



# INNOVAZIONE E GRANDE SCHERMO

TRADUCTION DE L'ANGLAIS

**UNIC**

Union Internationale des Cinémas  
International Union of Cinemas

Gli esercenti hanno diversificato la propria offerta adattandola alle preferenze degli spettatori moderni...

BOUTIQUE CINEMA

FORMATI PREMIUM LARGE

ARTPLEX

CINEMA D'ESSAI

CINEMA TEMPORANEI

SCHERMO GIGANTE

POLTRONE PREMIUM

SALE COMUNALI

Andare al cinema è un'esperienza che inizia vari giorni prima dell'arrivo in sala – spesso su dispositivi mobili

Un'esperienza sempre più variegata e coinvolgente lungo i vari punti di contatto del percorso del cliente



I cinema continuano a investire in modo massiccio nella tecnologia e nell'innovazione, al fine di offrire al pubblico esperienze sempre più "immersive"

## COSA C'È DI NUOVO NEI CINEMA D'EUROPA?

PAGINA 2

## COINVOLGIMENTO CREATIVO DEL PUBBLICO

PAGINA 4

## L'INNOVAZIONE E L'ESPERIENZA DEL GRANDE SCHERMO

PAGINA 18

## INNOVAZIONE SOCIALE

PAGINA 24

## PORRE I CINEMA AL CENTRO DELLE STRATEGIA EUROPEA DI CRESCITA DEI FILM

PAGINA 31



5 su 10 EUROPEI DISCU- TONO DI FILM SUI SOCIAL MEDIA



8 su 10 EUROPEI GUARDANO TRAILER ONLINE



3 ORE AL GIORNO IL TEMPO CHE GLI ADOLESCENTI PASSANO SUI CELLULARI



SPAZIO PER LA CRESCITA: FREQUENZA PRO CAPITE NEI CINEMA UNIC: 1.5 IN IRLANDA E FRANCIA: 3.3



SI PREVEDE CHE NEL 2019 I CONTENUTI ALTERNATIVI CONTRIBUIRANNO PER 1 MILIARDO DI DOLLARI



98% DI SCHERMI DIGITALIZZATI NEL MONDO



2100 GRANDI SCHERMI PREMIUM E



3000 INSTALLAZIONI DI IMPIANTI SONORI IMMERSIVI NEL MONDO

# BENVENUTO

di Phil Clapp

Benvenuti a questo nostro ultimo report, che analizza l'innovazione e i cambiamenti avvenuti nel cinema europeo. L'UNIC, Unione Internazionale dei Cinema, è il raggruppamento europeo delle associazioni di categoria e dei principali circuiti, oggi presente in 36 territori. Come tale, promuove in tutta Europa i benefici sociali, culturali ed economici dello spettacolo cinematografico, cercando di dare alle sale cinematografiche una voce influente quando si tratta di argomenti di interesse comune.

L'aumento di pubblico e i risultati al botteghino registrati negli ultimi anni nei vari territori UNIC mostrano chiaramente che, in Europa, l'affluenza nelle sale è florida e sta diventando un'esperienza sempre più coinvolgente, variegata e stimolante. Questo è in gran parte dovuto ai continui investimenti per l'innovazione compiuti dagli esercenti e dai loro partner. Questo report va ad analizzare in che modo il settore accoglie le nuove tecnologie e le tendenze dei consumatori, studiando tre aree chiave: il coinvolgimento creativo del pubblico; l'esperienza del grande schermo, l'innovazione sociale.

Dal momento che i nostri referenti di Governo e della filiera prendono in considerazione il futuro del nostro settore, ci auguriamo che questo report sia di ulteriore aiuto per far sì che il settore cinema venga posto al centro delle strategie di crescita.

Vi auguriamo una buona lettura.

*Phil Clapp, Amministratore Delegato della UK Cinema Association, è Presidente dell'Unione Internazionale dei Cinema.*

SALE  
COMUNALI

Sale  
"smart"

Audio,  
Immagini e  
Movimento  
immersivi

CO  
sive"

000

LLAZIONI DI  
NTI SONORI  
RSIVI NEL MONDO

COSA C'È DI NUOVO NEI CINEMA D'EUROPA?

PAGINA 2

COINVOLGIMENTO  
CREATIVO DEL PUBBLICO

PAGINA 4

L'INNOVAZIONE E L'ESPERIENZA  
DEL GRANDE SCHERMO

PAGINA 18

INNOVAZIONE  
SOCIALE

PAGINA 24

PORRE I CINEMA AL CENTRO DELLE  
STRATEGIA EUROPEA DI CRESCITA DEI FILM

PAGINA 31

# COSA C'È DI NUOVO NEI CINEMA EUROPEI?

L'affluenza nelle sale in Europa è florida e sta diventando un'esperienza sempre più coinvolgente, variegata e stimolante, grazie a un'impresoria creativa e ai continui investimenti sull'innovazione compiuti dagli operatori del settore e dai loro partner.

Nel 2015, i 36 territori europei rappresentati dall'UNIC hanno visto un aumento degli ingressi del 6% e degli incassi al botteghino del 12,5%. Tale crescita positiva si riflette a livello mondiale: nel 2016, gli analisti di mercato della IHS Markit hanno rilevato in 20 paesi selezionati un aumento al botteghino del 9,1% rispetto ai risultati già da record dell'anno precedente.

I cinema europei sono stati tra i primi a votarsi al business del digitale. Negli ultimi 10 anni, quelli dei territori UNIC – in collaborazione con i colleghi della distribuzione – hanno investito più di 1,5 miliardi di euro nella transizione digitale delle sale.

L'introduzione della tecnologia digitale ha portato un nuovo paradigma nel panorama cinematografico. Le massicce migliorie apportate alla qualità del suono e della proiezione, le operazioni più flessibili ed efficienti e le sofisticate strategie di coinvolgimento del pubblico continuano a trasformare l'esperienza e a richiamare un numero sempre crescente di pubblico nelle sale.

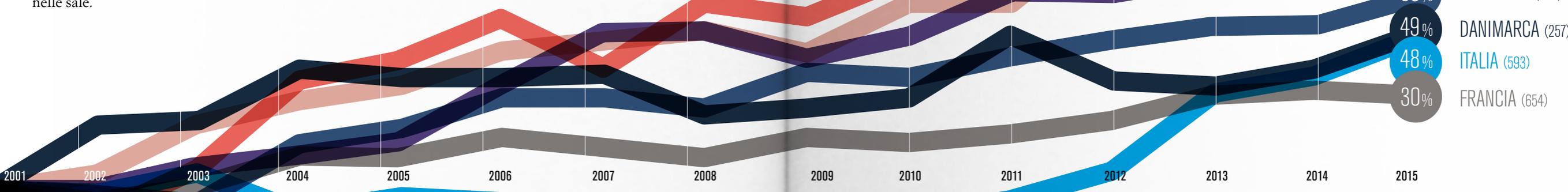
Tali cambiamenti hanno inoltre portato a un significativo aumento nel numero di film internazionali e nazionali proiettati.

Le attività cinematografiche in Europa, di qualsiasi dimensione e in qualsiasi zona situate, continuano ad accogliere l'innovazione e la sperimentazione nei nuovi metodi di coinvolgimento del pubblico. Fintanto che l'esperienza di andare al cinema diventa sempre più vivace e digitalmente connessa, il settore continuerà a poter competere con sicurezza con la miriade di alternative di intrattenimento online oggi a disposizione del consumatore.

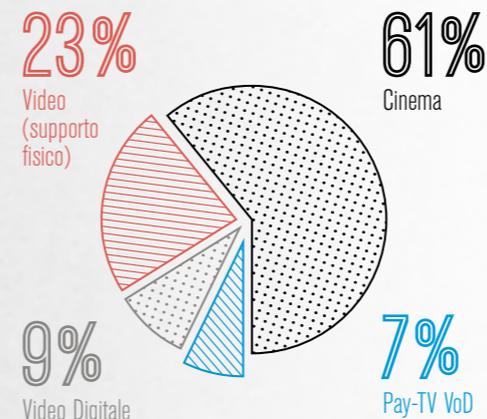
I cinema stanno infatti coinvolgendo tutti quelli che amano il grande schermo in modo sempre più personale e senza soluzione di continuità, come dimostreremo in questo report.

