



has
acquired

screen Digest



D-cinema

Market development, key issues and the end of 35mm

David Hancock
Senior Principal Analyst and Director, Cinema
IHS Screen Digest

Bogota, October 2012
2ND International Conference on Film Digitisation



has
acquired

screendigest

Agenda

- Where are we now?
- Rates of progress and areas to convert
- Standards
- Upside for exhibitors
 - 3D
 - Alternative Content
 - Flexibility and access to content
- Business model
 - VPF at the heart of most
- The end of 35mm
- Electronic distribution

Digital cinema is no longer niche: 60%+ of global screens converted

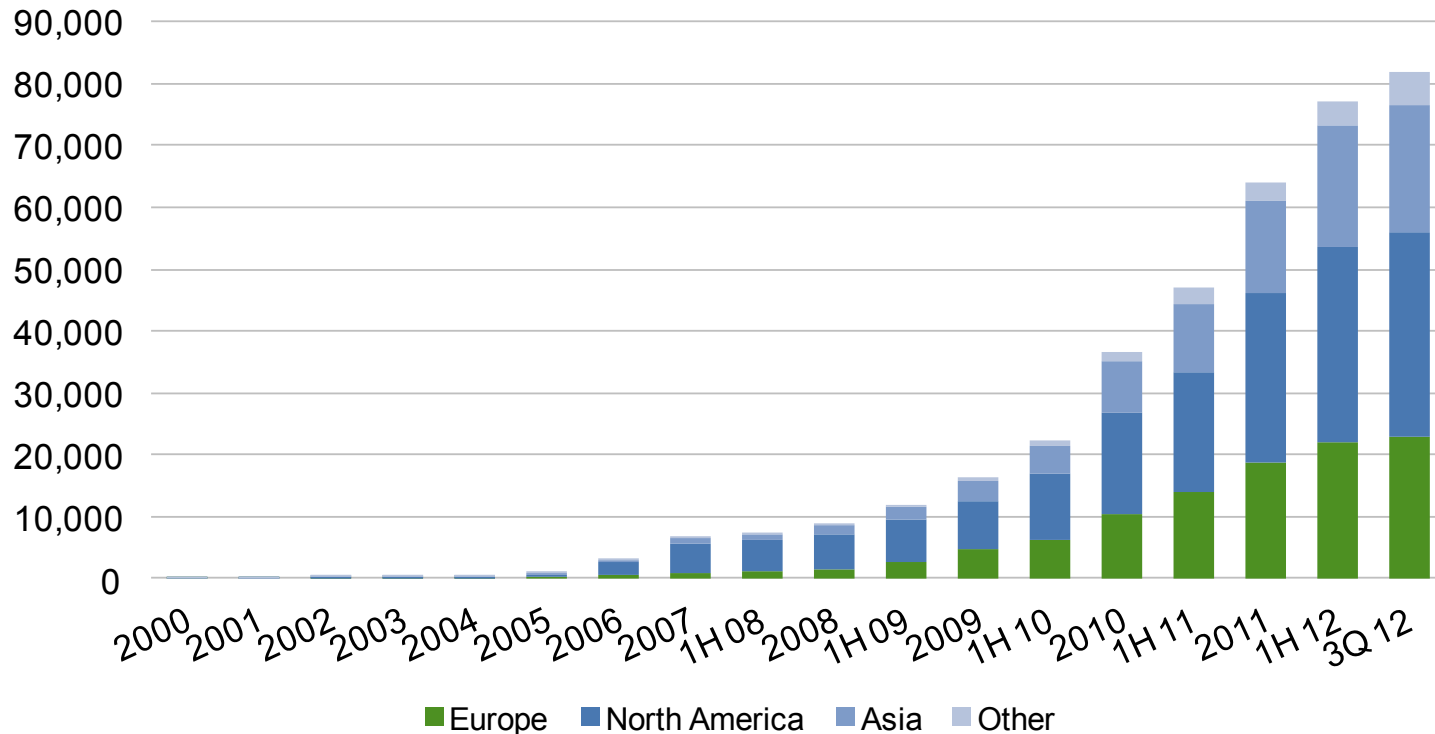


has
acquired

screendigest

- North America accounts for 40.9% of global d-screen base
- Asia overtakes Western Europe in d-screen numbers

