HA SEMPRE PUNTATO ALLA QUALITÀ DEI FILM E, NEGLI ULTIMI ANNI, ALLA SCELTA VERDE. LA SPECIALITÀ DEL RISTOBAR DEL CINEMA, CHE È L'HAMBURGER DI GRILLI, FA PARTE DELLA FILOSOFIA DELLA SALA CHE VUOLE REALIZZARE UN'ECONOMIA CIRCOLARE.*





## THE NETHERLANDS/THE NOUVELLE VAGUE IS NOVEL FOOD

*Cinecitta in Tilburg and Het Ketelhuis cinema in Amsterdam: two examples of a green choice for food as well*

More or less everyone agrees that Holland is a permissive country. This cliché is further confirmed in the context of "novel food", the evocative expression which, with a more or less involuntary nod to the nouvelle cuisine, actually - according to the EU - designates those foods that up to 1997 were not widespread to any significant degree in the population of Europe. Specifically - worms and insects. In this field the Netherlands and Belgium, together with the non-EU Switzerland, are decidedly one step ahead. Proof of this is the cricket hamburger, in pride of place on the menu of the Tilburg Cinecitta's Ristobar. For 16.50 euros a taste can be had of the food of the future, stocking up on proteins and at the same time decreasing our environmental impact. And this is the philosophy of the Cinecitta, the arthouse cinema which since 1983 has been carrying forward a century-old tradition of screenings in this town in North Brabant, more or less halfway between Anvers and Rotterdam. Renovated and extended in 2012 and again in 2020, Cinecitta, whose name is an explicit homage to the Roman studios, has always placed its bets on quality films - purposely leaving aside the blockbusters - and in more recent years on ecological choices. Whilst the original building, dating back to 1904, has been left standing, the added wing has recently sported a set of solar panels which provide 25% of the energy necessary for running this urban, multi-screen complex. The Cinecitta obtains its remaining energy from renewable, green sources, and does not use gas, not even for the Ristobar, which has opted for induction cooking. In addition, instead of being wasted as usually happens, the heat generated by the five projectors, serving the same number of screens, is reintroduced into the heating circuit, using a system that is unique worldwide. This also makes it possible to save on air conditioning, which is necessary in the projection booths for the optimal functioning of the machinery. "Sustainability," says Jasper Naaijens, head of programming for Cinecitta, during a panel organized by the

Creative Europe Desk MEDIA and Birgit Heidsiek, FFA Green Cinema Officer, at the beginning of October, "is part of our cinema's DNA. The cricket hamburger, or the vegetarian version made of Dutch-grown seaweed, which has been on the menu since 2014, are not just curiosities. They are part of a precise strategy that aims to set up an authentic circular economy. It is no coincidence that our furnishings use second-hand products. And in the same spirit we make use of paper plates made from agricultural waste products, as well as bamboo cloths and biodegradable detergents for cleaning." A similar approach is that of Het Ketelhuis, another arthouse cinema, this time in Amsterdam, also known for its rich programming for children and young people. As in Tilburg, the most immediate sign of its environmental sensitivity is the choice of the food on offer in its adjacent café, which is as compatible as possible with the ecosystem: all the dishes are strictly vegetarian and the milk and coffee are organic. And there is added value in the choice to obtain the coffee from a coffee roasting company employing ex-prisoners and giving them a second chance. To sum up, if, in the previous article, we stated that the cinemas of the near future will be greener, we can now add that they will also be sensitive to elements of social change not confined to the field of the environment. Or perhaps they will become forerunners - thanks to their strategies and obviously their programming - of changes in sensitivity and lifestyle.

*TOP LEFT, THE CINECITTA CINEMA IN TILBURG. ON THE RIGHT, TWO IMAGES OF HET KETELHUIS CINEMA IN AMSTERDAM. HERE THE ADDED VALUE IS THE CHOICE OF OBTAINING YOUR COFFEE FROM A COFFEE ROASTING COMPANY THAT EMPLOYS FORMER PRISONERS*



## I CINEMA CHE DANNO LA RICARICA

*Il Fondo Cinematografico Federale della Germania ha creato un sito per promuovere la conversione ecologica del parco sale tedesco: Grünes Kino. E nei cinema tedeschi si moltiplicano le pratiche green...*

— ELISABETTA BRUNELLA

**C**he un cinema tedesco venda birra non fa certo notizia. Le cose cambiano, però, se si precisa che la birra è bio e soprattutto se si aggiunge che il Garbo Kino di Regensburg la propone ai suoi clienti dal 1995, epoca in cui la consumazione "standard" di uno spettatore era il binomio "bibita industriale con bollicine e popcorn".

