

D-CINEMA DIFFUSION: 2006 L'ANNO DELLA SVOLTA

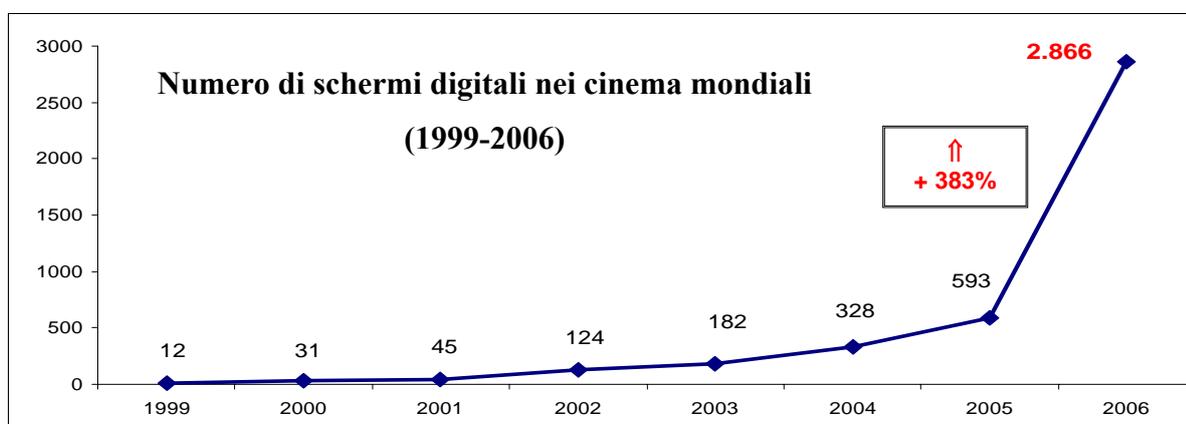
Dopo l'accelerazione della diffusione del D-Cinema lo scorso anno, ecco la nuova previsione fatta con i nostri modelli matematici: il sorpasso del 35mm è anticipato al 2013. Mancano solo 6 anni!

Il 2006 è stato un anno di svolte.

Questo è il mood tra chi segue da vicino la diffusione internazionale del D-Cinema, una rivoluzione che nasce come squisitamente tecnologica, ma che è desinata ad avere effetti soprattutto dal punto di vista commerciale sul business dell'esercizio cinematografico, trasformandolo in qualcosa di diverso da come oggi lo conosciamo.

Si può addirittura parlare di sorpresa. Dopo l'aumento del numero di schermi che avevano adottato la tecnologia digitale di proiezione nel 2005 (+81%), l'idea che circolava nel settore era quella di un 2006 in tono minore, "un anno di transizione, con una crescita più moderata rispetto all'anno precedente". In molti, infatti, ritenevano che il mercato si trovasse nella condizione di dover "*crossing the chasm*", ovvero "superare il baratro" del calo delle vendite che in alcuni casi si verifica dopo il lancio di un nuovo prodotto: quando gli acquisti degli appassionati delle nuove tecnologie (*innovators* ed *early adopters*) vengono a mancare e ancora non si è trovata una strada per penetrare il grosso del mercato (*early/late majority*)¹.

Ed invece che cosa è successo? A febbraio 2007 MEDIA Salles, come ogni anno, ha pubblicato i dati sul numero di schermi digitali nei cinema mondiali² ed ecco la conferma della novità che già si era affacciata nel primo semestre del 2006: il 31 dicembre 2006 gli schermi digitali hanno raggiunto quota 2.866, con un aumento rispetto all'anno precedente del 383%! Una crescita eccezionale rispetto al passato, come mostra il grafico sottostante.



