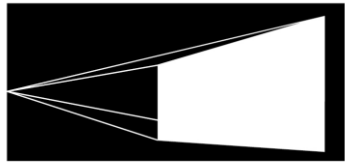


**La digitalizzazione:
«A che punto siamo?
Quali sono le prossime sfide?»**

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

30 giugno 2016

Taormina



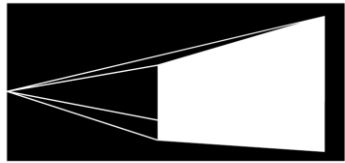
Qual è il prezzo della digitalizzazione nel mondo?

11.200.000.000 euro

Qual è il prezzo della digitalizzazione in Europa?

3.200.000.000 euro = più di 500.000.000 biglietti

(se consideriamo la quota dell'esercente: circa 1 miliardo di biglietti)



Le pietre miliari della digitalizzazione

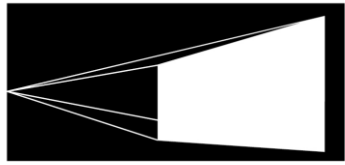
Che cosa ha convinto gli esercenti a passare alle nuove tecnologie?

- **2005 specifiche tecniche emesse dal DCI**

Le specifiche essenziali per i cinema digitali, che stabiliscono i requisiti di base affinché le majors siano disposte a distribuire film digitali

- **2005 proiezione digitale 3D**

Ha dimostrato di poter generare incassi aggiuntivi



Le pietre miliari della digitalizzazione

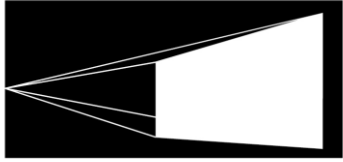
Che cosa ha convinto gli esercenti a passare alle nuove tecnologie?

- **2006 disponibilità del VPF**

Un modello di business nato in US con lo scopo di equilibrare risparmi e spese per esercenti e distributori

Infatti

I distributori hanno accettato di pagare una somma fissa per ogni prenotazione di un film usando i risparmi consentiti dalla copia digitale rispetto a quella in 35 mm

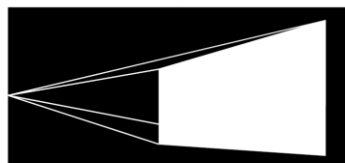


Le pietre miliari della digitalizzazione

**Nel 2013 36 Paesi hanno smesso di distribuire
copie in 35mm**

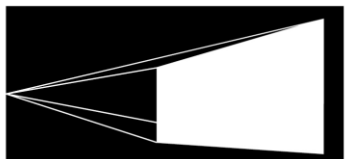
Oggi il 35mm è praticamente scomparso

**Dei quasi 150.000 schermi commerciali attivi nel mondo
più di 141.000 erano stati digitalizzati all'inizio del 2016**



Digitalizzazione nel mondo al 1° gennaio di ogni anno

| | 2006 VPF in US | 2007 | 2008 | 2009 Avatar | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|------|----------------------|-------|-------|----------------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|
| AFME | 1 | 3 | 3 | 27 | 75 | 289 | 400 | 659 | 970 | 2.000 | 2.400 |
| AS | 207 | 354 | 786 | 1.458 | 3.469 | 8.237 | 15.450 | 23.151 | 30.050 | 41.424 | 46.700 |
| EU | 205 | 527 | 897 | 1.535 | 4.684 | 10.335 | 18.291 | 25.084 | 31.097 | 34.130 | 36.373 |
| LA | 16 | 21 | 26 | 48 | 485 | 1.670 | 2.600 | 4.821 | 7.980 | 11.424 | 13.000 |
| NA | 173 | 1.957 | 4.576 | 5.660 | 7.934 | 15.654 | 26.500 | 36.286 | 40.085 | 42.601 | 43.000 |
| TOT | 602 | 2.862 | 6.288 | 8.728 | 16.647 | 36.185 | 63.241 | 90.001 | 110.182 | 131.579 | 141.300 |

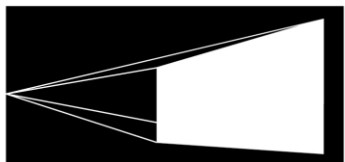


Focus sull'Europa:

Schermi digitali in Europa

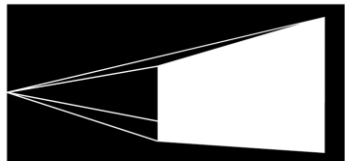
| 2011 | | 2012 | | 2013 | | 2014 | | 2015 | |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 1 Jan | 30 Jun | 1 Jan | 30 Jun | 1 Jan | 30 Jun | 1 Jan | 30 Jun | 1 Jan | 30 Jun |
| 10.335 | 14.084 | 18.265 | 21.789 | 25.084 | 27.457 | 31.097 | 32.568 | 34.130 | 35.429 |

**1° gennaio 2016:
36.373 schermi digitali
circa il 96%**

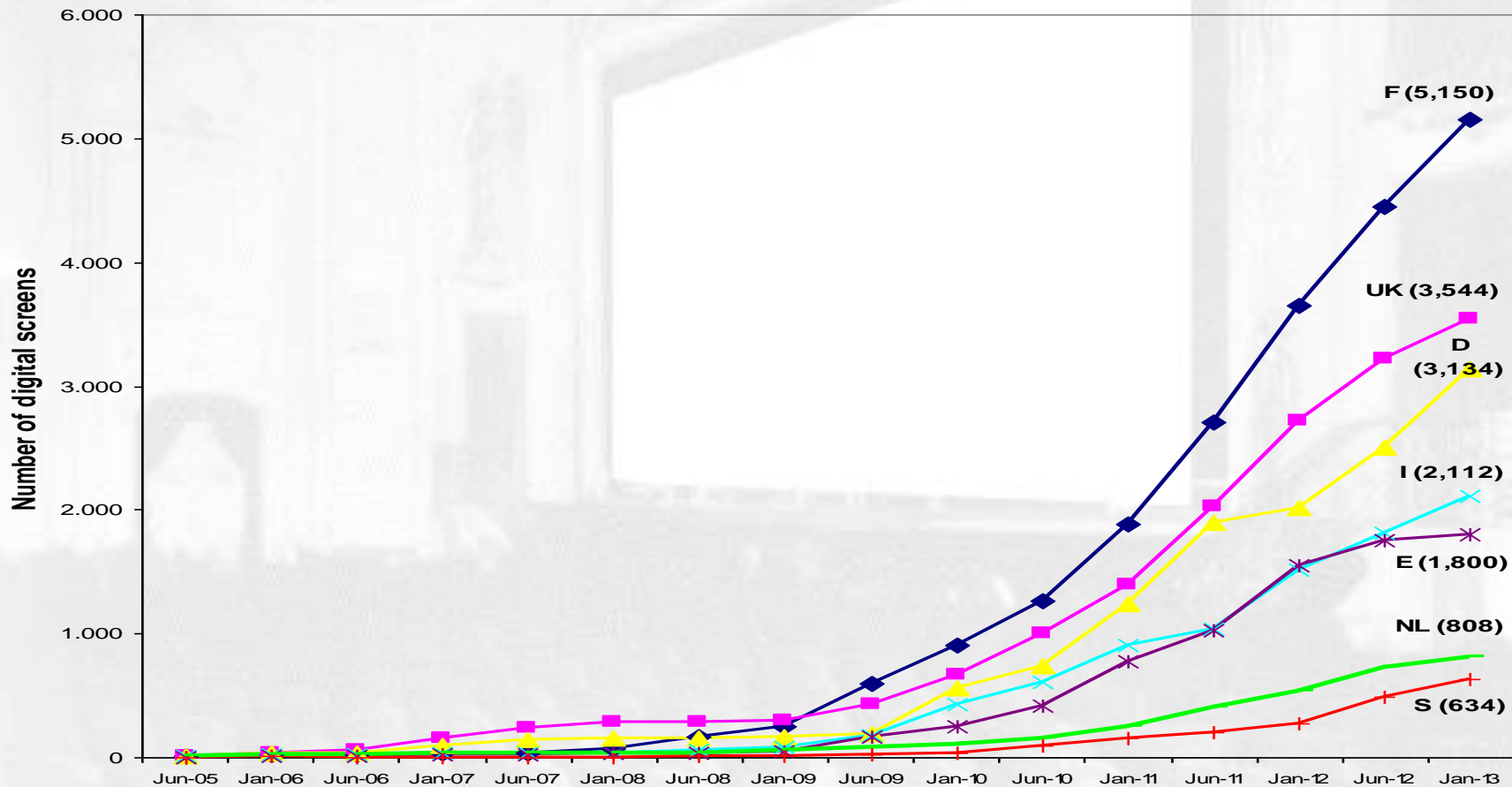


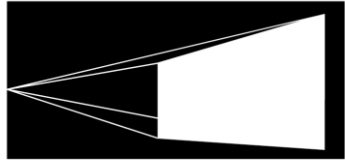
L'approccio europeo alla digitalizzazione conferma che i cambiamenti nell'industria cinematografica europea avvengono a velocità differenti nei diversi paesi