Nel frattempo i cinema della Germania – come e forse più di altre imprese – sono diventati maggiormente consapevoli della crescente richiesta di comportamenti più rispettosi dell'ambiente. E il loro popcorn invenduto, invece di finire nella pattumiera, ha cominciato a trasformarsi in stoviglie compostabili, secondo la "ricetta" nata da un'iniziativa di Alireza Kharazipour, professore della Georg-August Universität di Göttingen e cinefilo.

Queste – e decine di altre – buone pratiche risaltano nel sito "Grünes Kino" dedicato ai "cinema verdi", o per meglio dire alla sostenibilità dell'esercizio cinematografico, che porta il logo della FFA. Il Fondo Cinematografico Federale ha infatti inteso fornire uno strumento pratico per promuovere la conversione ecologica del parco sale tedesco, forte di 4.926 schermi. Per raggiungere questo obiettivo, si è avvalso della collaborazione della consulente per i cinema verdi dell'FFA Birgit Heidsiek, giornalista dallo sguardo lungimirante che già nel 2012, ad Amburgo, aveva fondato la rivista "Green Film Shooting", presto diventata un punto di riferimento internazionale per la sostenibilità della produzione cinematografica e poi dell'intera filiera.

Cuore del sito della FFA è "Das Grüne Kinohandbuch", il manuale che tocca i principali campi su cui gli esercenti possono intervenire per ridurre l'impronta delle loro attività sull'ambiente: dall'efficienza energetica, per esempio dei sistemi di riscaldamento e condizionamento, all'approvvigionamento di elettricità da fonti rinnovabili, dall'offerta di snacks a chilometro zero all'uso di detersivi bio fino alla gestione dei rifiuti e all'incentivazione dell'utilizzo di mezzi di trasporto che limitano l'emissione di biossido di carbonio. Le informazioni fornite da esperti, che abbinano conoscenze scientifiche a capacità divulgative, si associano alla presentazione di esperienze già realizzate nelle sale tedesche all'avanguardia nella transizione verde.

Sul fronte dei trasporti, spicca il gruppo Cineplex, forte di 91 complessi in 68 città, che, per agevolare gli spettatori

*IN ALTO,  
IL CINEMA AUTOKINO  
HEILIGENGEISTFELD  
DI AMBURGO. QUI ACCANTO,  
IL CINEPLEX DI AICHACH;  
NELLA PAGINA DI DESTRA,  
IL POSTEGGIO  
CON COLONNINA PER  
LA RICARICA ELETTRICA  
DEL CINEMA CINEXX  
DI HACHENBURG E, SOTTO,  
IL BAR DI UN CINEMA DELLA  
CATENA YORCK DI BERLINO*



che preferiscono pedalare, ha installato delle postazioni per la ricarica delle biciclette elettriche e si è alleato con servizi di bike sharing. Sempre alle due ruote è stata dedicata l'iniziativa che, ad Amburgo, ha trasformato per una sera in "Bike in" un drive in nato sull'onda del revival suscitato dalla pandemia. Il Cinexx di Hachenburg ha puntato sempre sulla ricarica, ma delle auto elettriche, allestendo cinque postazioni per i suoi clienti.

Un gruppo di sale d'essai come Yorck, con sede a Berlino, interpreta la sua mission a favore dell'ambiente su un duplice binario: quello della programmazione di film che trattino tematiche ambientali e quello dell'adeguamento delle proprie strutture, secondo una sorta di "decalogo" che viene condiviso col pubblico e che prevede – tra il resto – l'isolamento termico degli edifici e l'adozione di lampade a basso consumo. Fiore all'occhiello di Yorck è la scelta di Fritz-Kola, la bevanda "cult" inventata da due giovani di Amburgo e venduta in bottigliette di vetro che si riciclano fino a cinquanta volte, che ha poi generato una serie di bibite alla frutta, vegane, prive di glutine e basate solo su ingredienti naturali. La catena Yorck ha aderito inoltre al programma "Kino: Natürlich" promosso nel 2018 da AG Kino-Gilde, l'associazione dei 330 cinema d'essai della Germania che ogni anno ospitano quasi 20 milioni di spettatori.

Insomma, se entro il 2030 il Governo tedesco mira a ridurre le emissioni di CO2 del 65%, i cinema sono pronti a fare la loro parte.