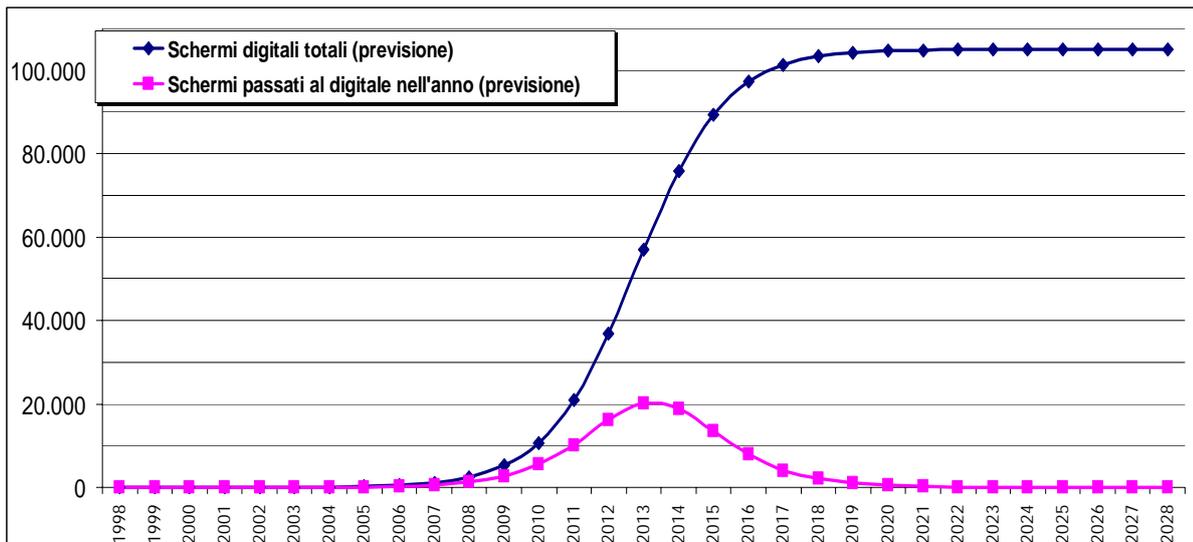
La grande crescita (la più alta mai registrata dall'introduzione del D-Cinema nel 1999) è la media di velocità molto diverse. Asia ed Europa sono cresciute come in passato (rispettivamente +70% e +168%), mentre è il Nord America che ha allungato il passo con una crescita del 1.031%.

Per quali ragioni? Innanzitutto bisogna ricordare che gli USA fino all'anno scorso erano ancora qualche passo indietro nel processo di introduzione del D-Cinema: in Europa, ad esempio, c'erano più schermi digitali che in USA, anche grazie all'incentivo offerto da finanziamenti pubblici. Detto ciò, la grande accelerazione nella diffusione di impianti di D-Cinema in Nord America è in gran parte imputabile agli effetti di una politica promozionale aggressiva operata da *AccessIT's Christie/AIX*, il principale player del mercato D-Cinema americano. Anche se probabilmente non siamo di fronte al decollo del cinema digitale negli Stati Uniti – l'evento che tutto il settore aspetta come volano per la diffusione mondiale della nuova tecnologia –, la grande crescita registrata negli USA è sotto gli occhi di tutti e non può essere sottovalutata. Essa dimostra la vitalità e l'imprevedibilità di un mercato sempre più difficilmente riducibile ad una nicchia per fanatici delle nuove tecnologie e capace di improvvise accelerazioni.

In questo contesto diventa sempre più critico gettare uno sguardo sul prossimo futuro del D-Cinema.

Come già trattato sulle pagine del "DGT online informer" di MEDIA Salles³, la nostra proposta per una previsione sufficientemente attendibile della diffusione del D-Cinema nei prossimi anni si basa sull'utilizzo di uno strumento previsionale consolidato, preso a prestito dallo *scientific management* e dalla ricerca demografica che permette, sulla base di dati quantitativi e di una rigorosa logica matematica, di indicare che cosa accadrà se il mercato continuerà a crescere secondo le logiche sino ad oggi seguite. Si tratta, in particolare, di un modello di diffusione "epidemiologico"⁴ che, ai fini dell'adozione della nuova tecnologia (il D-Cinema), presuppone che siano rilevanti prevalentemente le informazioni che circolano tra i potenziali adottatori, attraverso contatti diretti e/o a seguito della pressione psico-sociale che un mercato in espansione esercita su di loro. È infatti evidente che quanti più esercenti cinematografici scelgono il D-Cinema, tanto minori saranno le resistenze psicologiche degli altri, riducendosi i legittimi timori che accompagnano il passaggio da una tecnologia nota ed affidabile (il 35mm) ad una nuova da sperimentare.

