

L'appartenenza al circuito consente alle sale di fruire dei servizi formativi e informativi forniti da MEDIA Salles, fra cui le pagine web che ospitano, oltre ad una sezione specifica per la promozione delle iniziative e degli eventi europei dedicati al cinema per ragazzi, la banca dati European Cinema On-line Database. La chiave di ricerca "Euro Kids" consente di accedere direttamente ad una vasta selezione di film europei per ragazzi e giovani.

Sono previsti inoltre momenti di incontro e confronto, come la riunione annuale dei membri del circuito, che quest'anno si svolgerà il 16 e 17 ottobre a Como, durante la quale gli esercenti possono scambiare esperienze ed opinioni ed aggiornarsi sul settore del mercato cinematografico che si rivolge ai giovani.

Ulteriori informazioni sono disponibili presso gli uffici di MEDIA Salles (tel.: 02.66984405 - fax: 02.6691574 e-mail: eurokids@mediasalles.it).

## I multiplex in Europa: numero di complessi al 1° gennaio 1999

	8 schermi	9 schermi	10 schermi	11 schermi	12 schermi	13 schermi	14 schermi	15 schermi	16 schermi	17 schermi	18 schermi	19 schermi	20 schermi	23 schermi	24 schermi	25 schermi	Totale
A	4	1		1	2												8
B	3		2		4		4			1					1	1	16
CH	1		1														2
CZ	1																1
D	23	20	13	3	4	3	3		1		1	1					72
DK		1								1							2
E	20	14	11	3	4	1	1	2			1		1		1	1	60
F	22	7	3	6	16		7	6	1	2	1	1		1			73
FIN			1														1
GR	1	1	1														3
HU		1	2	1													4
I	1	4	2								1						8
IRL		2	2	1	2												7
L			1														1
N	3					1											4
NL	3	1															4
P	1	1	2	1									1				6
PL	1																1
S	6	3	3		1		1		1								15
UK	24	20	22	8	18	5	13	1					2				113
Totale	114	76	66	24	51	10	29	9	3	4	4	2	4	1	2	2	401

mente di multiplex se il complesso non disponga di almeno 8 schermi.

Questa prassi si fonda sui risultati dello studio elaborato da London Economics per conto di MEDIA Salles, pubblicato nel White Book of the "European Exhibition Industry" (seconda edizione, 1994, vol. II p. 48).

Sulla base di uno studio econometrico, London Economics afferma che l'effetto multiplex si realizza pienamente solo con almeno 8 schermi.

Questo approccio, che mira a considerare soprattutto l'efficienza della formula multiplex (in termini di grado di utilizzo delle strutture), sembra preferibile rispetto all'individuazione di una serie di elementi qualitativi, (non solo i già citati parcheggio e ristorazione, ma anche dimensione degli schermi, disposizione delle poltrone a gradoni, distanze tra poltrone, foyers spaziosi, aria condizionata, qualità del sonoro etc.) che di per sé potrebbero ritrovarsi anche in strutture che non sono multiplex e, peraltro, possono anche essere considerati non tutti ugualmente necessari per definire un multiplex come tale.

Senza addentrarsi in ulteriori dettagli, basterà poi pensare a quanto sia difficile, a fini statistici, valutare elementi qualitativi come l'ampiezza di un foyer.

Peraltro come fa notare J. Ph. Wolff nell'Introduzione dell'Annuario European

Cinema Yearbook di MEDIA Salles (edizione 1998), i complessi con almeno 8 schermi risultano avere caratteristiche qualitative simili, il che rende questa categoria piuttosto omogenea e quindi più facilmente isolabile.

Più difficile pare invece giungere ad una definizione di megaplex.

In un suo intervento a Eurovisioni 1995, J. Bert (Gruppo Bert Claey's) propose di utilizzare tale termine per i multiplex con almeno 15 schermi.

MEDIA Salles, pur senza proporre l'adozione di una terminologia specifica, ha iniziato nell'Annuario del 1998, a suddividere i multiplex, che in un primo tempo erano tutti raggruppati nella categoria 8 o più schermi, in ulteriori classificazioni. E' interessante notare che circa il 95% dei 401 siti rilevati in Europa al 1° gennaio 1999 si colloca nelle categorie 8-11 e 12-15 schermi.

Sembrirebbe quindi ragionevole porre la soglia tra multiplex e megaplex a 16 schermi.

Su questa indicazione concorda, per esempio, anche l'UNIC (Union Internationale des Cinémas) che ha affrontato il tema nell'Assemblea Generale del 1998. In attesa di ricerche più approfondite sul tema, l'osservazione dei complessi di 16 e più schermi già esistenti mostra che, in questi casi, assume un ruolo determinante la strategia dell'impresa.

Nella scelta di costruire strutture di questo tipo rispetto ai multiplex più tradizionali, entrano in gioco elementi legati alla dimensione dell'investimento e alla gestione del complesso assai impegnativi.

Tra questi spiccano la localizzazione della struttura sulla base delle dimensioni del mercato potenziale ed anche della presenza di infrastrutture adeguate, il rapporto tra il cinema e le attività commerciali considerate sinergiche, l'approvvigionamento dei film.

Non sembra dunque un caso che complessi delle dimensioni considerate, perlomeno oggi, come eccezionali siano spesso concepiti come strutture autosufficienti che, per esempio, non sono integrate in un centro commerciale e sono situate in aree molto periferiche, dove il cinema diventa l'elemento trainante di sviluppo o si integra con altre offerte di spettacolo più che di "shopping".

Sul fronte delle tematiche legate alla gestione, potrà essere interessante analizzare quanto abbia influito per imprese di esercizio che abbiano esteso la loro attività alla distribuzione l'essere gestori di complessi con un elevato numero di schermi a cui assicurare un flusso di prodotto regolare e vario.

Elisabetta Brunella