

Multisala, multiplex, megaplex?

Multiscreen, multiplex, megaplex?

Multi-écran, multiplex, mégaplex?

Multiplex, ma anche multisala o megaplex: sono termini che ricorrono sovente per indicare i complessi multischermo che si sono progressivamente affermati in Europa soprattutto a partire dagli anni '90.

Purtroppo queste definizioni sono usate molto spesso in modo interscambiabile, generando confusione o incomprensioni, sia presso il pubblico sia tra i professionisti.

La pluralità di schermi in un solo sito, che è sicuramente l'elemento di differenziazione più evidente rispetto alla sala tradizionale, non può essere considerata sufficiente per accomunare in un'unica tipologia strutture assai differenti tra loro, a cui corrisponde spesso una diversità dei servizi offerti al pubblico.

Tra i criteri più facilmente individuabili per distinguere i vari tipi di strutture compaiono la presenza di servizi accessori, come parcheggio o ristorazione, e la progettazione specificamente orientata ad una pluralità di schermi.

Guardando al processo di trasformazione che negli ultimi trent'anni ha interessato, seppure con modalità diverse, il parco sale di tutti i paesi europei, quest'ultimo criterio sembra rivestire un'importanza fondamentale.

Se sia le strutture nate dal frazionamento di un cinema monoschermo sia quelle progettate specificamente consentono di offrire al pubblico maggiore scelta di film, in termini di economia di scala e di flessibilità

Multiscreen, multiplex, megaplex: these are terms that are frequently used for those cinemas with several screens that gradually came to establish their presence in Europe, especially since the nineties.

Unfortunately these terms have frequently been used indiscriminately causing confusion or misunderstanding, both in the public and amongst those who work in the sector.

The presence of more than one screen at a single site, which is certainly the most evident distinguishing feature with respect to the traditional movie theatre, cannot be considered sufficient, to group together in a single category theatres that differ widely from one another, often also in terms of the services offered to the public.

The most easily identifiable criteria for distinguishing the various types of movie theatres include the existence of auxiliary services, such as car parks or refreshments, and the fact that they have been specifically designed for several screens.

Observing the process of transformation that has affected the cinemas of all European countries, although in different ways, over the past thirty years, this last criteria seems to be of fundamental importance.

Given that both monoscreen theatres divided up to accommodate extra screens, and purpose-built designed theatres, allow the public a wider choice of films, in terms of economy of scale and flexibility in meeting variations in demand, a specific design is certainly best suited to the objective.

Multi-écran, mais aussi multisalles ou mégaplex, voilà les définitions les plus employées pour indiquer les complexes multi-écrans qui se sont progressivement affirmés en Europe, notamment à partir des années 90. Malheureusement, ces définitions sont très souvent employées de manière interchangeable, en créant une confusion ou des incompréhensions, aussi bien chez le public que chez les professionnels.

Une pluralité d'écrans sur un seul site, qui est certainement l'élément de différenciation le plus évident par rapport à la salle traditionnelle, ne peut pas être considérée suffisante pour réunir en une seule typologie des structures fort différentes entre elles, auxquelles correspond souvent une diversité de services offerts au public.

Parmi les critères les plus évidents pour distinguer les différents types de structures, signalons la présence de services accessoires, comme le parking ou les restaurants, ainsi qu'une conception spécifiquement orientée vers une pluralité d'écrans.

En regardant au processus de transformation qui, au cours de ces trente dernières années et bien qu'avec des modalités différentes, a intéressé le parc des salles de tous les pays européens, ce dernier critère semble revêtir une importance fondamentale.

Si aussi bien les structures nées du fractionnement d'un cinéma à un seul écran que celles spécifiquement conçues consentent d'offrir au public un plus grand choix de films, en termes d'économie d'échelle et de

alle variazioni della domanda, la progettazione specifica è sicuramente più rispondente agli obiettivi.

