CONTENUTI E STRATEGIE: CHE COSA CAMBIA

DIGITALE = DEMOCRATICO? IL CASO DIGITALA HUS

Hanno iniziato nell'agosto 2002 con 7 sale, saranno 10 entro la fine del 2004 e molte altre piccole città della Svezia sono pronte ad allestire la propria: così è nato, e sta progressivamente crescendo, "Digitala Hus" (Digital Houses) che, nelle parole di uno dei suoi ideatori, ***Rickard Gramfors****, è il "primo circuito cinematografico digitale europeo". E a chi storce il naso davanti all'uso del termine "digitale" per sale attrezzate con sistemi meno sofisticati – tra cui i proiettori DLP, generalmente considerati adatti alla riproduzione di contenuti alternativi, a differenza dei DLP Cinema, destinati ai film – Gramfors risponde che la distinzione tra E- e D-Cinema non è che un'invenzione di Hollywood, "per controllare l'accesso al mercato". Ma come è nato, come si è sviluppato – e con quali risultati – questo circuito che ha visto crescere gli incassi delle proprie sale di quasi il 30% in due anni e che pare realizzare, attraverso il digitale, un modello efficace di integrazione tra film e contenuti alternativi?*

"In tutto, le nostre sale hanno quasi 54.000 posti, e ciò fa di noi i maggiori proprietari di cinema del paese. Ma, poiché le Folkets Hus si trovano in zone rurali, la nostra fetta di mercato è pari solo al 5% dei biglietti venduti, e dunque per i distributori siamo poco interessanti". È questa la premessa con cui Rickard Gramfors, Responsabile dei Contenuti di Folkets Hus och Parker, inquadra il progetto di cinema digitale da lui sviluppato. Ma, per capire meglio la questione, è necessario spiegare chi sono e come sono nati questi singolari "proprietari di cinema", ben diversi nella struttura dalle normali catene d'esercizio, europee o non. Perché "Folkets Hus och Parker" significa "case e parchi per il popolo", cioè luoghi che appartengono al patrimonio sociale dei lavoratori svedesi che, alla fine dell'800, alla ricerca di spazi di aggregazione e ostacolati dai proprietari terrieri che temevano focolai rivoluzionari, si organizzarono per comprare terre e trasformarle in parchi, teatri all'aperto e anche per costruirvi case da adibire a luoghi d'incontro: locali da ballo, gallerie d'arte, sale per conferenze. Negli anni '30 e '40, poi, molte di esse vennero trasformate in cinema: se ne contano ad oggi 267 – 270 schermi in tutto – la maggior parte di seconda visione (solo 30 sono di prima), su un totale di 700 case. Con un'or-

ganizzazione centrale senza scopo di lucro, le singole Folkets Hus sono invece interamente commerciali e ognuna ha da sopportare i propri costi e gestire i propri ricavi. Ma se la loro importanza sociale è indubbia, quella sul mercato risente dei problemi comuni alle sale situate nei piccoli centri cittadini. Dove, ad esempio, per un film come *Finding Nemo* (*Alla ricerca di Nemo*), distribuito nel paese in 150 copie, solo tra le 5 e le 10 possono arrivare nel circuito e con un ritardo tra le 6 e le 8 settimane. Il che significa che le condizioni della pellicola sono pessime e, per giunta, che "è passato troppo tempo e la spinta per vedere il film si è affievolita, perché il grande traino pubblicitario è già terminato, a favore di qualche altra novità". Non solo, ma i ragazzini lo scaricano da Internet prima che questo raggiunga la loro cittadina, "il che costituisce un grande danno per il mercato".

Digitala Hus

Ecco, allora, l'idea che trasforma le case del popolo in case digitali: "Digitala Hus". Il progetto pilota è stato lanciato nell'agosto 2002, con sette cinema in piccole città.
E se l'immagine non rovinata piace agli spettatori, l'abbassarsi del costo della copia piace agli esercenti: una copia 35mm, infatti, costa circa 2.600 euro, una digitale, ora che il circuito è composto di 7 cinema, più o meno 500 euro, "ed il costo si dimezzerà quando il numero di sale salirà a 20". Inoltre, non serve necessariamente una copia per cinema: "se il film arriva per tempo (sotto forma di cassetta criptata), è sufficiente scaricarlo nel proprio server e passarlo a un'altra sala".