Per esempio: il Regno Unito ha iniziato la digitalizzazione prima della Francia da cui è stato però sorpassato.



Tendenza semestrale della crescita degli schermi digitali in Europa



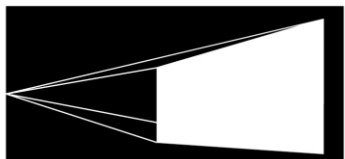


Le sfide attuali

Come integrare nel processo di digitalizzazione il rimanente 4% delle sale europee (poco meno di 2000 schermi)?

Ovvero

Come evitare che l'immenso sforzo sostenuto per la digitalizzazione non abbia come effetto collaterale la perdita di schermi?



Le sfide attuali

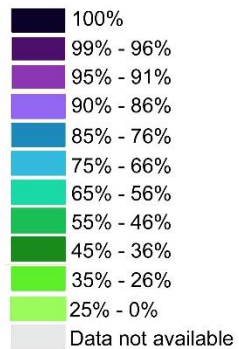
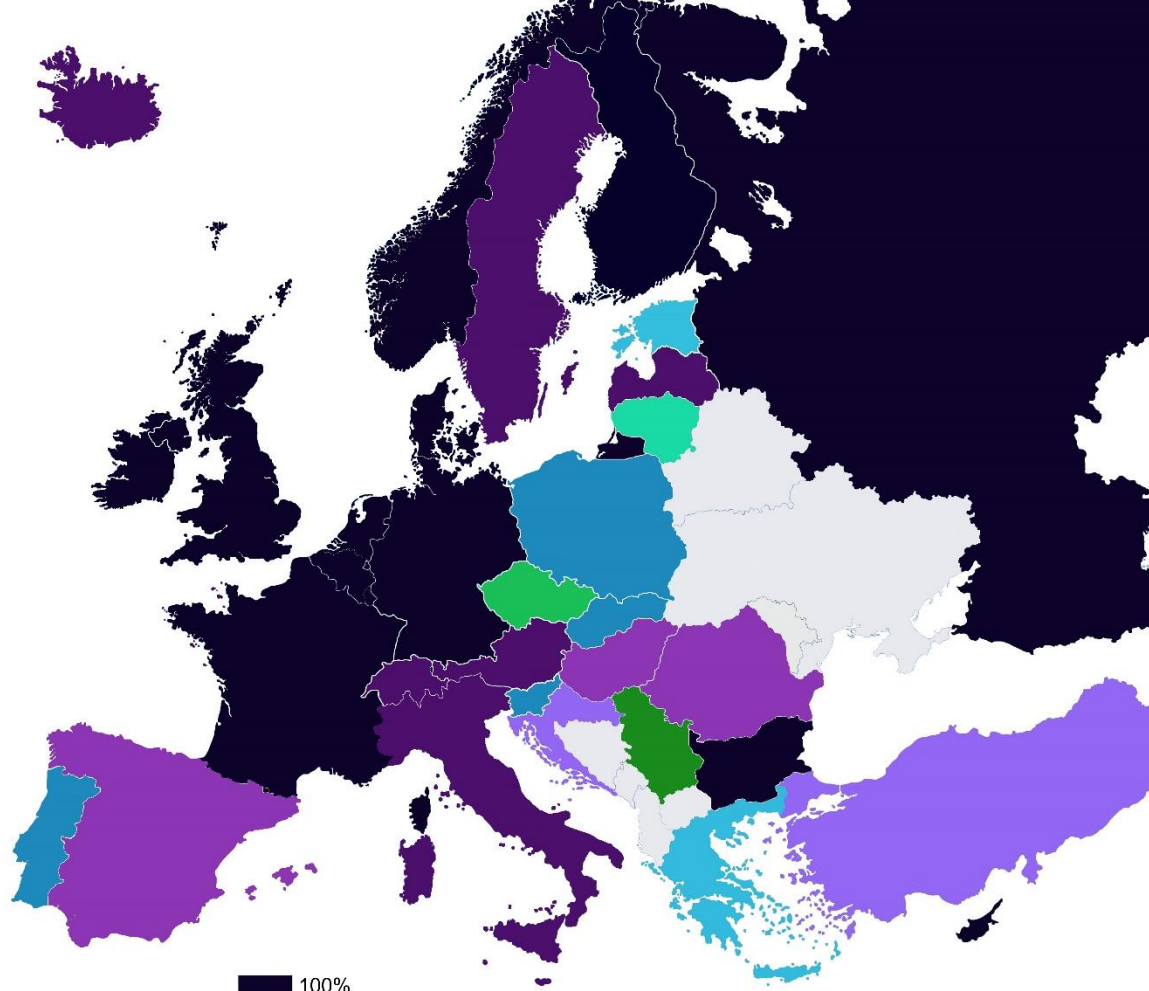
“Media Europea”

