

L'hi-tech è la via di sviluppo per il "nuovo cinema"

IL CASO

Da quando nel 2002 George Lucas girò *Guerre Stellari 2* in digitale, le tecnologie hanno conquistato il cinema grazie all'appoggio delle major e delle multinazionali dell'informatica. La corsa al digitale è partita e si vede dalla realizzazione dei film (con risparmi nei costi del 20-30%) e degli spot pubblicitari. Il colosso Warner Village sta completando la digitalizzazione degli spazi pubblicitari per i 172 schermi dei suoi 17 multiplex italiani.

Le sale digitali dispongono di 8 mila posti e sono frutto della collaborazione tra Acec (Associazione cattolica

esercenti cinema) e alcuni investitori. Su queste tecnologie poggia il futuro del cinema secondo il Rapporto sul Mercato e l'Industria del Cinema in Italia realizzato dalla Fondazione Ente dello Spettacolo e curato dalla società di consulenza Prc. Lo studio è un panorama su un settore che conta 9.071 imprese (salite dell'85,5% dal 2001 al 2007) che danno lavoro a 77 mila persone e muovono un volume d'affari di 5 miliardi. Un settore frammentato tra grandi gruppi e microimprese, dove 4.400 aziende fatturano meno di 1 milione a fronte di colossi come Medusa e Universal-Uip che nel 2008 hanno incassato rispettiva-

mente 99,5 e 116,8 milioni. L'Italia

si conferma un paese di amanti del cinema: nel 2008 al botteghino sono stati incassati 589 milioni con 98 milioni di presenze e 845 pellicole, di cui 288 prodotte nel Belpaese o frutto di coproduzioni, che hanno un valore sul mercato di 171 milioni. La corazzata hollywoodiana ha registrato entrate per 357 milioni e ha portato nei cinema italiani 59 milioni di presenze. Per gli investimenti, la quota maggiore arriva dai privati (204 milioni nel 2008), mentre non superano i 49 milioni i fondi del Fus. «Il Rapporto - dice il

presidente della Fondazione Ente dello Spettacolo, Dario Edoardo Viganò - conferma che l'imprenditoria privata è il fulcro del sistema-cinema, pur alla luce di una importante presenza dell'intervento pubblico attraverso istituzioni territoriali come le film commission». In ogni caso è dura per Rai, Mediaset, Filmaudio, Cinecittà Holding, Cattleya competere con player globali alla stregua di Walt Disney, Warner Bros, News Corp, Paramount.

(r.fon.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La società di consulenza Prc dimostra che la crescita è garantita dal digitale