D-Cinema screens by world region

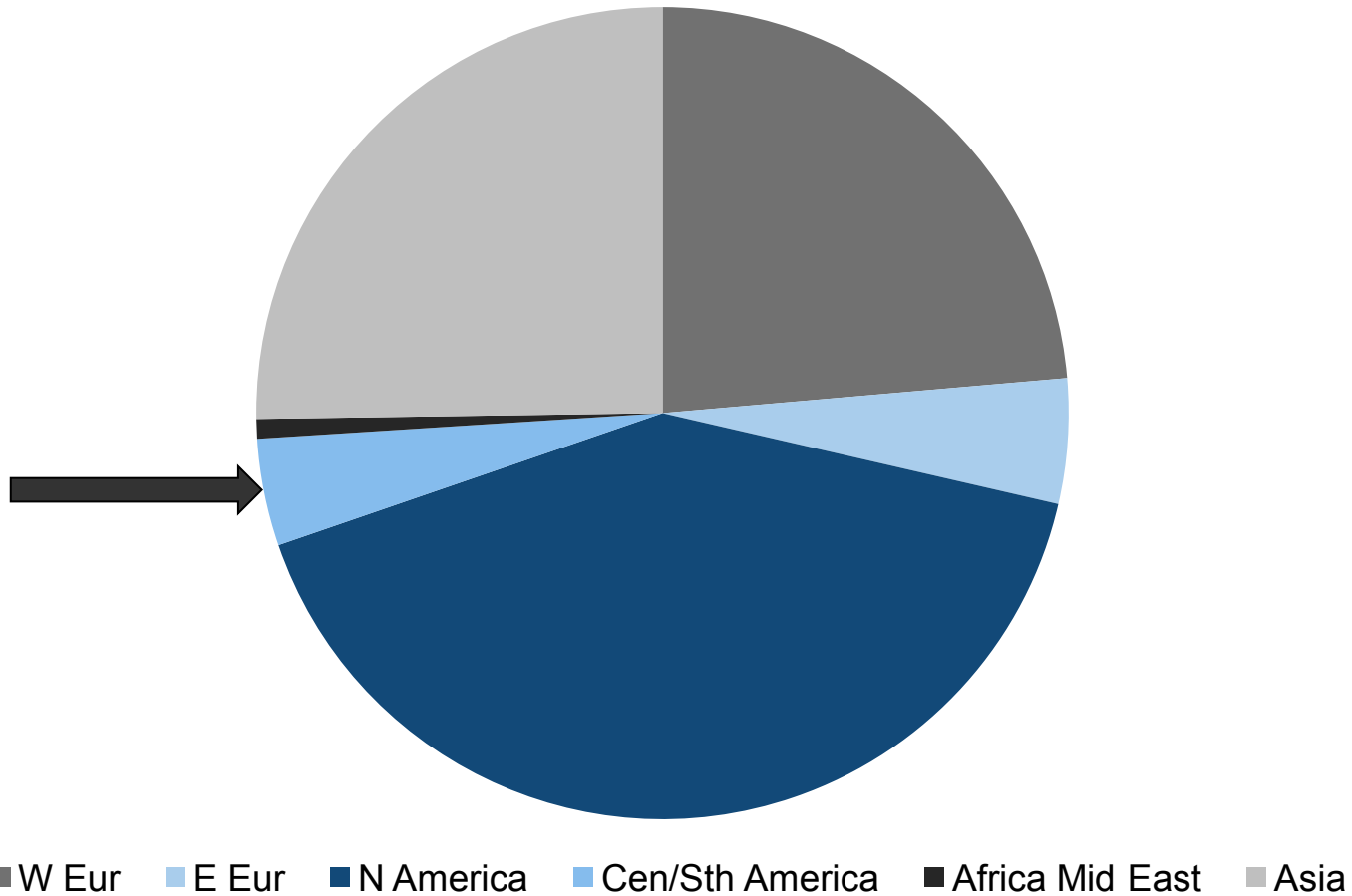


Breakdown of d-screens by region (1H 12)