**1,26**  
MILIARDI DI ACCESSI

**+6%**  
DI AUMENTO DAL 2014



## EU 10\* INCASSI AL BOTTEGHINO VS. HOME ENTERTAINMENT NEL 2016



Source: IHS\* Allemagne, Danemark, Espagne, France, Italie, Pologne, Portugal, République Tchèque, Royaume-Uni et Suède.

**€ 8,8 MILIARDI**  
DI INCASSO AL BOTTEGHINO

**+12,5%**  
AUMENTO DAL 2014

## NUMERO DI FILM PROIETTATI NEI CINEMA (EU7)

(Evoluzione in % / Uscite cinematografiche)

Source: Membres de l'UNIC

## INIZIATIVA DI SETTORE

### Cinemathon International

L'UNIC ha aiutato a istituire il 'Cinemathon International', un progetto di studio ragionato allo scopo di creare strategie di business innovative per i cinema d'Europa. Il primo workshop ha messo insieme un gruppo eterogeneo di strateghi del business, esperti di tecnologia, architetti, organizzatori di festival, progettisti, artisti, imprenditori della ristorazione, creatori di realtà virtuale ed esperti di spicco in altri campi. Supportati dall'esperienza degli ideatori del progetto, cinque team multidisciplinari hanno lavorato su differenti aree di opportunità, sviluppando ognuno un prototipo dell'esperienza futura dell'andare al cinema.

Diamo ora un'occhiata all'iniziativa 'Cinemathon International' e ai suoi cinque prototipi:



[cinemathon.squarespace.com](http://cinemathon.squarespace.com)

# COINVOLGIMENTO CREATIVO DEL PUBBLICO

I cambiamenti nelle abitudini di consumo e nella demografia del pubblico ci presentano il cinema come una realtà con enormi possibilità di coinvolgere in modo più innovativo e personale coloro che amano il grande schermo.

L'uso creativo e collaborativo della tecnologia – in un settore di grande esperienza di spettacolo e prestazioni artistiche – rappresenta una straordinaria opportunità per raggiungere un pubblico notevolmente maggiore e aumentare quindi le presenze nei cinema. Come illustrato dai dati riportati in basso, in base alle presenze in tutta Europa il potenziale di crescita è enorme.

Perché si è così certi del costante richiamo del grande schermo? L'esperienza condivisa dell'andare al cinema con gli amici e la famiglia ha un valore aggiunto, dato che i consumatori hanno accesso a una moltitudine di distrazioni online, ma l'utilizzo di quei mezzi a casa avviene per lo più in solitudine.



MEDIA DELLE  
FREQUENZE PER  
ANNO AL CINEMA:

UNIONE EUROPEA:

1,9

TERRITORI UNIC:

1,5

FRANCIA: 3,3

IRLANDA: 3,3

SPAGNA: 2,0

POLONIA: 1,2

Gli Esercenti continuano a sperimentare un nuovo sviluppo del pubblico e nuove tecniche di marketing per richiamare in sala nuovi appassionati, lasciandosi guidare nell'impresa da alcune tendenze chiave:

► Una visita al cinema rientra in una 'economia di esperienza' più ampia e, come tale, deve apportare valore al percorso compiuto del cliente.

► Il cinema – con l'aiuto dell'innovazione digitale – sono diventati "smart", di conseguenza permettono agli operatori di tracciare, analizzare e predire il comportamento dell'utenza.

► I dispositivi mobili e i social media sono oggi elementi basilari dell'esperienza dell'andare al cinema.

► La "offerta" cinema si è fatta sempre più diversificata e risponde a preferenze in continuo cambiamento e sempre più frammentate.





PIÙ DEL  
**50%**

DI COLORO CHE VANNO  
AL CINEMA COMMENTANO  
LA PROPRIA ESPERIENZA SULLE  
PIATTAFORME DEI  
SOCIAL MEDIA



PIÙ DELL'  
**80%**

DEGLI EUROPEI  
GUARDANO  
TRAILER DI FILM  
ONLINE



L'  
**87%**

DI COLORO CHE VANNO  
AL CINEMA UTILIZZANO  
IL CELLULARE DOPO  
AVER VISTO UN TRAILER



Abaton Kino, Hambourg, Allemagne, propriété de vierfotografen

## L'analisi delle nuove strategie di coinvolgimento lungo i vari punti di contatto del percorso verso la sala ci consente di ottenere un quadro di come il settore sta attualmente operando per trasformare il proprio rapporto con il pubblico.

Invece che nell'atrio del cinema, il percorso inizia giorni o settimane prima, molto probabilmente su uno smartphone o un tablet. Le ricerche confermano che circa l'80% degli utenti europei guarda i trailer online. Allo stesso modo, i dati statunitensi confermano che una fetta sempre più consistente di chi va al cinema – l'87% – usa i cellulari dopo aver visto un trailer o la pubblicità di un film da qualche parte. Il ruolo dei social media nel rendere più vivace l'affluenza verso i cinema è in continua crescita: più del 50% di chi va al cinema commenta la propria esperienza prima, dopo e qualche volta – con grande irritazione di alcuni – durante la proiezione!

Tutto ciò ha un profondo impatto sulla promozione dell'esperienza in sala, dal momento che gli operatori e i loro partner spostano sempre di più gli investimenti di marketing e gli sforzi di innovazione nell'online.

Le soluzioni mobili dedicate sia dai grandi che dai piccoli esercenti consentono ai consumatori di scoprire, condividere e comprare biglietti per il cinema.

### Odeon Booking Chatbot

Nel dicembre del 2016, il leader cinematografico europeo Odeon ha lanciato un 'chatbot' che consente ai frequentatori di cinema di trovare una sala e prenotare i biglietti per la proiezione a loro scelta, utilizzando Facebook Messenger. Tale tecnologia è stata introdotta da Facebook nell'aprile del 2016. Il chatbot è stato sviluppato dalla società di tecnologia social Gruvi.

[facebook.com/odeon](https://facebook.com/odeon)

Creando e curando canali video online intorno alle prossime uscite e alla stessa esperienza cinematografica, gli esercenti trasformano la consapevolezza online del consumatore in tangibili biglietti venduti.

### La strategia YouTube di Pathé Netherlands

Pathé Netherlands gestisce un canale YouTube molto visto, su cui passano interviste originali a personaggi noti, trailer e resoconti di eventi cinematografici locali.

[youtube.com/user/pathenl](https://youtube.com/user/pathenl)

Attraverso un approccio creativo all'alfabetizzazione cinematografica, è possibile educare e influenzare la futura generazione di appassionati, emozionandoli e ispirandoli nei confronti del cinema.

### Watershed's Cinékids

Gli eventi Cinékids sono proiezioni cinematografiche mensili per bambini dai 6 agli 11 anni, che consentono di sperimentare, esplorare e analizzare i film.

[watershed.co.uk](https://watershed.co.uk)

Sistemi di biglietteria online attivi in tutta la nazione offrono una piattaforma unica per gli appassionati di film, dove venire a conoscenza delle nuove uscite ed acquistar al contempo i biglietti per le sale locali.

### DeinKinoticket.de

[www.deinkinoticket.de](https://www.deinkinoticket.de) è la piattaforma di biglietteria online leader in Germania, che opera con tutti i principali circuiti cinematografici nazionali.

Le piattaforme di cinema on-demand permettono ad autori, distributori indipendenti e appassionati di raccogliere fondi e pianificare proiezioni di film specializzati ed eventi cinematografici guidati da una comunità.