Master e copie

Ma come è possibile che una tecnologia così nuova e sofisticata abbia costi così contenuti? "La vera differenza – spiega Gramfors – è nella realizzazione del master, in formato HD come le HD-cam, D5 o D6. Ma ciò riguarda i produttori, e anche per loro non si tratta di una spesa aggiuntiva". Per la maggior parte dei film prodotti in 35mm, infatti, là dove è prevista una distribuzione internazionale o su più canali – come la televisione e il dvd – viene sempre realizzato un master ad alta definizione. "Questo è la base per le copie digitali, dalla quale noi partiamo". Per fare queste, aggiungere gli eventuali sottotitoli e criptare il film, serve un laboratorio di postproduzione con la giusta tecnologia. In Svezia ce n'è uno, "FilmTeknik": ha investito tra i 200.000 e i 300.000 euro in equipaggiamento per il digitale e ora è in grado di realizzare le copie necessarie di tutti i film. Così, in questi due anni il circuito è riuscito ad avere in totale 25 prime visioni, molte delle quali sono film nazionali. E la qualità, grazie all'assenza di usura, è "molto migliore del 35mm".
"All'inizio – nota Gramfors – i distributori svedesi erano scettici, poiché l'industria cinematografica è molto conservatrice. Ma poi i risultati li hanno convinti". Dopo solo 18 mesi dalla nascita del circuito, infatti, gli incassi sono aumentati tra il 25 e il 30%. E questo grazie solo alle prime visioni digitali. Al fatto di ricevere le copie per tempo, infatti, si unisce il vantaggio di non doverle passare immediatamente ad un'altra sala: la copia digitale, una volta scaricata sul server (che può contenere 4 o 5 film per volta), può essere proiettata fino a che c'è richiesta.

Non solo blockbuster

"Far vedere solo film di Hollywood con un proiettore digitale – come vorrebbe qualcuno – è davvero un peccato: ci sono così tante altre cose!" Aumentano, infatti, le possibilità di proiettare film d'essai, a carattere locale, documentari, classici e cortometraggi.
Molto successo hanno riscosso concerti e musical: "tutti i grandi spettacoli sono lontani dai pic-

coli centri. I giovani, chi non ha grandi possibilità economiche o ha qualche handicap non ci può andare". Così, ad esempio, hanno trasmesso alcuni musical grazie a un accordo con il Network Televisivo di Brodway e – con la società belga Euro1080 – il concerto di David Bowie e quello di Capodanno a Vienna, per il quale hanno già ricevuto prenotazioni per l'anno a venire. In Svezia, inoltre, molti grandi teatri e l'opera sono sostenuti dallo Stato attraverso le tasse. Ma sono in pochi – di cultura alta e residenti nei centri delle grandi città – ad andarli a vedere. Così questa minoranza beneficia di spettacoli molto economici, mentre la maggior parte di coloro che, attraverso le tasse, pagano per questi servizi, non li useranno mai: "perciò stiamo discutendo con il governo la possibilità di proiettarli sul grande schermo, in digitale, nelle zone rurali della Svezia".
Che dire, poi, delle nuove opportunità interattive offerte da banda larga e satellite, come dibattiti e seminari, ma anche giochi elettronici con X-Box e PlayStation? Così si può realizzare una gara automobilistica su uno schermo di 12 metri, magari con concorrenti che giocano simultaneamente in città diverse. Tutte "occasioni di business utili a riempire le sale anche di giorno". Non ultima, poi, la pubblicità locale: "con una videocamera digitale, la si può girare nel negozio all'angolo, che presenta le nuove offerte, e proiettarla la sera stessa".

Sottotitoli per tutti

Grazie al digitale si semplifica anche la sottotitolatura in più lingue il che, per non tradire lo spirito democratico delle "Digitala Hus", significa anche "dare a chi ha problemi di udito la possibilità di seguire il film con sottotitoli in svedese e agli immigrati un'opportunità di imparare la nostra lingua, sia sottotitolando un film svedese nella loro, sia importando film in lingua originale da alcuni paesi, come la Grecia e il mondo arabo, e sottotitolandoli nella nostra". Un canale audio, inoltre, può essere utilizzato per commenti realizzati appositamente per i ciechi.

Le mosche e gli elefanti. Ovvero: quando 1,3K sono meglio di 2K

Ma che strumenti servono per proiettare tutto ciò, compresi i film di Hollywood? Gramfors, ancora una volta, non ha dubbi: "mettere un proiettore 2K in una piccola sala di una piccola città, sarebbe come andare a caccia di mosche con un fucile per elefanti". Il suo costo, infatti, compreso il server e il disco per il satellite, si aggira sui 150.000 euro, mentre per un equipaggiamento con proiettore 1,3K ne bastano 90.000. Sempre troppi per Gramfors, per il quale dovrebbe essere meglio per tutti "vendere molti proiettori a prezzi più bassi, piuttosto che pochi molto cari", ma comunque già più abbordabili. E soprattutto molto utili, se in Svezia nel 2004 i film domestici hanno circa il 25% delle quote di mercato e, nel mese di marzo, addirittura "6 film svedesi sono stati nella top ten della settimana".
E a chi, come il Presidente di Nato John Fithian, fa notare che l'ottima esperienza svedese non sarebbe replicabile né in America né in gran parte dell'Europa, dove "il livello qualitativo delle sale è mediamente già alto, o tale è ritenuto essere, e pertanto le majors non darebbero mai i diritti per proiettare un film con standard bassi", Gramfors risponde che tutto ciò è probabilmente vero, ma non per questo giusto, e che il salto di qualità tra 1,3K e 2K non è visibile all'occhio umano, a meno che i film non vengano proiettati l'uno di fianco all'altro sullo stesso schermo. Gli fa eco qualcuno dei partecipanti: "non si tratta solo di un fenomeno svedese. C'è un mercato alternativo che non può più essere ignorato". Un mercato che inizia a produrre fatturato, e che sembra destinato a non fermarsi qui.