MANEGGIARE CON CURA!

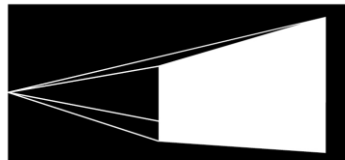
Il tasso di penetrazione degli schermi digitali in Europa
al 1° gennaio 2016 è circa

96%

**..ma la carta dell'Europa mostra una situazione paese
per paese assai differenziata**

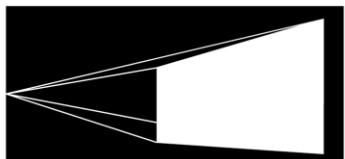


**Tasso di penetrazione digitale in
Europa per paese
(al 1° gennaio 2016)**



Tasso di penetrazione degli schermi digitali nei 6 principali mercati europei al 1° gennaio 2016
Più alto della media europea

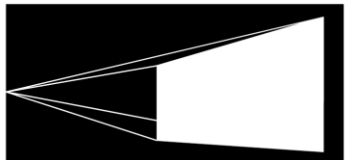
| Paese | Tasso di penetrazione schermi digitali |
|--------------------|--|
| Regno Unito | 100% |
| Francia | 100% |
| Germania | 100% |
| Russia | 100% |
| Italia | 98% |



Tasso di penetrazione degli schermi digitali nei 6 principali mercati europei al 1° gennaio 2016

Più basso della media europea

| Paese | Tasso di penetrazione schermi digitali |
|---------------|--|
| Spagna | 94% |



Le sfide attuali

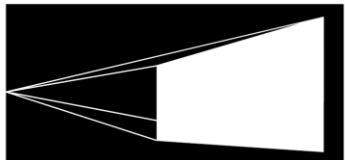
Gli schermi non ancora digitalizzati sono concentrati in alcune aree geografiche.

A volte queste aree presentano un rapporto

n. di schermi / n. di abitanti più favorevole allo spettatore.

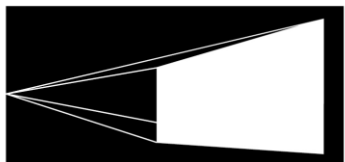
La Repubblica Ceca, pur con un tasso di digitalizzazione inferiore a quello della Romania, offre, in rapporto alla popolazione, un maggior numero di schermi digitalizzati.