has
acquired

screen Digest

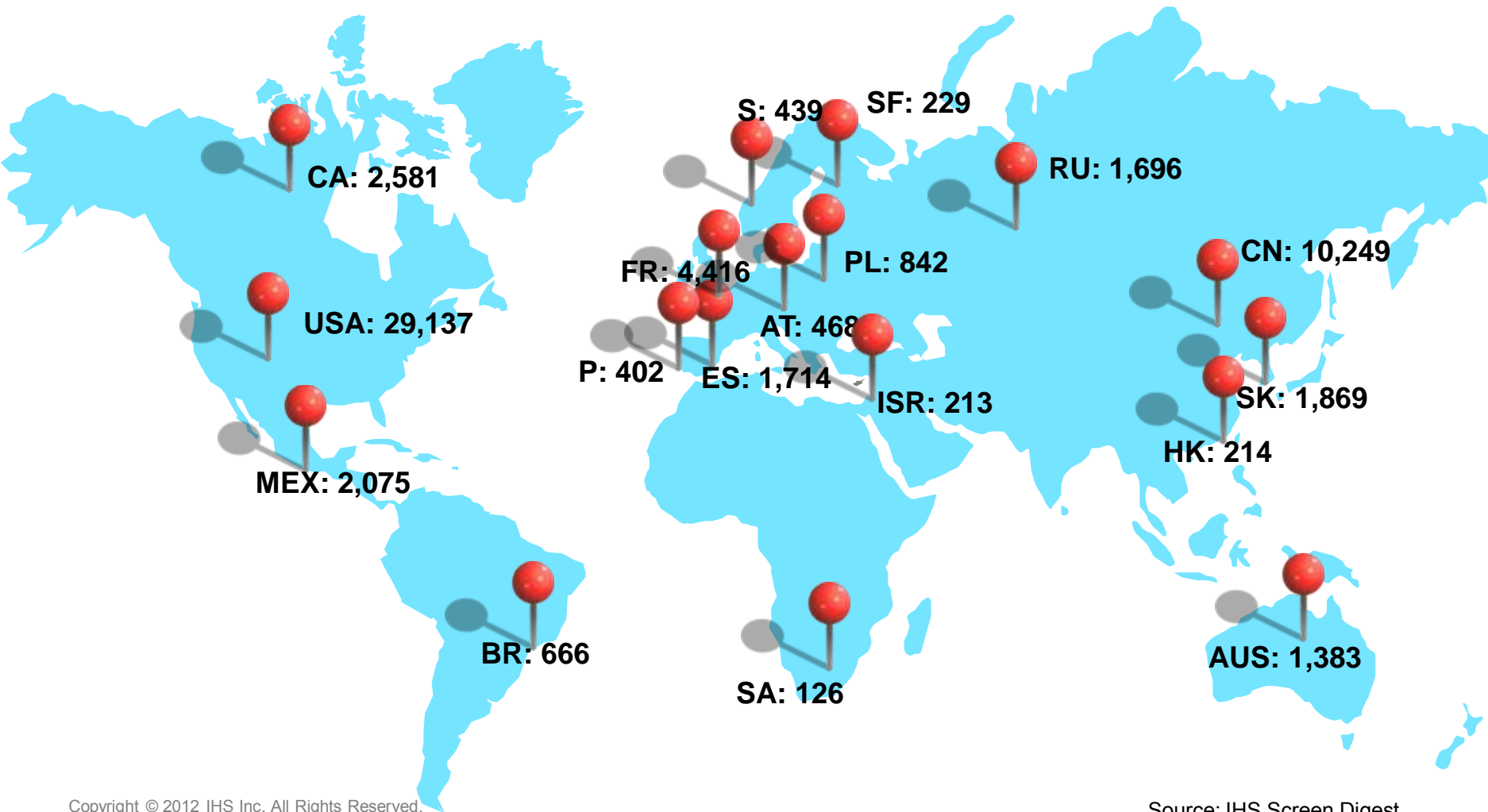


Global d-screen map 1H 2012



has