### ourscreen

Le piattaforme collaborative come ourscreen permettono agli utenti di promuovere film ed eventi cinematografici fino a che un numero consistente di appassionati non si sia impegnato a prenotare una proiezione nei cinema di zona. A quel punto, con la collaborazione di cinema partner, ourscreen organizza sia distribuzione che biglietteria, portando sul grande schermo un'ulteriore diversificazione del prodotto, eventi e dinamiche di community.

[ourscreen.com](https://ourscreen.com)

Il percorso verso la sala è sempre più vivace e guidato dall'esperienza. Proiezioni per adolescenti e serate per sole donne sono solo due dei tanti format che aiutano i cinema ad attirare verso il grande schermo un pubblico specifico.

## Filmtheater Hilversum – Serate per donne

Le "Serate per sole donne" del Filmtheater Hilversum offrono al pubblico cinematografico femminile la possibilità di assistere a prime visioni e film scelti in compagnia di altre donne. A completamento della proiezione, vengono offerti anche cibi e bevande dedicate e piccoli regali.

I cinema possono raggiungere un pubblico maggiore anche attraverso partnership con piattaforme e brand terzi, da Facebook ai giornali locali, alle iniziative della comunità.

## Yorck Cinema Group – Der Tagesspiegel

Il gruppo cinematografico berlinese Yorck ha lanciato di recente una partnership a 360 gradi con il principale quotidiano, Der Tagesspiegel. Gli abbonati ricevono due tessere annuali di ingresso in una delle 12 sale cinematografiche Yorck. La partnership include anche una riffa di tessere durante il Festival di Berlino e una media partnership reciproca.

Il coinvolgimento del pubblico non è ovviamente limitato allo spazio digitale. I cinema di tutta Europa lavorano con staff e volontari, che rendono il percorso verso il cinema il più godibile e personale possibile

## L'ambasciatore dell'SF Bio Staff

I frequentatori del cinema di bandiera di Stoccolma, SF Bio 'Filmstaden Sergel', ricevono una gradita presentazione di benvenuto da un membro dello staff prima delle proiezioni. L'incaricato accoglie il pubblico, presenta brevemente il film che si sta per vedere e indica dove andare nel caso qualcuno abbia necessità di un break durante la proiezione. L'esperienza condivisa viene così amplificata e il cinema acquista un "volto", rendendola un'esperienza ancora più personale.

### INIZIATIVA DI SETTORE

## Studio pan-europeo sul coinvolgimento del pubblico giovanile

Nel 2016, con l'aiuto di associati e partner, l'UNIC ha commissionato un grande progetto di ricerca per esaminare le preferenze del pubblico giovanile nel recarsi in sala attraverso tre territori chiave (Gran Bretagna, Germania e Spagna). I risultati di tale ricerca sono attualmente testati su giovani consumatori mediante workshop creativi per sviluppare e comprendere ulteriormente idee e concetti innovativi. I risultati verranno diffusi verso l'inizio del 2017. Contattateci se siete interessati a organizzare un workshop nel vostro paese.

[communications@unic-cinemas.org](mailto:communications@unic-cinemas.org)

**UNIC**  
Union Internationale des Cinémas  
International Union of Cinemas



# L'INNOVAZIONE NEL CINEMA TRAINATA DAI DATI

**Per ottenere una visione più completa dell'utenza, i cinema di tutta Europa stanno attualmente sviluppando una serie di programmi di analisi dei dati. Alla base di tali imprese ci sono la fidelizzazione del cliente e metodi "smart" per reclutare spettatori.**

Le soluzioni software integrate rappresentano un ulteriore aiuto nella raccolta di informazioni da una gran varietà di fonti interne ed esterne, compresi punti vendita, metadata sui singoli titoli, data e ora degli ingressi al cinema, così come altri fattori esterni tra cui l'informazione sugli eventi locali e il meteo.

Un'offerta cinematografica quanto più personalizzata, promossa tra i singoli spettatori attraverso e-mail, social media o sms – possibilmente abbinata a una tariffazione dinamica – sono tutti metodi che favoriscono questo passaggio.

I servizi di lettura dei dati promettono un aumento del 10-20% negli ingressi, se i programmi vengono implementati con la dovuta conoscenza.

Una pietra miliare nell'introduzione di un'ulteriore innovazione, basata sulla lettura dei dati nel cinema, sarà quella di trasformare il rapporto tra esercenti e distributori. L'esercizio possiede una conoscenza sempre più approfondita e personalizzata dei gusti del pubblico.

Ai distributori spetta invece la principale responsabilità delle varie iniziative di marketing in caso di nuove uscite e una dettagliata conoscenza dei risultati al botteghino delle diverse tipologie di film. Entrambi otterranno il massimo beneficio nel momento in cui condivideranno i dati e le risorse, con un occhio a un marketing più filtrato e personalizzato.



Nel momento in cui gli esercenti e i loro partner sperimentano e collaborano in una corretta raccolta dei dati sul cinema, si aprirà un'eccitante opportunità per la promozione di film locali ed europei, nonché per il successo degli esercenti indipendenti. L'utilizzo di soluzioni adattabili e su cloud per l'analisi dei dati, per aumentare notevolmente la quota di mercato dei film nazionali, è un'opportunità che il settore cinematografico d'Europa, insieme alle istituzioni europee che sostengono il settore, dovrebbe valutare attentamente.

## INIZIATIVA DI SETTORE

### Il Premio francese per l'Innovazione nel Cinema

Il CNC francese – Centre National du Cinéma et de l'Image Animée – ha lanciato nel 2016 il suo primo Premio per l'Innovazione per celebrare le pratiche innovative adottate nell'esercizio. Gli esercenti possono presentare progetti che spaziano in ogni campo dell'innovazione (tecnologia, programmazione, servizi, comunicazione, progettazione di sale etc.) I primi a ricevere il premio – che da allora è previsto ogni anno – sono stati Le Caroussel (Verdun) e L'Atalante (Bayonne). Altri quattro hanno ricevuto una menzione speciale nel corso di una cerimonia svoltasi al Congresso di Deauville dell'Associazione Francese del Cinema (FNCF) nel Settembre del 2016.



cnc.fr

**Numerose start-up tecnologiche europee altamente innovative forniscono servizi di lettura dei dati nel settore cinematografico allargato.**

## Movie Marketing personalizzato

La piattaforma Movio di analisi dei dati e marketing si estende all'analisi dei social media e ai messaggi mirati ai singoli consumatori. Movio Media offre ai distributori uno strumento di marketing diretto che utilizza i dati de-personalizzati raccolti durante le proiezioni. I ritorni del Movio Media vengono condivisi con i cinema partner che mettono a disposizione i propri dati.

[movio.co](http://movio.co)

## Convertire le iniziative online in vendita di biglietti

L'agenzia creativa Powster lavora con tutte le principali Major americane e più di 50 distributori indipendenti nel mondo per creare destinazioni online per i nuovi film. La piattaforma di base Powster guida gli utenti ai sistemi di biglietteria online, aggiornando e integrando costantemente proiezioni e orari degli spettacoli.

[powster.com](http://powster.com)

## Tariffazione dinamica

La berlinese Smart Pricer applica le strategie di tariffazione dell'industria aerea al settore dell'intrattenimento, gestendo al momento il software di tariffazione dinamica con un buon numero di circuiti ed esercenti indipendenti. Il suo software web permette a club sportivi, cinema e teatri di aumentare gli introiti utilizzando i dati raccolti per adattare in maniera dinamica i prezzi alla domanda.

[smart-pricer.com](http://smart-pricer.com)

## Conoscere il pubblico

La piattaforma cloud Showtime Analytics aiuta a capire le tendenze dei clienti aggregando dati di programmi fedeltà, transazioni in biglietteria e nei negozi, newsletter, prenotazioni via web, app e social media, elaborando i risultati in un unico report finale e consentendo quindi programmazioni e campagne di marketing più mirate.