Sembrerebbe quindi comprensibile che si utilizzi il termine “multisala” per indicare le strutture ottenute per frazionamento e porre come condizione necessaria per identificare un multiplex o un megaplex la progettazione specifica.

Chiaramente anche la taglia dei complessi multischermo progettati specificamente può essere assai diversa e comprendere da 4-5 schermi fino a 25 e oltre. Sono tutti dei “multiplex”?

Su questo tema un orientamento utile viene dalle ricerche promosse da MEDIA Salles.

Sebbene infatti sino ad oggi non si sia arrivati all’adozione di una terminologia ufficiale, dal punto di vista pratico, nel mondo professionale ha trovato ampio consenso la definizione operativa adottata da MEDIA Salles e ufficialmente riconosciuta dall’UNIC, secondo cui non si può parlare propriamente 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

It would therefore seem to be understandable to adopt the term “multiscreen” for sites where a traditional theatre has been divided up, and to make specific design criteria for calling a theatre a multiplex or megaplex. Of course the size of specifically designed multiscreen complexes may differ widely, comprising from 4-5 screens up to 25 and more. Are these all “multiplexes”? A useful guideline on this subject comes from the research commissioned by MEDIA Salles.

Although there is as yet no official terminology, from a practical point of view wide consensus has been gained in the profession for the definition adopted by MEDIA Salles and officially recognized by UNIC, according to which the term multiplex cannot properly be used unless the complex has at least 8 screens.

This practice is based on the results of the study carried out by London Economics on behalf of MEDIA Salles and published in the “White Book of the European Exhibition Industry” (second edition, 1994, vol. II, p. 48).

On the basis of an econometric study, London Economics states that the multiplex effect is not fully achieved unless there are at least 8 screens.

This approach, which aims at evaluating chiefly the efficiency of the multiplex formula (in terms of the degree to which the facilities are utilised), seems preferable to an approach based on the presence of a series of qualitative features (not only the previously mentioned car parks and refreshments, but also screen size, steeply tiered seating, distance between seats, space

flexibilità aux variazioni de la demande, la conception spécifique répond certainement mieux à ces objectifs.

Il paraît donc compréhensible d’employer le terme de “multi-écran” pour indiquer les structures obtenues par fractionnement et mettre comme condition nécessaire pour identifier un multiplex ou un mégaplex qu’elle ait été spécifiquement conçue à cet effet.

Il va de soi que la taille des complexes multi-écrans spécifiquement conçus peut être très différente et aller de 4 à 5 écrans jusqu’à 25 écrans et plus. Est-ce que ce sont tous des “multiplexes”?

Sur ce thème, une orientation utile nous vient des recherches promues par MEDIA Salles.

En l’absence, jusqu’ici, d’une terminologie officielle, du point de vue pratique, le monde professionnel a accueilli avec un large consensus la définition adoptée par MEDIA Salles officiellement reconnue par UNIC d’après laquelle on ne peut pas proprement parler de multiplex si le complexe ne dispose pas d’au moins 8 écrans.

Cette pratique se fonde sur des résultats d’une étude élaborée par London Economics pour le compte de MEDIA Salles, publiée dans le “White Book of European Exhibition Industry” (seconde édition, 1994, vol. II, p. 48).

Sur la base d’une étude économétrique, London Economics affirme que l’effet multiplex se réalise pleinement uniquement avec au moins 8 écrans. Cette approche, qui vise à considérer surtout

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 servizi di ristorazione, ma anche dimensione degli schermi, disposizione delle poltrone a gradoni, distanze tra poltrone, foyers spaziosi, aria condizionata, qualità del sonoro ecc.) che di per sé potrebbero ritrovarsi anche in strutture che non sono multiplex e che, peraltro, possono anche essere considerati non tutti ugualmente necessari per definire un multiplex come tale (cfr. J. Ph. Wolff "Of multiplexes and multiscreens", UNIC, Parigi, dic. 1993).

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 di questo Annuario, i complessi con almeno 8 schermi risultano avere caratteristiche qualitative simili, il che rende questa categoria sufficientemente omogenea per uno scopo statistico.