acquired

screen Digest

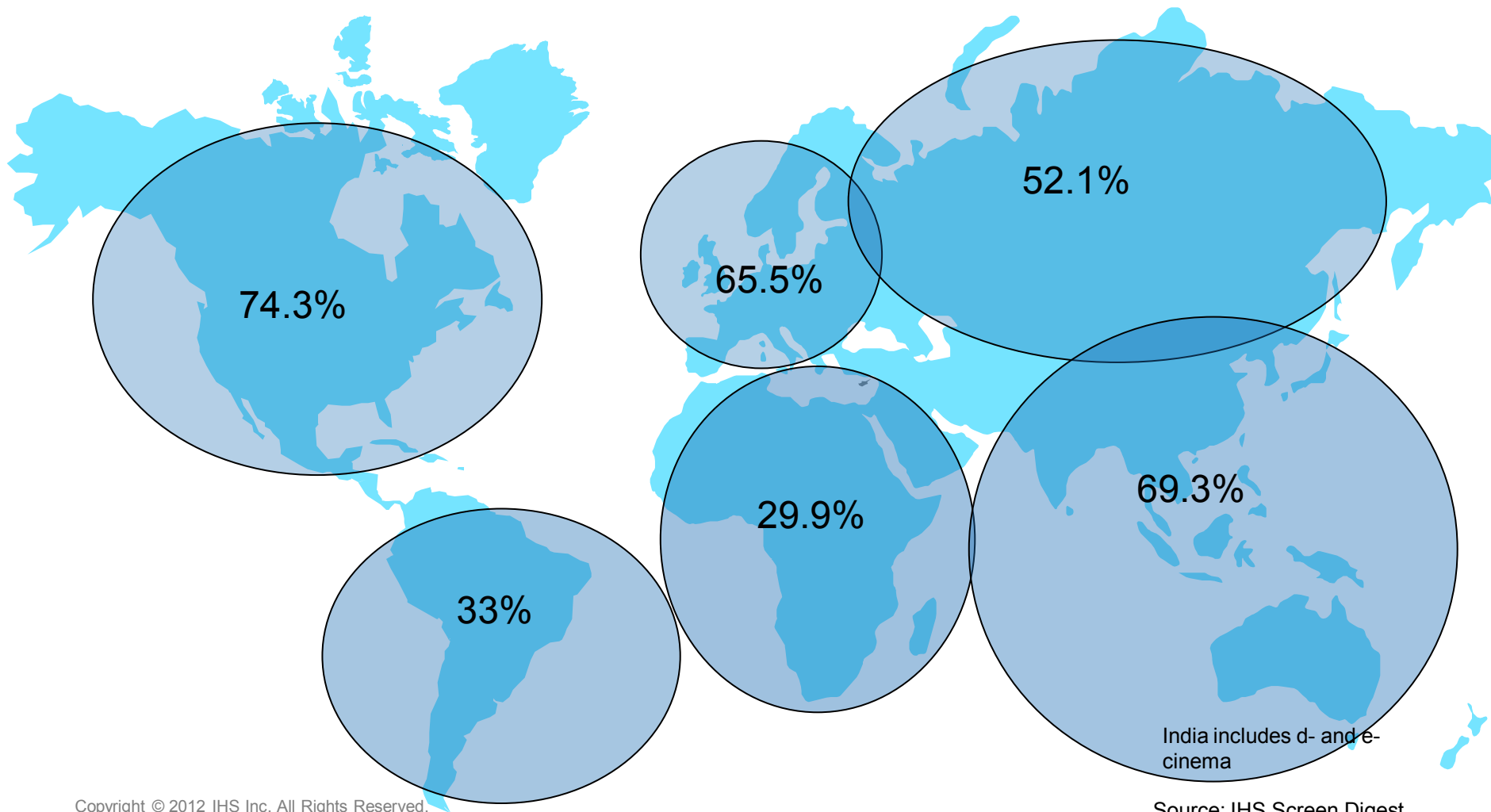


Global d-screen penetration map 1H 2012



has