[showtimeanalytics.com](http://showtimeanalytics.com)

## Analisi predittive

La Gower Street Analytics ha recentemente stretto una partnership con il fornitore di film leader nel settore comScore (ex Rentrak). Il primo prodotto congiunto è uno strumento per pianificare la distribuzione globale, che genera stime per i film che abbiano una data fissata di uscita fino a 18 mesi prima del lancio. Tiene conto delle caratteristiche specifiche del film e di fattori esterni e li confronta con lo storico delle prestazioni al botteghino di film simili.

[gower.st](http://gower.st)

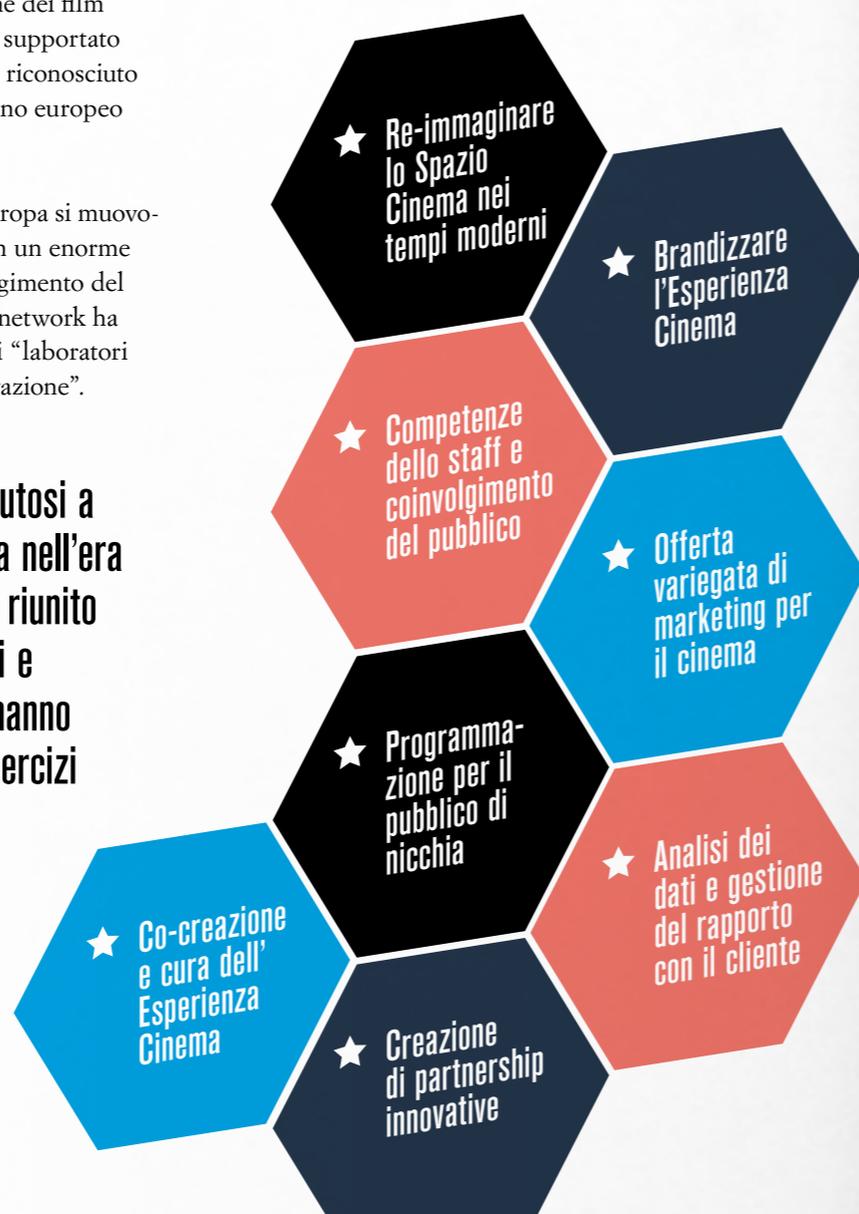


# EUROPA CINEMAS: SVILUPPO DEL PUBBLICO E LABORATORI DI INNOVAZIONE

Europa Cinémas è un circuito internazionale unico nel suo genere, con un totale di 2350 schermi in 596 città d'Europa, rivolto alla promozione dei film europei "non nazionali". Il network è supportato dall'Unione Europea ed è largamente riconosciuto come iniziativa di bandiera del sostegno europeo alla cultura.

Nel renderci conto che i cinema d'Europa si muovono in un nuovo panorama digitale con un enorme potenziale di innovazione nel coinvolgimento del pubblico verso i film europei, questo network ha recentemente organizzato una serie di "laboratori per lo sviluppo del pubblico e l'innovazione".

**Il laboratorio più recente tenutosi a Bologna, 'L'esperienza cinema nell'era della distrazione digitale', ha riunito una rappresentanza di grandi e piccoli esercenti. I presenti hanno partecipato a una serie di esercizi di apprendimento, workshop collaborativi e seminari incentrati sui temi chiave dell'innovazione:**



Kino Europa, Zagreb, Croatia, proprietà de ShowBizPress

Il format del laboratorio è incentrato sulla produttività e a Bologna è stato organizzato intorno a progetti di collaborazione chiave, ivi compresi lo sviluppo di un moderno manifesto per l'innovazione del cinema, visite sul sito, cinema one-to-one, interventi di innovazione, sviluppo di una strategia di marketing per il pubblico giovane e un seminario di presentazione dei progetti innovativi.

Alcune delle discussioni sono state riprese tramite Storify su Twitter (#ECBoLab2016). Informazioni più dettagliate si possono ottenere da Europa Cinemas.

[europa-cinemas.org](http://europa-cinemas.org)

EUROPA CINEMAS  
CREATIVE EUROPE - MEDIA SUB-PROGRAMME

2350  
SCHERMI IN

596  
CITTÀ EUROPEE

# CINEMA E REALTÀ VIRTUALE

**“Consideriamo la realtà virtuale complementare all’esperienza cinema. Prendiamo il marchio Star Trek: dopo il film si può andare sul ponte della Enterprise e pilotarla”**

*Richard Gelfond, CEO de IMAX, dans Screen Daily*

Di recente la Realtà Virtuale (VR) ha suscitato grande aspettative tra stampa, utenti e investitori, dal momento che alcune piattaforme globali di tecnologia, tra cui Facebook e Google, hanno lanciato sul mercato dispositivi dedicati. Nel corso del Festival di Cannes 2016 e di diversi altri eventi di settore, le esperienze di realtà virtuale sono state ampiamente esposte e discusse dai professionisti.

Sebbene prevedibilmente ancora in uno stadio di sviluppo iniziale – sia dal punto di vista tecnologico che creativo – la VR propone un’esperienza interattiva, unica e altamente coinvolgente, che si distacca radicalmente da quella di vedere insieme un film sul grande schermo. È una sfida all’intenzione artistica dello storytelling tradizionale: nel cinema, come qualcuno potrebbe obiettare, il percorso non si sceglie – ci si gode la storia che viene raccontata e si condivide l’esperienza con gli amici o la famiglia.

VR e cinema sarebbero allora incompatibili? Le prove sembrano suggerire il contrario: lungi dal rifiutare la VR, gli autori, gli operatori cinematografici e i vari business partner l’accolgono come un’esperienza accompagnatoria fortemente innovativa, che può far salire di livello l’esperienza cinematografica. Prendiamo ad esempio la joint venture tra IMAX e

l’operatore pan-europeo Odeon & UCI Cinemas, il cui primo centro VR aprirà a Manchester verso la fine dell’anno. In futuro, in determinati cinema, il pubblico potrà provare i contenuti abbinati di realtà virtuale in centri all’avanguardia, prima o dopo aver visto il film sul grande schermo.

Dal momento che spazi su misura per la realtà virtuale – ivi comprese le capsule individuali con sedili interattivi, poggiatesta e regolatori – sono integrati in cinema di tutto il mondo, il consumatore potrebbe aspettarsi una maggiore quantità di film internazionali accompagnati da contenuti di realtà virtuale. Michael Bay, ad esempio, al momento sta lavorando a un’esperienza di VR in abbinamento a “Transformers: L’Ultimo Cavaliere”.