## RECHARGE AT THE MOVIE THEATRES

*Germany's Federal Cinematographic Fund has created a website for promoting the ecological conversion of its national fleet of movie theaters: Grünes Kino. And green practices are multiplying in German cinemas...*

It's nothing new for a German cinema to be selling beer. But what makes the difference is when the beer is organic, especially when adding that the Garbo Kino in Regensburg has been offering it to their audiences since 1995, a time when the spectator's "standard" order was "a mass-produced, fizzy drink with popcorn".

In the meantime, cinemas in Germany - like other enterprises, and perhaps even more so - have become more aware of the growing need for more environmentally respectful behaviour. And the unsold popcorn, instead of ending up in the rubbish bin, has started to turn into biodegradable dishes, following a "recipe" originating from an idea by Alireza Kharazipour, Professor at the Georg-August Universität in Göttingen and a cinema-lover.

These - and a dozen or so other good practices - stand out on the FFA "Grünes Kino" site dedicated to "green cinemas", or rather to the environmentally friendly operation of cinemas. In fact, the German Federal Film Board has decided to provide a practical tool for promoting the ecological conversion of Germany's screens, which number 4,926. To achieve their objective they assigned FFA Green Cinema Consultant Birgit Heidsiek, the long-sighted journalist who in 2012 in Hamburg had already founded the review "Green Film Shooting", which soon became an international landmark for eco-sustainable cinema production and then the whole value chain.

The heart of the FFA's website is "Das Grüne Kinohandbuch", the manual dealing with the main areas in which exhibitors can intervene to reduce the carbon footprint of their business in the environment: from the efficient use of power, heat and air conditioning to sourcing electricity from renewables, from the offer of locally sourced snacks to the use of organic cleaning products, including waste management and incentives for using means of transport that limit the production of carbon dioxide. The information provided by experts with scientific knowledge and the ability to spread it combine with the presentation of experiences already achieved in those German theatres in the avant-garde of the green transition.

In terms of transportation, the Cineplex group stands out, with its 91 complexes in 68 towns and cities, which, to make things easier for those who prefer to travel on pedals, has installed recharging stations for electric bicycles and joined forces with bike-sharing services. Another initiative devoted to transport on two wheels was the one run in Hamburg, where, for one evening, a drive-in that came into being in the wake of the revival brought about by the pandemic, was transformed into a "Bike-in". The Cinexx in Hachenburg has also focused on recharging, but that of electric cars, setting up recharging stations for its customers.

A group of arthouse cinemas, the Yorck group, based in Berlin, interprets its mission in favour of the environment along two lines: one involves the programming of films dealing with environmental themes and the other adapting its structures according to a sort of "decalogue" shared with the public, which foresees - amongst other aspects - efficient insulation of its buildings and the use of low-consumption light bulbs. The carnation in the buttonhole of the Yorck group is the choice of Fritz-Kola, the "cult" drink invented by two young people from Hamburg and sold in glass bottles that can be recycled up to fifty times, which has generated a series of vegan, gluten-free fruit drinks using only natural ingredients.

The Yorck chain has also joined the programme "Kino: Natürlich" promoted in 2018 by AG Kino-Gilde, the association of 330 arthouse cinemas in Germany, which welcome almost 20 million spectators every year.

To sum up, if by 2030 the Federal Ministry for the Environment aims to reduce CO2 emissions by 65%, the cinemas are ready to do their bit.

*Some of the photos have been taken from <https://grueneskino.net/blog/ueber-das-buch/>. MEDIA Salles thank the publisher.*



# SALE GREEN / Quando la spazzatura di tanti diventa un tesoro per tutti

di Elisabetta Brunella



Non rassegnarsi alla "spazzaturezza" è uno dei messaggi che emergono dal film d'animazione "Trash - la leggenda della Piramide Magica", che racconta le avventure di una serie di scarti - una scatola di cartone, la bottiglia di una bibita, un contenitore di pile - alla ricerca di una seconda vita. Ma è anche uno degli obiettivi che si stanno delineando sempre più chiaramente nelle strategie delle imprese di esercizio nel loro percorso verso la sostenibilità.