acquired

screen Digest

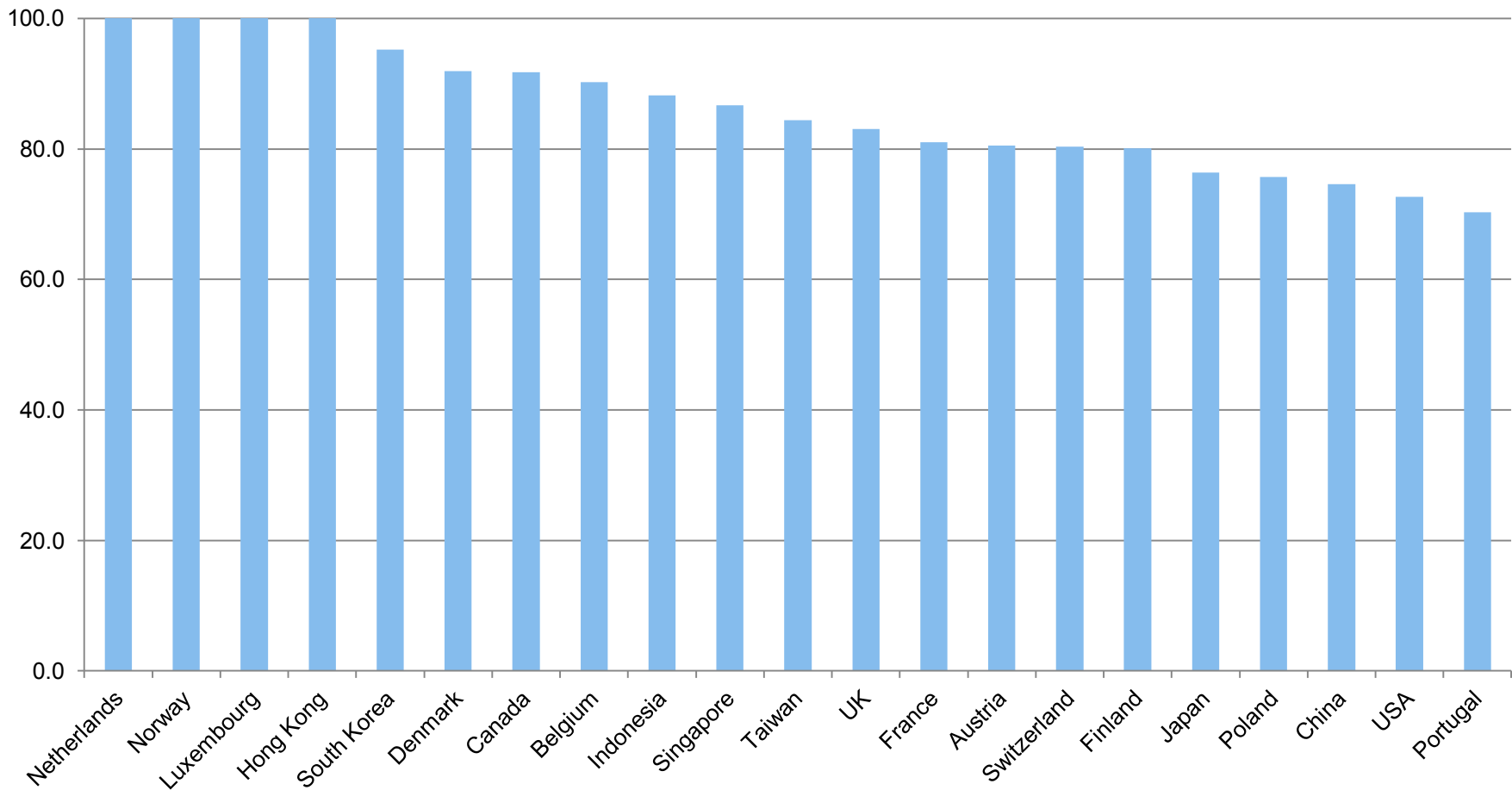


Highest penetration of d-cinema (1H 12)