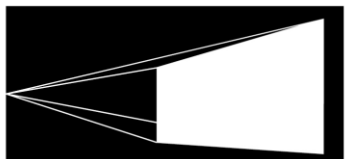
Le sfide attuali

All'interno della stessa area alcuni schermi non sono ancora stati digitalizzati, mentre in altri il proiettore digitale deve ormai essere sostituito.



Le sfide attuali

Mentre la prima fase della digitalizzazione è stata finanziariamente agevolata dagli interventi privati (per esempio dai distributori attraverso il VPF) e pubblici, chi pagherà i costi della sostituzione dei proiettori giunti all'obsolescenza?



L'intervento pubblico in Europa

Nella prima fase della digitalizzazione

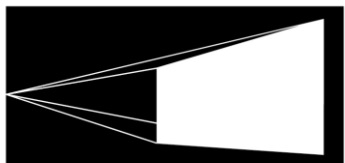
Dal 2009

Legislazione (Francia),

**Schemi di supporto per la digitalizzazione di tutta
l'industria**

(Norvegia e Paesi Bassi),

**Finanziamenti pubblici diretti (a livello
regionale/nazionale/UE)**

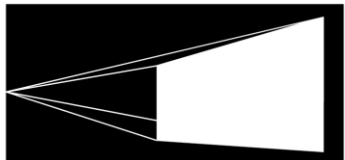


ITALIA

Un mix di

**un particolare modello VPF senza intermediari e
supporto pubblico (tax credit).**

**Esempio virtuoso: il tax credit italiano si applica ora
anche all'acquisto del «secondo» proiettore**



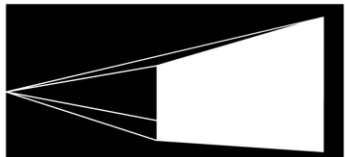
Le sfide attuali

Il 3D è stato un fattore chiave per la digitalizzazione

soprattutto negli anni 2008 – 2009

**fornendo un modello di business
basato sulla disponibilità degli
spettatori a pagare di più per i film 3D
(l'effetto Avatar nel 2009)**

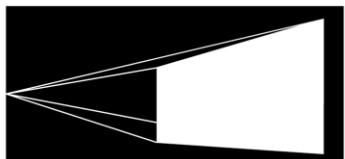




Le sfide attuali

**Dal 2011 l'incidenza del 3D ha iniziato a
declinare**

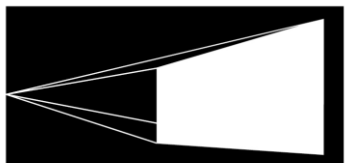
**(non sono diminuiti gli schermi digitali
3D, ma sono aumentati gli schermi
digitali 2D)**



Transizione digitale in Europa

TASSO DI PENETRAZIONE SCHERMI 3D

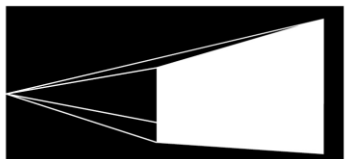
| Paese | Tasso di penetrazione 3D al 30 giugno 2013 | Tasso di penetrazione 3D al 30 giugno 2015 |
|-------------|--|--|
| Francia | 54% | 52% |
| Paesi Bassi | 50% | 53% |
| Regno Unito | 44% | 51% |
| Svizzera | 53% | 52% |
| Svezia | 64% | 71% |
| Danimarca | 61% | 59% |
| Russia | 89% | 81% |



Le sfide attuali

I film in 3D non sono più in grado di svolgere il ruolo di parziale finanziamento dell'acquisto di proiettori digitali perchè è diminuita la loro capacità di attirare un pubblico disposto a pagare un biglietto più costoso per provare la nuova esperienza.





Sintesi

Nel prossimo futuro,

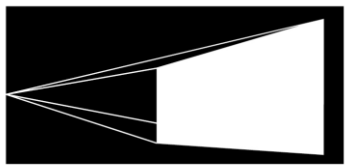
Alcune sale dovranno passare al digitale o uscire dal mercato,

Molte sale dovranno affrontare l'investimento necessario alla sostituzione dei primi proiettori digitali,

Il 3D non funziona più come «cofinanziatore» dell'acquisto,

I modelli VPF non coprono i costi di sostituzione,

Solo alcune forme di intervento pubblico sono state adeguate alle esigenze della sostituzione.