Scienza e tecnologia hanno molto da dire in questo approccio innovativo. A questo proposito basterà citare il caso emblematico del Prof. Alireza Kharazipour che, appassionato cinefilo, ha avuto l'intuizione del riutilizzo degli scarti del mais soffiato proprio al cinema. Oggi, l'università presso cui insegna, la Georg-August di Gottinga, è all'avanguardia nella sperimentazione delle applicazioni di questo nuovo materiale in vari campi: dall'imballaggio (uno dei settori che più consuma plastica) al mobilio, dall'isolamento degli edifici fino alle stoviglie. Monouso sì, ma compostabili.

A limitare l'utilizzo della plastica - spesso quasi "Invisibile", ma pur sempre presente, come ad esempio in forma di pellicola che riveste l'interno dei contenitori realizzati con la carta - ci stanno provando diverse sale cinematografiche.

Le modalità più frequentemente adottate vanno in due direzioni: optare per materiali biodegradabili o riciclabili oppure fare in modo che i recipienti di plastica possano essere riutilizzati più volte.

Il cinema Lux di Massagno, in Canton Ticino, - fresco di una ristrutturazione che ha dotato l'edificio di un cappotto isolante - ha scelto la via del riuso per bicchieri e flûtes che ha voluto personalizzare col proprio logo.

Dagli Stati Uniti, in particolare dalla catena NCG, forte di 25 complessi in 9 stati, arriva la formula "free refill", che mira ad invogliare lo spettatore ad acquistare, per circa 20 dollari, un gigantesco secchiello di popcorn alla prima visita. Poi, per un anno intero, il possessore del "barattolo magico", ogni volta che tornerà al cinema, pagando 4 dollari, potrà riempirlo a piacere.

Al riuso punta anche l'iniziativa "Recup / Rebowl". Largamente diffusa in Germania, propone, a tutte le imprese che vendono cibi e bevande in contenitori da asporto, una formula che spinge il cliente a restituire in uno dei quasi 12.000 punti dedicati il classico bicchiere da caffè o la ciotola dell'insalatona. Per quanto riguarda le sale cinematografiche, tra gli "early adopters", spicca il Cinecittà di Norimberga, il famoso complesso che, nato nel 1995, ha continuato non solo ad aumentare il numero dei suoi schermi, ma ad adottare le tecnologie via via più avanzate.

Sul versante dei materiali alternativi alla plastica si colloca l'iniziativa della società danese Stay Well, nata proprio nel periodo del Covid, che fornisce alle sale cinematografiche recipienti ed altri accessori - come per esempio le canucce - prodotti a partire dalla fibra del bambù, una pianta che cresce spontaneamente e dalla quale si ricavano prodotti che non necessitano di essere sbiancati chimicamente.

Negli Stati Uniti, vengono invece proposti, dalla società Smart Planet Technologies, bicchieri per le bevande che fanno a meno della pellicola di polietilene, e che possono quindi entrare nel processo di riciclo della carta. Tanto per non fare confusione, si chiamano anche loro reCups!

A differenza di altre tappe della transizione ecologica delle sale - come la sostituzione dei proiettori digitali dotati di lampade allo xenon con proiettori laser o l'adozione di energia da fonti rinnovabili - il riciclo e il riuso dei materiali adottati dal cinema, in particolare quelli necessari per la vendita e la somministrazione di cibi, snacks e bevande non dipendono solo dalle scelte dell'esercente, ma richiedono la fondamentale collaborazione degli spettatori e delle istituzioni pubbliche.

Altrimenti, tutto quello che è riciclabile diventa facilmente non riciclato. Risulta così fondamentale puntare sulla comunicazione con il pubblico, come ha fatto, negli Stati Uniti, il circuito Cinemark, forte di oltre 4.000 schermi. "Non basta collocare contenitori, per quanto colorati e con una grafica molto chiara, per assicurare la raccolta differenziata dei rifiuti all'uscita di ogni sala: lo spettatore, nella fretta e nella ressa, difficilmente colloca la lattina o la bottiglietta di plastica nel posto giusto", ha dichiarato, a Boxofficepro, Art Justice, responsabile della gestione delle risorse energetiche di Cinemark. "Bisogna che il cliente sappia già, prima di lasciare la sala, come è organizzata la differenziazione. Per questo ci siamo orientati verso un filmato da mostrare prima di ogni proiezione."

Per quanto riguarda invece la collaborazione con le autorità pubbliche, un esempio virtuoso viene da Barcellona, dove già nel 2018 sale cittadine e Comune avevano siglato un primo accordo, poi rinnovato, che fissa alcuni traguardi da raggiungere. Tra questi figurano la digitalizzazione della comunicazione pubblicitaria, la riduzione dell'uso della plastica e del polistirene, la formazione del personale nella gestione dei rifiuti e nel risparmio energetico. A fronte di questi impegni, i cinema che aderiscono ottengono una riduzione del 10% sulla tassa dovuta per la raccolta dei rifiuti.

