

Nuovi approcci per garantire la diversità di cinema in Europa

Analisi delle sperimentazioni lanciate nell'ambito dell'azione preparatoria "Circulation of European Film in the Digital Era" promossa dal Parlamento e della Commissione europea

Il programma è articolato in tre progetti sperimentali che hanno visto la presenza di società di distribuzione e di vendita all'estero come Adriana Chiesa, Bim, Fandango.

Azione preparatoria: progetti e soggetti coinvolti

Progetti	Imprese ed organizzazioni
EDAD	Curzon Film World (d), Cinemien (d), Golem (d), Associacao Il Sorpasso (d), Artcam (d), Adriana Chiesa(is), Wild Bunch (is)
Speed Bunch	Wild Bunch Group : Wild Bunch (is), Elle Driver (is), Wild Bunch Distribution (d), Wild Side Video (ag ; d), BIM Distribuzione (d), Wild Bunch Germany (d), Vertigo (d), FilmoTV (dd)
TIDE	L'ARP (po), Fandango (is), Portobello (is), Goldcrest (is), Protagonist (is), Urban Distribution International (is), Wide (is), Europa Distribution (po), Under the Milky Way (ag.), IPEDA (po), associated partner: The Film Agency (ma)

Legenda: VOD aggregator, d: distributor, dd: digital distributor, is: international sales, ma: marketing agency, po: professional organization

Obiettivo principale delle sperimentazioni è stato quello di trasformare le attuali minacce connesse alla moltiplicazione delle forme di consumo delle opere audiovisive, alla saturazione delle sale e alla diffusione della pirateria in opportunità anche sotto il profilo della redditività economica.

La sperimentazione in pratica

Edad			Speed Bunch				Tide							
↓														
9 film														
<i>Viramundo</i>	<i>Magnifica Presenza</i>	<i>For those in Peril</i>	<i>After the Night</i>	<i>The Spirit of 45</i>	<i>Jimmy P.</i>	<i>Mademoiselle C.</i>	<i>Io sono Li</i>	<i>Bastards</i>						
↓														
Distribuiti in 15 territori – Dimensione multi-territoriale														
Austria	Belgio	Repubblica ceca	Francia	Irlanda	Italia	Germania	Lituania	Lux	Paesi Bassi	Polonia	Portogallo	Slovacchia	Spagna	UK
↓														
86 uscite complessive – Dimensione multi-piattaforma														
39 uscite in sala			45 uscite VOD				1 uscita DVD							
↓														
A cui si sono aggiunte 39 uscite Day-and-date o quasi Day-and-date (ad esempio uscite Vod 2 settimane prima o dopo l'uscita theatrical)														

I test hanno riguardato 9 titoli, 2 dei quali italiani (Magnifica Presenza di Ozpetek e Io sono Li di Andrea Segre), sui quali sono stati applicati metodi distributivi innovativi basati su un approccio multi-territoriale e multi-piattaforma, riducendo o azzerando del tutto le tradizionali windows commerciali.

Le sperimentazioni condotte tra il 2013 e il 2014 non hanno portato a risultati definitivi, essendo state effettuate su un campione ristretto di titoli, sulla base di una programmazione di uscite limitate

nel tempo e non omogenee sui vari territori e dunque con un impatto relativo sul pubblico. E' stato possibile comunque individuare alcune linee di tendenza significative in ordine a tre livelli di analisi.

- 1) Disponibilità dei film: i titoli oggetto delle sperimentazioni hanno raggiunto solo una ridotta porzione di pubblico all'interno di ciascun territorio quantificata in una forbice compresa tra il 17 e il 35% a seconda del numero di città coinvolte. In alcuni casi l'uscita Vod ha compensato l'assenza dell'uscita theatrical, in altri l'uscita simultanea (o quasi simultanea) ha ampliato il pubblico potenziale consentendo una distribuzione del prodotto più omogenea sul territorio.
- 2) Impatto economico dei film: sono stati rilevati riscontri positivi in termini di ricavi aggiuntivi e di risparmi di investimento grazie alle sinergie delle uscite combinate sala/VOD. I risultati oscillano in modo considerevole a seconda del titolo testato e del territorio sul quale è stato distribuito. Si è tuttavia registrata una forte influenza esercitata dal time-lag tra sala e Vod: la proporzione tra numero di transazioni Vod e numero degli ingressi in sala è risultata più elevata in caso di uscite in simultanea.
- 3) Impatto generale sul sistema economico: premesso che l'ambito ristretto della sperimentazione non ha consentito di giungere a risultati chiari e definitivi in merito al rischio di cannibalizzazione del vod nei confronti delle sale, è emerso in alcuni casi come la diffusione capillare dell'uscita vod abbia permesso una porzione significativa di pubblico di accedere al prodotto che altrimenti non sarebbe stato fruito per assenza o scarsità di uscite in sala.

Fonte: *THOMAS PARIS*. RESEARCHER AT CNRS (GREG HEC)