Le soluzioni di VR vengono utilizzate anche per promuovere le nuove uscite. Gli studi cinematografici siglano sempre più spesso partnership con agenzie in grado di creare ambientazioni di realtà virtuale per promuovere eventi in uscita. La londinese Powster ha collaborato con Warner Bros., in occasione dell’uscita 2016 di “Tarzan”, per dare agli utenti la possibilità di trovare cinema e orari degli spettacoli stando totalmente immersi in una giungla in 3D e assistendo a un video di VR a 360°.

# L'INNOVAZIONE E L'ESPERIENZA DEL GRANDE SCHERMO

Il pubblico concorda che niente batte l'esperienza di vedere un bel film sul grande schermo, insieme agli amici o alla famiglia. Lo conferma la ricerca che continua a dimostrare che andare al cinema rimane la forma di intrattenimento più popolare al giorno d'oggi.

Avendo investito in maniera massiccia nella transizione al cinema digitale nell'ultimo decennio, i circuiti cinematografici europei continuano a innovare e aggiornare le loro sale per offrire un'esperienza cinematografica sempre più coinvolgente e d'avanguardia. Oltre a una sempre crescente offerta di film e di "eventi cinematografici", una programmazione più dinamica e flessibile aiuta a rispondere alle preferenze sempre più variegiate del pubblico.

Il passaggio al digitale ha reso possibile a tutte le tipologie di cinema di coinvolgere al meglio i propri utenti: in alcuni territori UNIC, la quota di mercato dei cinema indipendenti, ad esempio, è aumentata in risposta alla capacità di offrire alle comunità locali un maggior numero – e una maggiore diversità – di film e altre tipologie di contenuto. A completare questi sviluppi concorre anche una rapida diversificazione dell'offerta cinematografica stessa. Molti operatori investono in tecnologie rivoluzionarie – da sistemi sonori immersivi a schermi extra large per i cosiddetti 'Premium Large Format' – e sperimentano nuovi design delle sale per migliorare ulteriormente l'immersione e il comfort.

Prosegue la lunga tradizione di accoglienza dell'innovazione a beneficio del pubblico.

## € 1,5 MILIARDI

INVESTITI IN CINEMA DIGITALE  
DA ESERCENTI EUROPEI  
NELL'ULTIMO DECENNIO

x2

IL NUMERO DI FILM USCITI NEI  
CINEMA EUROPEI È QUASI  
RADDOPPIATO NEGLI ULTIMI 15 ANNI

XVIII SECOLO  
SPETTACOLI DI  
LANTERNA MAGICA

ANNI 1890  
PRIME PROIEZIONI  
CINEMATOGRAFICHE

ANNI '50  
ANNI D'ORO DEL  
FORMATO PANORAMICO

ANNI '80  
PRIMO MEGAPLEX

ANNI 2000  
PASSAGGIO AL CINEMA  
DIGITALE DISTRIBUZIONE  
VIA SATELLITE EVENTI  
CINEMATOGRAFICI

ANNI '10  
98% DI SCHERMI DIGITALIZZATI  
SUONO "IMMERSIVO"  
E-DELIVERY  
PROIEZIONI LASER  
HIGH DYNAMIC RANGE  
HIGH FRAME RATE  
PREMIUM LARGE FORMAT  
MOVIMENTO "IMMERSIVO"  
CINEMA INTERATTIVO  
REALTÀ VIRTUALE

★  
1895  
PRIMA RIPRESA  
CINEMATOGRAFICA  
DEI FRATELLI LUMIÈRE

★  
1988  
KINOPOLIS  
COSTRUISCE  
IL PRIMO  
MEGAPLEX

★  
2009  
"AVATAR"  
FILM CAMPIONE  
DI INCASSI  
TUTTI I TEMPI

★  
2015  
PRIMO FILM HDR

**Gli operatori continuano a investire e sperimentare in una vasta gamma di soluzioni innovative e creative. Le istantanee che seguono, sui nuovi sviluppi della tecnologia cinematografica, potrebbero non essere disponibili in tutti i teatri ma, in qualche misura, indicano la direzione in cui si muove il settore.**

## Suono “immersivo”



Negli ultimi anni nel mondo sono stati integrati nelle sale cinematografiche quasi 3000 sistemi di suono “immersivo”. Questa nuova tecnologia – adottata con entusiasmo da molti registi e produttori di spicco – porta una sensazione di vera immersione, dal momento che chi va al cinema può udire il suono proprio come se fosse presente nell’azione della realtà.

## 3D



Il cinema digitale – aiutato significativamente dall’uscita nel 2009 del film campione di incassi Avatar di James Cameron – ha portato il 3D all’attenzione del pubblico di massa. Fino ad allora, a farla da padrone nella prospera fetta di mercato nei territori UNIC erano stati i film stereoscopici. Dato che registi e laboratori di tecnologia di spicco nel mondo continuano a sperimentare questa tecnica in costante evoluzione, il 3D è di fatto una realtà.

## High Dynamic Range



C’è chi paragona l’avvento della High Dynamic Range – una tecnica d’immagine di enorme successo che riproduce una gamma più ampia di colori e luminosità – all’introduzione del cinema a colori. Di certo, espande le possibilità artistiche dei registi e migliora in modo significativo l’esperienza del pubblico.

## Eventi Cinematografici



Il cinema digitale ha permesso agli operatori di portare eventi live nelle proprie sale e diversificare la programmazione, oltre all’offerta di film. Oggi chi frequenta il cinema ha la possibilità di godersi sul grande schermo l’opera, la danza e lo sport e perfino visite ai musei – con la straordinaria opportunità di trovarsi molto più vicino all’azione di quanto non sarebbe nella realtà.