Per sapere di più sulla digitalizzazione

-Visitate la nostra pagina:

www.mediasalles.it

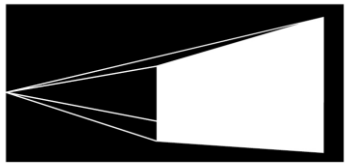
- La sezione DGT online informer
- l'Annuario European Cinema Yearbook al
<http://www.mediasalles.it/publicaz.htm>

- Consultate il DiGiTalk, disponibile anche sul sito
<http://www.mediasalles.it/digitalk2015/>

- Leggete le prossime pagine di questa presentazione che offre una panoramica internazionale sugli schemi di finanziamento che, in Europa, hanno facilitato la prima fase della transizione digitale-



CINEMA D'EUROPA



MEDIA SALLES

Promotion
Information
Training

Per maggiori informazioni:

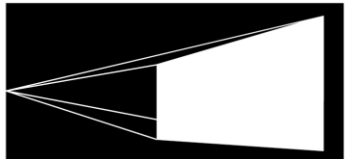
Email:

infocinema@mediasalles.it
digitraining@mediasalles.it

Sito web:

www.mediasalles.it

CINEMA D'EUROPA



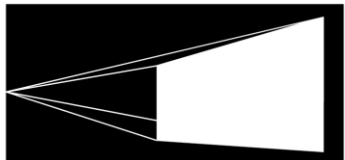
MEDIA SALLES

Promotion
Information
Training

Schemi di finanziamento



DIREZIONE GENERALE
PER IL CINEMA

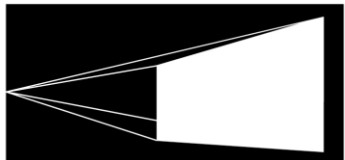


Il modello Virtual Print Fee (VPF)

Il Virtual Print Fee è un meccanismo di supporto per finanziare il primo acquisto dell'attrezzatura per la proiezione digitale.

Esso si basa sul pagamento, da parte dei fornitori di contenuti, di una somma fissa ogni volta che viene noleggiata una copia digitale dei loro prodotti.



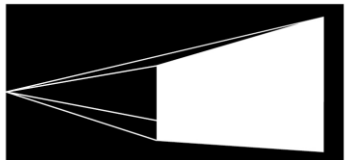


Il modello Virtual Print Fee (VPF)

L'ammontare del VPF viene negoziato caso per caso. Generalmente, esso è sceso ad un livello inferiore alla “cost neutrality”, cioè permette ai distributori di generare dei guadagni.

La somma effettiva dei pagamenti VPF può variare significativamente con un ventaglio da 70 a 650 – 750 euro



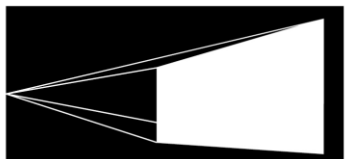


Il modello Virtual Print Fee (VPF)

I pagamenti VPF coprono generalmente il 75% - 80% dei costi totali di conversione.

Essi terminano dopo l'avvenuto recupero della spesa, oppure quando scade il termine del VPF (solitamente tra 5 e 10 anni)