Più difficile pare invece giungere ad una definizione di megaplex.

In un suo intervento a Eurovisioni 1995, J. Bert (Gruppo Kinopolis) propose di utilizzare tale termine per i multiplex con almeno 15 schermi. Nel 1998, invece, l'UNIC (Union Internationale des Cinémas), che discusse il tema nella sua Assemblea Generale, preferì il criterio di almeno 16 schermi.

MEDIA Salles, pur senza proporre l'adozione di una terminologia specifica, ha iniziato, nell'Annuario del

in the foyers, air conditioning, quality of sound, etc.), which might also be found in theatres which are not multiplexes; moreover these are features that may not be considered equally necessary for the definition of a multiplex as such (see e. g. J. Ph. Wolff "Of multiplexes and multiscreens", UNIC, Paris, Dec. 1993).

Without entering into further detail, it will suffice to reflect on the difficulty of evaluating qualitative features, such as the space in a foyer, for statistical purposes.

As J. Ph. Wolff points out in his Introduction to this Yearbook, complexes with at least 8 screens do prove to have similar qualitative features, which make the category sufficiently homogeneous for statistical use.

It seems more problematic, however, to agree on a definition of the megaplex.

In a talk at Eurovisioni 1995, J. Bert (Kinopolis Group) suggested using this term for multiplexes with at least 15 screens. In 1998, on the contrary, the UNIC (Union Internationale des Cinémas), having discussed the issue at its General Meeting, opted for the criterion of at least 16 screens.

Without proposing the adoption of specific terminology, MEDIA Salles began, in the 1998 Yearbook, to subdivide the multiplexes originally grouped together in the category of theatres with 8 or more screens, into further categories.

It is interesting to note that around 93% of the 810 sites identified in Europe up to 31st October 2002 fall

l'efficienza de la formule multiplex (en termes de degré d'utilisation des structures) semble préférable par rapport à la détermination d'une série d'éléments qualitatifs (non seulement ceux que nous avons déjà mentionnés comme le parking et les restaurants, mais aussi la dimension des écrans, la disposition de fauteuils à gradins, la distance entre les fauteuils, des foyers spacieux, l'air conditionné, la qualité du son, etc.) qui, en soi pourraient se retrouver aussi dans des structures qui ne sont pas des multiplexes et qui, d'ailleurs peuvent ne pas être tous considérés également nécessaires pour définir comme tel un multiplex (cfr. J. Ph. Wolff "Of multiplexes and multiscreens", Paris, décembre 1993). Sans descendre davantage dans le détail, il suffit de penser combien il est difficile, aux fins statistiques d'évaluer des éléments qualitatifs comme l'ampleur d'un foyer.

D'ailleurs, ainsi que le remarque J. Ph. Wolff dans l'introduction de ce Recueil, les complexes ayant au moins 8 écrans résultent avoir des caractéristiques qualitatives similaires, ce qui rend cette catégorie assez homogène pour un usage statistique.

Arriver à une définition du mégaplex est, au contraire, plus difficile.

Dans son intervention à Eurovisioni 1995, J. Bert (Groupe Kinopolis) a proposé d'employer ce terme pour les multiplexes ayant au moins 15 écrans. En 1998, au contraire, l'UNIC (Union Internationale des Cinémas), qui a discuté ce thème dans son Assemblée Générale, a préféré le critère d'au moins 16 écrans.

1998, a suddividere i multiplex, che in un primo tempo erano tutti raggruppati nella categoria 8 o più schermi, in ulteriori classificazioni.

È interessante notare che circa il 93% degli 810 siti rilevati in Europa al 31 ottobre 2002 si colloca nelle categorie 8 - 11 e 12 - 15 schermi.

Questo sembra dar forza alla preferenza del criterio che vuole almeno 16 schermi per un megaplex.

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 dalle taglie più diffuse, 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. In alcuni di questi casi, il cinema si integra poi con altre offerte di spettacolo o di servizi

into the 8 - 11 screen or 12 - 15 screen categories.