## Illuminazione Laser



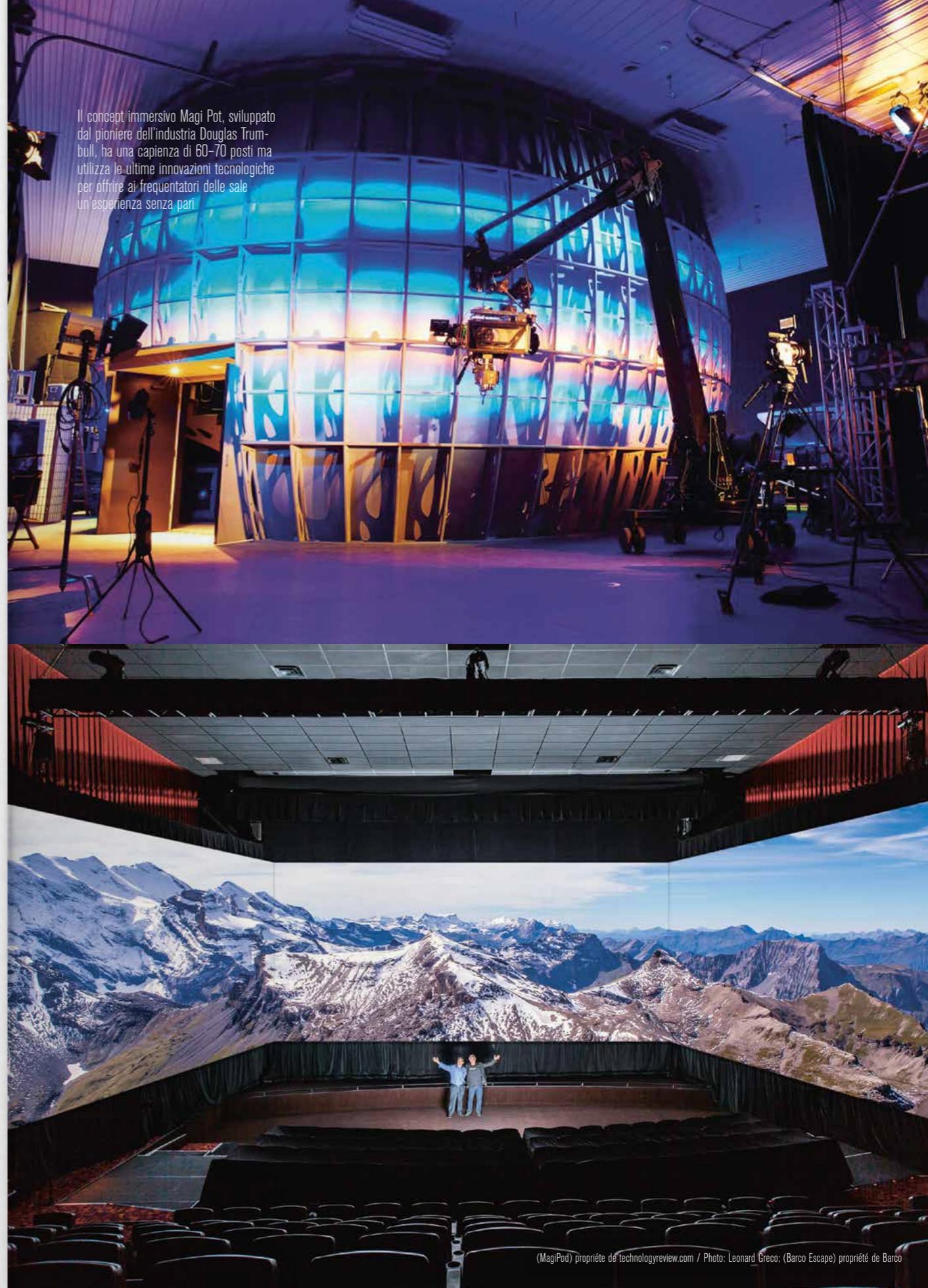
Questa nuova tecnica di proiezione consente di raggiungere livelli sempre più alti nella qualità e nella vivacità dell’immagine nelle sale. Potenzialmente, i proiettori illuminati al laser potrebbero in futuro sostituire le lampade xenon, con la promessa di una gestione più efficiente sul lungo termine dal punto di vista energetico.

## Premium Large Format



I Premium Large Format sono sale brandizzate che comprendono schermi extra-large e impianti audio accuratamente progettati per garantire al pubblico una full immersion nell’esperienza cinematografica. Di tali schermi ne sono stati lanciati nel mondo più di 2100, ampliando così la scelta per il pubblico.

Il concept immersivo Magi Pot, sviluppato dal pioniere dell’industria Douglas Trumbull, ha una capienza di 60-70 posti ma utilizza le ultime innovazioni tecnologiche per offrire ai frequentatori delle sale un’esperienza senza pari.



## Movimento “immersivo”



Il movimento “immersivo”, detto anche ‘4D’, porta l’esperienza di andare al cinema su un livello totalmente nuovo, con sedute tecnologiche che tuffano il pubblico negli scenari cui assistono sul grande schermo, attraverso una serie di stimolatori multi-sensoriali come vento, nebbia e acqua, insieme a sedili semoventi e occhiali 3D.

## Design Innovativo di Sala



Cinema di ogni dimensione e dislocazione hanno sperimentato l’innovazione nel design delle sale e nella sistemazione dei posti, per migliorare l’esperienza dell’utenza con cinema di elevato livello e sale che offrono anche servizi di ristorazione, adattando i propri servizi al fine di incontrare i bisogni di un pubblico specifico

## Gare di Video Game



La tecnologia digitale ha reso possibile guardare e prendere parte a gare di video game – o di e-sport – sul grande schermo. Folle di giovani giocatori hanno già preso parte ad eventi online trasmessi live nei cinema del mondo, anche se questa nuova tendenza deve ancora realizzare il suo pieno potenziale.

## High Frame Rate



Negli ultimi anni, un gruppo di registi visionari – tra cui Peter Jackson e Ang Lee – hanno sperimentato questa tecnologia, girando film con una frequenza di fotogrammi più elevata rispetto ai tipici 24 al secondo dei film standard, che comporta immagini iperrealistiche.



Dal momento che l’innovazione continua e il cambiamento diventa un elemento centrale del business del cinema, identificare tecnologie rivoluzionarie, valutare le nuove tendenze di consumo e assicurare che gli investimenti nelle migliori portino un ritorno tangibile sono diventate sfide basilari.

Il settore europeo dei cinema, con la sua moltitudine di linguaggi e strutture di straordinaria diversità, si trova ad affrontare questioni particolari. Per assicurare l’interoperabilità e l’accesso ai film per ogni genere di cinema, lo sviluppo di una tecnologia di nuova generazione sarà un imperativo strategico per l’industria del futuro.

Il cinema europeo beneficia di un livello resiliente e dinamico di esercenti indipendenti. All’interno di questo gruppo, i cinema più piccoli e più specializzati – che hanno accettato la sfida di digitalizzare i propri schermi – si trovano davanti a ulteriori sfide nel momento in cui bisogna mantenere le strutture esistenti e finanziare ulteriori innovazioni tecnologiche. C’è bisogno di un’ulteriore condivisione di informazioni e di consapevolezza sul percorso che queste tecnologie chiave compiono all’interno della comunità.



### INIZIATIVA DI SETTORE

## UNIC Technology Group

Radunando esperti di tecnologia cinematografica di più di 20 paesi – in partnership con fornitori, provider di servizi e organismi internazionali come lo European Digital Cinema Forum, la Society of Motion Picture and Television Engineers e la International Cinema Technology Association – il Gruppo Tecnologico UNIC opera per aiutare i cinema a muoversi nel nuovo e tecnologicamente complesso panorama.

Il Gruppo ha sviluppato un piano di azione che espone le sfide e le opportunità della tecnologia digitale. Ha lanciato diversi comunicati – spesso in collaborazione con l’omologa organizzazione statunitense National Association of Theatre Owners – richiedendo standard aperti e diffondendo tra la comunità creativa la conoscenza delle capacità e dei limiti dell’esercizio cinematografico. Il Gruppo sta lavorando attivamente per una strategia di coordinamento del lancio in Europa dell’SMPTE DCP – una transizione operativa fondamentale, che il settore dovrà gestire collettivamente negli anni a venire.

Gli operatori interessati al lavoro del Gruppo Tecnologico UNIC sono invitati a contattare:

[gbranders@unic-cinemas.org](mailto:gbranders@unic-cinemas.org)

**UNIC**  
Union Internationale des Cinémas  
International Union of Cinemas



Propriété de Secret Cinema

# L'INNOVAZIONE SOCIALE

Localmente, il cinema è il fulcro di cultura, innovazione e aggregazione e ha un impatto incredibilmente positivo sulla società. I dati dimostrano che il settore può fare da guida a diverse sfide sociali in forme nuove, compresa la rigenerazione urbana, la lotta all'emarginazione sociale, e può aiutare a creare carriere soddisfacenti e un buon impiego.

L'agenda dell'innovazione europea riconosce con chiarezza che nel XXI secolo il progresso sociale e quello economico vanno di pari passo. Che ruolo possono avere gli esercenti nell'affrontare in modo più efficace e sostenibile le sfide sociali affrontate dalla popolazione europea?

## IL FORTE IMPATTO SULLA COMUNITÀ

Che siano situati in grandi città o in aree rurali, i cinema sono spesso l'unico punto di aggregazione per persone di ogni stile di vita e fascia di età. Stimolano il dialogo su un ampio ventaglio di argomenti importanti e forniscono un'alternativa molto piacevole alle preoccupazioni del quotidiano.

A livello locale, i cinema creano anche posti di lavoro – soprattutto tra giovani e studenti – e sono fondamentali per lo sviluppo dell'industria creativa, una pietra angolare della moderna economia basata sulla conoscenza. Aprire un cinema in una determinata area può avere un notevole impatto sulla rigenerazione urbana, perché richiama nuove attività commerciali, oltre a residenti e lavoratori.