Attraverso l'utilizzo di questo modello abbiamo elaborato una nuova previsione che tiene conto anche dei dati aggiornati alla fine del 2006. Nonostante la crescita straordinaria registrata lo scorso anno, gli effetti sulla nostra previsione sono modesti: un'accelerazione del processo di diffusione di un solo anno, il che conferma la solidità del modello utilizzato.



In particolare prevediamo che, sebbene si giungerà alla saturazione del 99% del mercato potenziale (rappresentato dagli oltre 105 mila schermi attivi nel mondo) solo nel 2019, il picco delle adozioni si realizzerà già nel 2013 (con oltre 20 mila nuovi impianti installati), anno in cui dovrebbe avvenire il sorpasso della tecnologia basata sul 35mm. E' interessante notare che il modello prevede una particolare lentezza nella saturazione completa del mercato: oltre 9 anni affinché l'ultimo 1% degli schermi cinematografici adottati il D-Cinema. Questa previsione è coerente con un *sentiment* diffuso soprattutto in Europa, ovvero che un piccolo numero di sale cinematografiche sarà più impermeabile al change-over verso il digitale, vuoi per marginalità economico-commerciale, vuoi per una scelta extra-razionale che li spingerà nel corso dei prossimi anni Venti a continuare ad utilizzare una tecnologia che sarà ormai considerata antiquariato.

Una precisazione, in chiusura, è d'obbligo. La realtà è certamente (e per definizione) più complessa del modello proposto e, come ogni previsione, deve essere presa *cum grano salis*. La precisione delle previsioni del modello potrebbe essere migliorata introducendo ulteriori elementi di complessità come la riduzione dei prezzi dei proiettori digitali (-16% in media ogni anno dalla loro introduzione sul mercato), l'inserimento di una fonte esterna di comunicazione (ad esempio la decisione di passare al D-Cinema da parte delle *majors*) o l'eterogeneità della popolazione degli adottatori potenziali. Quello che però, alla luce dei nuovi dati, ci sembra prioritario (e su cui stiamo già lavorando) è l'elaborazione di due diverse previsioni: una per il Nord America ed una per il resto del mondo (UE inclusa). Negli USA, infatti, il mercato dell'esercizio cinematografico è caratterizzato da una maggiore concentrazione (la sola catena di cinema *Regal* possiede ben 6.386 schermi cinematografici), il che significa che quando una grande catena decide di passare al D-Cinema, questo produce un improvviso balzo in avanti nel conto degli schermi digitali, secondo un processo di diffusione stocastico che si discosta da quello più uniforme (e quindi prevedibile) che seguono i mercati in Europa ed Asia. A conferma di questa osservazione il numero medio di

schermi digitali per ogni cinema che abbia almeno un impianto D-Cinema è salito da 1,3 nel 2005 a 2,9 nel 2006, segnalando che sono soprattutto i multiplex (generalmente inseriti in ampie catene) che stanno scegliendo il D-Cinema e non più qualche pionieristico esercente indipendente.

Crediamo ad ogni modo di poter offrire con quest'analisi un utile elemento alla discussione sul D-Cinema, non tanto unendoci alla moda di giocare a prevedere il futuro (non abbiamo – e nessun ha – la sfera di cristallo), quanto offrendo un'ipotesi di lavoro sufficientemente fondata per stimolare la riflessione e il dibattito tra i *players* economici internazionali (dai piccoli esercenti indipendenti alle aziende che offrono tecnologia e servizi) ed i policy-makers. L'orizzonte temporale su cui ci muoviamo non è brevissimo, ma il tempo scorre: tra circa 5 anni il D-Cinema potrebbe passare da una realtà marginale (oggi è adottata solo nel 3% degli schermi mondiali) ad una che vale miliardi di euro, con importanti implicazioni non solo commerciali e tecnologiche, ma anche socio-culturali e quindi politiche.

Marco Del Mancino

Dottore in Marketing e in Ricerche di Mercato

E-mail: marcodelmancino@gmail.com

Cellulare: 333 4375205

Note:

1. Cfr. Crossing the Chasm, G. A. Moore, ed. Collins, 1991.
2. MEDIA Salles, "European Cinema Yearbook – 2006 final edition".
3. MEDIA Salles, "DGT online informer" n. 12.
4. Cfr. Mansfield 1961, Mahajan 1993, Manfredi 1996.

Crescita del D-Cinema (dic. '05-dic.'06):

▶ **Europa: +168%**

▶ **Nord America: +1.031%**