Insomma, per parafrasare la morale di "Trash", i cinema stanno via via imboccando la strada che dovrebbe trasformare "la spazzatura di tanti in un tesoro per tutti".



# When the trash of many becomes a treasure for everyone

by Elisabetta Brunella

Not to resign ourselves to "trash" is one of the messages that emerges from the animated film "Trash - La leggenda della Piramide Magica", which narrates the adventures of a series of waste products - a cardboard box, a soft-drink bottle, a battery container - all looking for a second life. But it is also one of the objectives clearly taking shape in the strategies of cinema exhibition businesses in their path towards sustainability.

Science and technology have a lot to say in this innovative approach. Suffice it to quote the exemplary case of Prof. Alireza Kharazipour, a keen film buff, who followed the intuition that came to him at the cinema, to re-use popcorn waste. Today the university where he teaches, the Georg-August in Göttingen, is in the avant-garde of experimentation in the application of this new material in various fields: from packaging (one of the sectors where most plastic is consumed) to furnishings, from the insulation of buildings to tableware. Single-use yes, but compostable.

Several cinemas are attempting to limit the use of plastic - often almost "invisible", yet ever-present - for example in the form of the film covering the inside of paper containers.

There are two main directions in the most frequently adopted measures: to opt for biodegradable materials or those that can be recycled or to make sure that plastic recipients can be re-used several times.

The cinema Lux in Massagno, Canton Ticino, - newly renovated and with thermal insulation coating - has opted to re-use cups and flûtes, which have been personalised with the cinema's own logo.

From the United States, in particular from the NCG chain with its 25 complexes in 9 states, comes the "free refill" formula, aiming to encourage the spectator to spend around 20 dollars on a giant bucket of popcorn at his first visit. Afterwards, for a whole year, the owner of the "magic bucket" can refill it as full as they like for just 4\$ every time they revisit the cinema.

The "Recup / Rebowl" initiative also focuses on re-use. Widely used in Germany, it offers all businesses selling food and drinks in plastic containers a formula for encouraging the customer to return the classical coffee cup or salad bowl to one of almost 12,000 locations. As for the movie theatres, amongst the "early adopters", the Cinecitta in Nürnberg stands out, the famous complex founded in 1995, which has continued not only to add to the number of its screens, but also to adopt increasingly advanced technology.

In terms of using alternatives to plastic, the Danish company Stay Well, launched during the Covid pandemic, supplies cinemas with recipients and other accessories - such as drinking straws for example - produced from bamboo fibre, a spontaneous plant from which products that have no need of chemical bleaching are derived.

In the United States, instead, the company Smart Planet Technologies proposes drinking cups without polythene film, which can therefore be introduced into the paper recycling process. Just to add to the confusion, they are also called reCups!

Unlike other stages in the ecological shift by movie theatres - such as replacing digital projectors fitted with xenon lamps with laser projectors or using energy from renewable sources - recycling and re-using materials used in the cinema, in particular those needed for the sale and provision of food, snacks and drinks, does not depend solely on the choices made by the exhibitor but also and most importantly on the cooperation of spectators and public institutions.

Otherwise, all that is recyclable may easily become not-recycled. And so it proves essential to focus on communication with the public, as has been done in the United States by the Cinemark circuit with its 4,000 screens. "It is not sufficient to provide containers, however colourful and with the clearest of graphics, to ensure that waste is differentiated on exiting the auditorium: in the haste and crowd it is improbable that the spectator will place a can or bottle in the right place," remarked Art Justice, head of energy resource management for Cinemark, to Boxofficepro. "The customer must already know how waste is organised before leaving the auditorium. This is why we have chosen to project a short video before every screening."

As to cooperation with public authorities, a virtuous example comes from Barcelona, where in 2018 cinemas in the city and the Municipality had already signed an initial agreement, later renewed, establishing a few objectives. Amongst them are the digitization of advertising, reduction in the use of plastic and polystyrene and staff training in waste management and energy saving. In return for these commitments, the cinemas involved obtain a 10% reduction on the taxes they pay for waste disposal.

In short, to sum up the ethics of the Italian film "Trash - La leggenda della Piramide Magica", cinemas are gradually moving along a path that should transform "the trash of many into a treasure for everyone".