Il Kino Muza è una sala storica situata nella città polacca di Poznan e fa parte del circuito Europa Cinémas. È amministrato dal Comune dal 2008 ed è diventato un importante centro culturale per la comunità locale. Il Kino Muza ha sviluppato un progetto cinematografico altamente istruttivo che richiama migliaia di bambini e adolescenti, dall'asilo alle scuole superiori. La sua programmazione diversificata e innovativa ha aiutato a rivitalizzare l'interesse locale nella cultura cinematografica e, anno dopo anno, continua ad attirare sempre più persone verso il grande schermo.

[kinomuza.pl](http://kinomuza.pl)

INIZIATIVA DI SETTORE

## Studio francese sull'innovazione nell'esercizio cinematografico

Il cinema è al centro della strategia francese di sostegno ai film. La francese CNC ha infatti recentemente commissionato un progetto di ricerca indipendente sul "Cinema di Domani", pubblicato ad ottobre 2016. Lo studio fa il punto sulle innovazioni recenti e sui futuri sviluppi nell'esercizio cinematografico, che ha influenzato o influenzerà con una portata più ampia il settore, e considera le principali tendenze mondiali. Sul sito della CNC è possibile consultare la relazione in francese, mentre un sommario in inglese può essere richiesto contattando l'UNIC.

[cnc.fr](http://cnc.fr)

Everyman Canary Wharf, Londres, Royaume-Uni, propriété de Everyman Cinemas



Le ricerche dimostrano che ogni euro speso in biglietti del cinema ha uno straordinario effetto moltiplicatore sulle attività commerciali dei dintorni, compresi ristoranti e negozi. Per questo gli urbanisti europei includono il cinema nelle loro strategie di costruzione di comunità sostenibili e prospere.

## I FATTORI DI CAMBIAMENTO CULTURALE

Nei territori UNIC, i più di 38.000 schermi favoriscono la consapevolezza e l'interesse nei confronti dei film nazionali, europei e internazionali, consentendo quindi a centinaia di milioni di frequentatori di sala di discutere le storie che li hanno intrattenuti, a riflettere sulla vita di ogni giorno.

In un mondo in cui le esperienze culturali dal passo rapido avvengono sempre più sui dispositivi mobili – e allo stesso tempo in solitudine – l'esperienza condivisa di guardare un film sul grande schermo continua a creare un senso di identità e comunità.

Il cinema rimane quindi un luogo in cui emergono importanti tendenze culturali e cambiamenti sociali. Che si tratti del Premio Lux 2015 Mustang, di Snowden di Oliver Stone o dell'incredibile successo francese al botteghino di Quasi amici, nessuno di questi film avrebbe avuto un simile impatto rivoluzionario senza la piattaforma sociale della sala cinematografica.



La coproduzione turca, francese e tedesca Mustang, vincitrice del Premio LUX 2015, racconta la vita di cinque ragazze che affrontano il matrimonio forzato e la repressione sessuale nella Turchia rurale. Il film d'esordio della regista Deniz Gamze Ergüven ha stimolato un dibattito molto controverso sia in Francia, dove è stato designato per l'Oscar come Miglior Film Straniero, che in Turchia, per la sua critica al conservatorismo e al patriarcato locale. Attraverso una descrizione favolistica della trama il film riesce a superare i confini geografici del suo paese e a innescare un dibattito universale sui diritti delle donne e il femminismo. Con considerevole ritardo e nonostante l'opposizione locale, il film è uscito in Turchia nel 2015, 4 mesi dopo l'uscita in Francia. Mustang è stato un grande successo al botteghino, con incassi di più di 4 milioni di euro, quasi il quadruplo del budget originale.



Mustang, 2015, propriété du Festival de Cannes

## ACCESSO E DIVERSITÀ

Se la tecnologia digitale ha aiutato a rendere oggi disponibile al pubblico un'offerta di film variegata e senza pari, ha anche – e forse inaspettatamente per qualcuno – rafforzato la posizione dei film di massa sui principali servizi VOD.

Il ruolo del cinema nel diffondere la consapevolezza e dare accesso a film europei diversi è quindi ancor

più importante per mantenere la competitività e la diversità del cinema europeo. Se si adotta una prospettiva a lungo termine, dai dati UNIC relativi a una serie di territori emerge che il livello dei film nazionali ed europei visti al cinema è cresciuto regolarmente negli ultimi anni. In tale contesto, i circuiti di sostegno come Europa Cinémas aiutano a mantenere costante la domanda del pubblico per i titoli europei non nazionali e sono il modo migliore per promuovere un mercato pan-europeo per i film nazionali.

Assicurarsi che gli amanti del cinema di diversa estrazione sociale e fascia d'età possano beneficiare dei film sul grande schermo è naturalmente di primaria importanza perché l'attrattiva del cinema resti costante. Da un lato, le strategie di tariffazione dinamica da parte di alcuni operatori favoriscono diverse possibilità di accesso a seconda della propensione di spesa di ogni singolo cliente. Dall'altro, c'è una grande varietà di campagne promozionali per diverse fasce d'età, comprese riduzioni per i più anziani, per bambini/ragazzi e disoccupati, tanto per citarne alcune. La famosa campagna applicata in Francia del biglietto a 4 euro per i minori di 14 anni è uno dei tanti esempi di iniziative di settore che hanno aumentato in modo significativo la quota di pubblico giovane nei cinema francesi.



La "Fiesta del Cine" è un'iniziativa per favorire la crescita del pubblico organizzata dalle principali associazioni audiovisive spagnole. Il concetto è semplice: due volte l'anno, durante una tre giorni di "Fiesta", il biglietto del cinema costa solo €0,90. Di conseguenza, questa iniziativa che coinvolge l'intero settore attira milioni di spettatori da tutto il paese, dando la possibilità di godere di un'esperienza straordinaria andando al cinema.

[fiestadelcine.com](http://fiestadelcine.com)

Per finire, i cinema di tutta Europa hanno investito in modo significativo per incrementare gli spettatori in sala. La digitalizzazione ha facilitato l'utilizzo dei sottotitoli e delle tecnologie di descrizione audio all'interno delle sale di proiezione per coloro che hanno difficoltà visive o uditive. Alcuni esercenti offrono proiezioni speciali per gli appassionati con disabilità cognitive o di apprendimento, affinché possano provare l'esperienza del grande schermo. In Gran Bretagna, ad esempio, il circuito Odeon & UCI Cinemas organizza da tempo proiezioni speciali per chi è affetto da autismo o altre disabilità cognitive.

15  
10/2017  
European Art  
Cinema Day

Il 15 ottobre 2017 l'organismo partner di UNIC, la Confederazione Internazionale del Cinema d'Essai (CICAE) ed Europa Cinémas – con il sostegno del programma Europa Creativa MEDIA – hanno presentato insieme a più di 1.000 sale un accurato programma che comprende anteprime, film per bambini e classici per celebrare il cinema europeo

[artcinemaday.org](http://artcinemaday.org)



## Moviereading App

L'app Moviereading aiuta le persone con disabilità uditive e visive a godere dell'esperienza del grande schermo. L'app italiana fornisce sui dispositivi mobili sottotitoli o descrizioni audio perfettamente sincronizzati per qualsiasi film, in qualsiasi sala, semplicemente premendo un pulsante. L'utilizzo di questa app è molto diffuso sia in Italia che in Scandinavia ed è attualmente testato in Germania e Spagna.

[moviereading.com](http://moviereading.com)

## IL CINEMA DELLA PROSSIMA GENERAZIONE

Oltre a fornire a bambini e adolescenti biglietti a un prezzo abbordabile, in Europa si sta sperimentando un ampio ventaglio di nuovi modi per attirare i giovani – tradizionalmente il nostro nucleo centrale di pubblico. Oltre a offerte cinematografiche coinvolgenti e innovative, concorrono all'impresa: un più sofisticato coinvolgimento digitale che crea esperienze che i giovani possono condividere all'istante, l'istituzione di eventi di richiamo e lo sviluppo di partnership creative con distributori e brand esterni.