Non solo VPF

Sviluppo storico dei modelli economici

2002: 7 majors statunitensi si associano in DCI per creare un modello economico

2005: il modello VPF è disponibile in Nord America

2005: lo UK Film Council inaugura il Digital Screen Network

2007: nascono i finanziamenti VPF in Europa

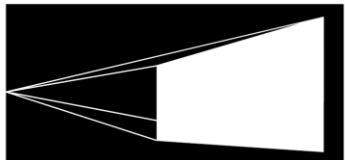
2008/2009: crisi del credito

2009: lancio di schemi di finanziamento pubblico diretto

2011: la Digital Funding Partnership (UK) firma un accordo con XDC



CINEMA D'EUROPA



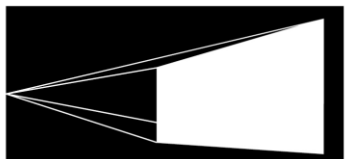
MEDIA SALLES

Promotion
Information
Training

Supporto pubblico
Soprattutto per monosale
e per il settore indipendente



DIREZIONE GENERALE
PER IL CINEMA



NORVEGIA

Il primo paese digitale al 100% dal 2011

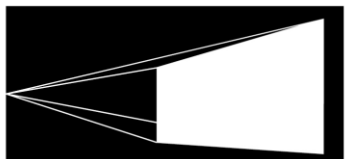
Obiettivo: non uno di meno

le sale sono di proprietà dei comuni

digitalizzazione su modello VPF:
oltre a esercente e distributore
interviene anche lo stato

per favorire le sale che dal punto di vista
commerciale non avrebbero i requisiti necessari





POLONIA

Polish Film Institute (giugno 2011)

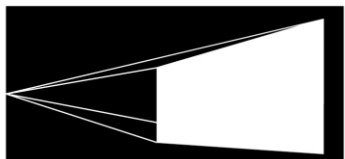
Programma che supporta la digitalizzazione delle sale d'essai, con una programmazione soprattutto nazionale ed europea.

Il PISF copre fino al 50% dei costi con un massimo di 40.000 euro.

I cinema supportati costituiscono

la rete dei cinema digitali polacchi.





POLONIA

Supporto regionale

Progetto Malopolska

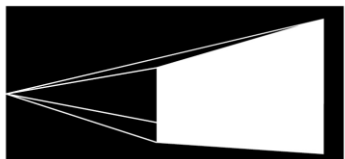
Supportato dal Fondo di Sviluppo Regionale Europeo

Scopo: aumentare l'offerta turistica della Regione grazie al miglioramento della programmazione cinematografica

Creazione del circuito digitale della Maloposka basato su 18 cinema d'essai.

Finanziamento pubblico a copertura del 75% dei costi.





DANIMARCA

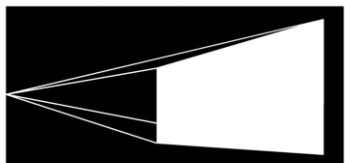
Danish Film Institute

Sostiene la digitalizzazione di sale situate fuori dei maggiori centri urbani favorisce la circolazione in digitale dei film danesi ed europei attraverso:

finanziamenti fino a 27.000 €

finanziamento basato sull'uscita di singolo film danese
quota fissa 335 €





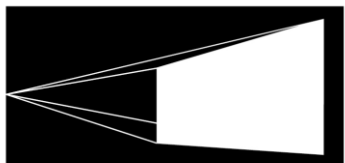
FRANCIA

CNC

Intervento legislativo (votato a settembre 2010)
che impone accordi VPF
coinvolgendo tutti i distributori francesi

Intervento finanziario per facilitare
acquisto attrezzatura digitale
da parte dei piccoli esercizi
(soprattutto sale d'essai)





GERMANIA

FFA

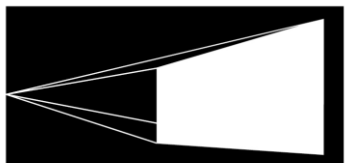
supporto dell'FFA per co-finanziare la digitalizzazione
che ammonta annualmente a una somma
tra 40.000 e 260.000 euro

2011

circa 1.000 domande
finanziamento concesso a 566 schermi
(circa un terzo collocati in città con meno di 20.000 abitanti)

finanziamenti aggiuntivi messi a disposizione da Laender

il negoziato sul VPF con i distributori è gestito dall'FFA
per aumentare l'aiuto ai piccoli cinema che iniziano il processo



COMMISSIONE EUROPEA

Programma MEDIA

2011

Digitalizzazione di 100 schermi in Europa
che corrispondano a precisi requisiti:

programmazione almeno al 50% film europei
(almeno il 30% europei non nazionali)

finanziamento, fino a 20.000 € per schermo, per
co-finanziare i costi indiretti della transizione digitale
(sono esclusi i costi di proiettore e server)