This seems to support preferences for the criterion by which at least 16 screens are required to qualify as a megaplex.

Whilst we await more detailed research into the matter, an observation of the complexes with 16 or more screens shows that, in these cases, company strategy plays a decisive role.

The decision to build this type of complex, rather than the more traditional multiplex, depends on elements linked to the considerable dimensions of the investments and management involved.

It will suffice to take into account the choice of site, on the basis of the potential market, as well as the availability of adequate infrastructures, the relationship between the cinema and business activities that are considered to be in synergy with it, or the supply of films.

It seems to be no coincidence then, that some complexes of a size still considered exceptional today have been conceived as self-sufficient structures – that they are not integrated into a shopping precinct and that they are situated in suburban areas, where the cinema becomes the anchor tenant. In some other cases, screenings are integrated by other offers of entertainment or leisure services (for example gyms), rather than into shopping facilities.

As regards questions linked to management, it might be interesting to analyse how far exhibition companies that have extended their activities to distribution have been

Bien que sans proposer l'adoption d'une terminologie spécifique, dans le Recueil de 1998, MEDIA Salles avait commencé à subdiviser les multiplexes qui, dans un premier temps, étaient tous groupés dans la catégorie de 8 ou plusieurs écrans, dans d'ultérieures classifications.

Il est intéressant de remarquer qu'environ 93% des 810 sites relevés en Europe au 31 octobre 2002, se situe dans la catégorie de 8 – 11 et 12 – 15 écrans. Cela semble renforcer la préférence du critère qui requiert au moins 16 écrans pour un mégaplex.

Dans l'attente de recherches plus approfondies sur ce thème, l'observation des complexes de 16 écrans et plus déjà existants montre que, dans ces cas, la stratégie de l'entreprise joue un rôle déterminant. Dans le choix de construire des structures de ce type, par rapport aux multiplexes les plus traditionnels, entrent en jeu des éléments fort contraignants liés à la dimension de l'investissement et à la gestion du complexe.

Parmi ces éléments ressortent la localisation de la structure sur la base des dimensions du marché potentiel et aussi de la présence d'infrastructures adaptées, le rapport entre le cinéma et les activités commerciales considérées synergiques et le ravitaillement des films.

Ce n'est donc pas par hasard si des complexes aux dimensions, tout du moins aujourd'hui, considérées exceptionnelles sont souvent conçus comme des structures autosuffisantes, qui ne sont pas intégrées,

per il tempo libero (per esempio la palestra) 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

Questo testo è una versione aggiornata degli articoli apparsi sulla Newsletter di MEDIA Salles “European Cinema Journal”, n. 2, giugno 1999 e sulla rivista Multisala International, n. 2 marzo/aprile 2000.

influenced in that choice by the necessity of ensuring a regular and varied supply of products for their many screens.

Elisabetta Brunella

This text is an up-dated version of articles that appeared in the MEDIA Salles Newsletter “European Cinema Journal”, no. 2, June 1999, and in the magazine “Multisala International”, no. 2, March/April 2000.

par exemple, dans un centre commercial et qui sont situées dans des aires très périphériques, où le cinéma devient l'élément d'enclenchement du développement. Dans certains cas, le cinéma s'intègre aussi avec d'autres offres de spectacle ou de services pour le temps libre (par exemple: la salle de gymnastique) plus que de “shopping”.

Sur le front des thématiques liées à la gestion, il peut être intéressant, pour les entreprises d'exploitation ayant étendu leur activité à la distribution, d'analyser l'influence qu'a pu avoir le fait d'être exploitant de complexes avec un grand nombre d'écrans auxquels assurer un flux de produits régulier et varié.

Elisabetta Brunella

Ce texte est une version actualisée des articles parus dans la Newsletter de MEDIA Salles “European Cinema Journal”, n. 2, juin 1999 et dans la revue Multisala International n. 2, mars/avril 2000.