INTO  
FILM

Into Film è un'organizzazione educativa britannica che lavora con bambini e giovani. Permette a scuole e gruppi giovanili di istituire i loro club di cinema (15.900 nel 2015), per guardare film insieme, crearne di proprie, naturalmente, sperimentarli in sala. Sostentuto dal settore cinematografico britannico, Into Film permette a bambini e adolescenti di sviluppare una comprensione critica della cultura audiovisiva incoraggiandoli al contempo a diventare futuri frequentatori assidui delle sale.

[intofilm.org](http://intofilm.org)

# PORRE LE SALE CINEMATOGRAFICHE AL CENTRO DELLA STRATEGIA EUROPEA DI CRESCITA PER IL CINEMA

L'Innovazione e il Grande Schermo dimostra come gli esercenti cinematografici europei, di qualsiasi dimensione e collocazione, hanno accolto l'innovazione e il cambiamento a beneficio del loro pubblico e del più ampio settore cinematografico. Lo sforzo di offrire esperienze sempre più coinvolgenti, diversificate e stimolanti conferma il ruolo centrale che il cinema continua a ricoprire nel promuovere una vibrante cultura cinematografica europea.

Dal momento che i Governi e i leader di settore di tutta Europa si riuniscono per individuare il modo migliore di preparare il settore cinematografico europeo al futuro e all'aumento di pubblico, devono allo stesso modo necessariamente porre le sale cinematografiche al centro dei loro sforzi. Questo vale in modo particolare per la Commissione Europea e il Parlamento Europeo, che al momento stanno revisionando una serie di politiche che plasmeranno in modo significativo il futuro del nostro settore.

Se probabilmente le intenzioni sono buone, il recente approccio europeo al cinema ha, da una parte, esagerato il contributo culturale ed economico che le piattaforme digitali assicurano al progetto d'Europa e, dall'altra, ha sottovalutato l'importanza della promozione di un ecosistema cinematografico leale, competitivo e culturalmente diverso.

Sviluppare una strategia di innovazione completa per il settore cinematografico europeo – che metta i cinema al centro delle ambizioni europee in campo culturale e creativo – di certo aiuterebbe a ricalibrare tale approccio.



## ASSOCIAZIONI NAZIONALI MEMBRE UNIC

### Austria

Fachverband der Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe

### Belgio

Fédération des Cinémas de Belgique

### Danimarca

Danske Biografer

### Finlandia

Finnish Cinema Exhibitors' Association

### Francia

Fédération Nationale des Cinémas Français

### Germania

HDF KINO e.V.  
(Hauptverband Deutscher Filmtheater)

### Grecia

Federation of Greek Cinemas

### Israele

Cinema Industry Association

### Italia

Associazione Nazionale Esercenti Cinema  
Associazione Nazionale Esercenti Multiplex

### Norvegia

Film & Kino

### Olanda

Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten

### Polonia

Polish Exhibitors' Association

### Regno Unito

UK Cinema Association

### Russia

Kino Alliance

### Spagna

Federación de Cines de España

### Svezia

Sveriges Biografägareförbund

### Svizzera

SKV – ACS Association Cinématographique Suisse

### Turchia

Turkish Cinema Operators' Association

### Ungheria

Mozisok Országos Szövetsége

# CIRCUITI MEMBRI UNIC

**Les Cinémas Gaumont Pathé**  
Belgio, Francia, Olanda, Svizzera

**Cinemax**  
Slovacchia

**Cineplexx**  
Albania, Austria, Croazia, Grecia, Italia, Kosovo,  
Macedonia, Montenegro, Serbia, Slovenia

**Cineplex**  
Germania

**Cineworld and Cinema City International**  
Bulgaria, Irlanda, Israele, Polonia, Repubblica Ceca,  
Regno Unito, Romania, Slovacchia, Ungheria

**Karo Film**  
Russia

**Kinepolis Group**  
Belgio, Canada, Francia, Lussemburgo, Olanda, Po-  
lonia, Spagna, Svizzera

**Kinopolis**  
Germania

**Kino Arena**  
Bulgaria

**Mars Entertainment (CJ CGV Group)**  
Turchia

**Movies@Cinemas**  
Irlanda

**Nordisk Film Biografer**  
Danimarca, Norvegia

**Odeon & UCI Cinemas (AMC Group)**  
Austria, Estonia, Finlandia, Germania, Irlanda,  
Italia, Lettonia, Lituania, Norvegia, Portogallo,  
Regno Unito, Spagna, Svezia

**Omniplex Cinemas**  
Irlanda e Irlanda del Nord

**Svenska Bio**  
Danimarca, Finlandia, Svezia

**UGC**  
Belgio, Francia

**Vue International**  
Danimarca, Germania, Irlanda,  
Italia, Lettonia, Lituania, Polonia,  
Regno Unito, Taiwan

**Yelmo Cines  
(Cinepolis Group)**  
Spagna

# CONSIGLIO DI PRESIDENZA 2017-2019

## Presidente:

Phil Clapp (UKCA)

## Vicepresidente Vicario:

Jean-Pierre Decrette (FNCF)

## Vicepresidenti:

Edna Epelbaum (ACS)

Dr. Matthias Leonardy (HDF KINO e.V.)

Mario Mazzetti (ANEC)

Kim Pedersen (Danske Biografer)

## Tesoriere:

Jaime Tarrazon (FECE)

# CONTATTI

UNIC

Union Internationale des Cinémas /

International Union of Cinemas

Av. Des Arts 10-11

1210 Bruxelles

Belgique

UNIC

Union Internationale des Cinémas  
International Union of Cinemas

# CIRCUITI MEMBRI UNIC

**Les Cinémas Gaumont Pathé**  
Belgio, Francia, Olanda, Svizzera

**Cinemax**  
Slovacchia

**Cineplexx**  
Albania, Austria, Croazia, Grecia, Italia, Kosovo,  
Macedonia, Montenegro, Serbia, Slovenia

**Cineplex**  
Germania

**Cineworld and Cinema City International**  
Bulgaria, Irlanda, Israele, Polonia, Repubblica Ceca,  
Regno Unito, Romania, Slovacchia, Ungheria

**Karo Film**  
Russia

**Kinepolis Group**  
Belgio, Canada, Francia, Lussemburgo, Olanda, Po-  
lonia, Spagna, Svizzera

**Kinopolis**  
Germania

**Kino Arena**  
Bulgaria

**Mars Entertainment (CJ CGV Group)**  
Turchia

**Movies@Cinemas**  
Irlanda

**Nordisk Film Biografer**  
Danimarca, Norvegia

**Odeon & UCI Cinemas (AMC Group)**  
Austria, Estonia, Finlandia, Germania, Irlanda,  
Italia, Lettonia, Lituania, Norvegia, Portogallo,  
Regno Unito, Spagna, Svezia

**Omniplex Cinemas**  
Irlanda e Irlanda del Nord

**Svenska Bio**  
Danimarca, Finlandia, Svezia

**UGC**  
Belgio, Francia

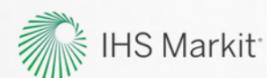
**Vue International**  
Danimarca, Germania, Irlanda,  
Italia, Lettonia, Lituania, Polonia,  
Regno Unito, Taiwan

**Yelmo Cines  
(Cinepolis Group)**  
Spagna

## Appassionati del grande schermo

### Partner del Programma dell'Esercizio Cinematografico Europeo

L'UNIC è orgogliosa della propria  
partnership con i marchi leader della  
zona cinematografica europea



Cine Ideal, Madrid, Espagne, propriété de Yelmo Cines



UNION INTERNATIONALE DES CINÉMAS / INTERNATIONAL UNION OF CINEMAS  
AV. DES ARTS 10-11 BOÎTE 11, 1210 BRUXELLES / BELGIO