has
acquired

screen Digest

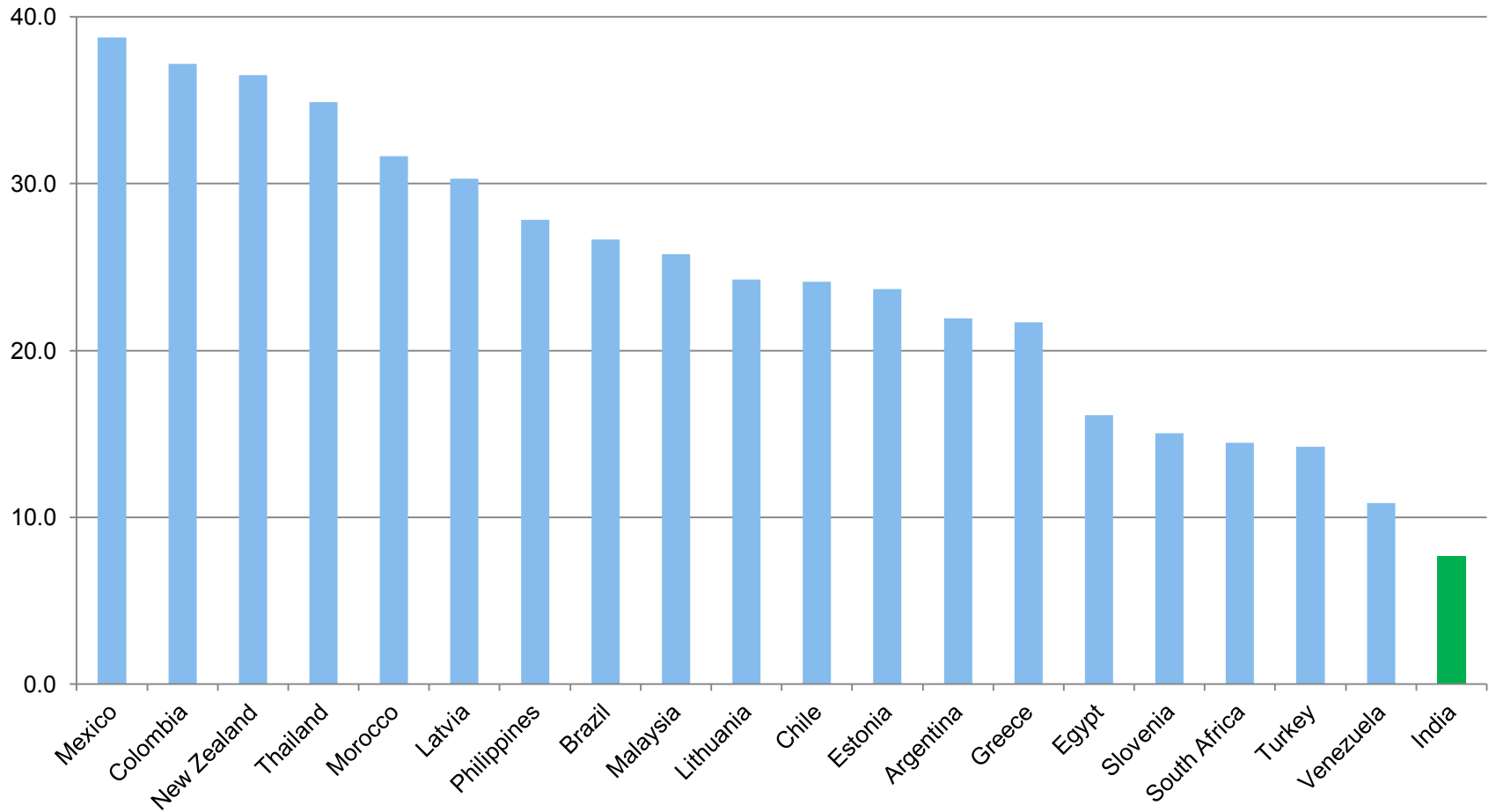


Lowest penetration of d-cinema (1H 12)



has
acquired

screen Digest

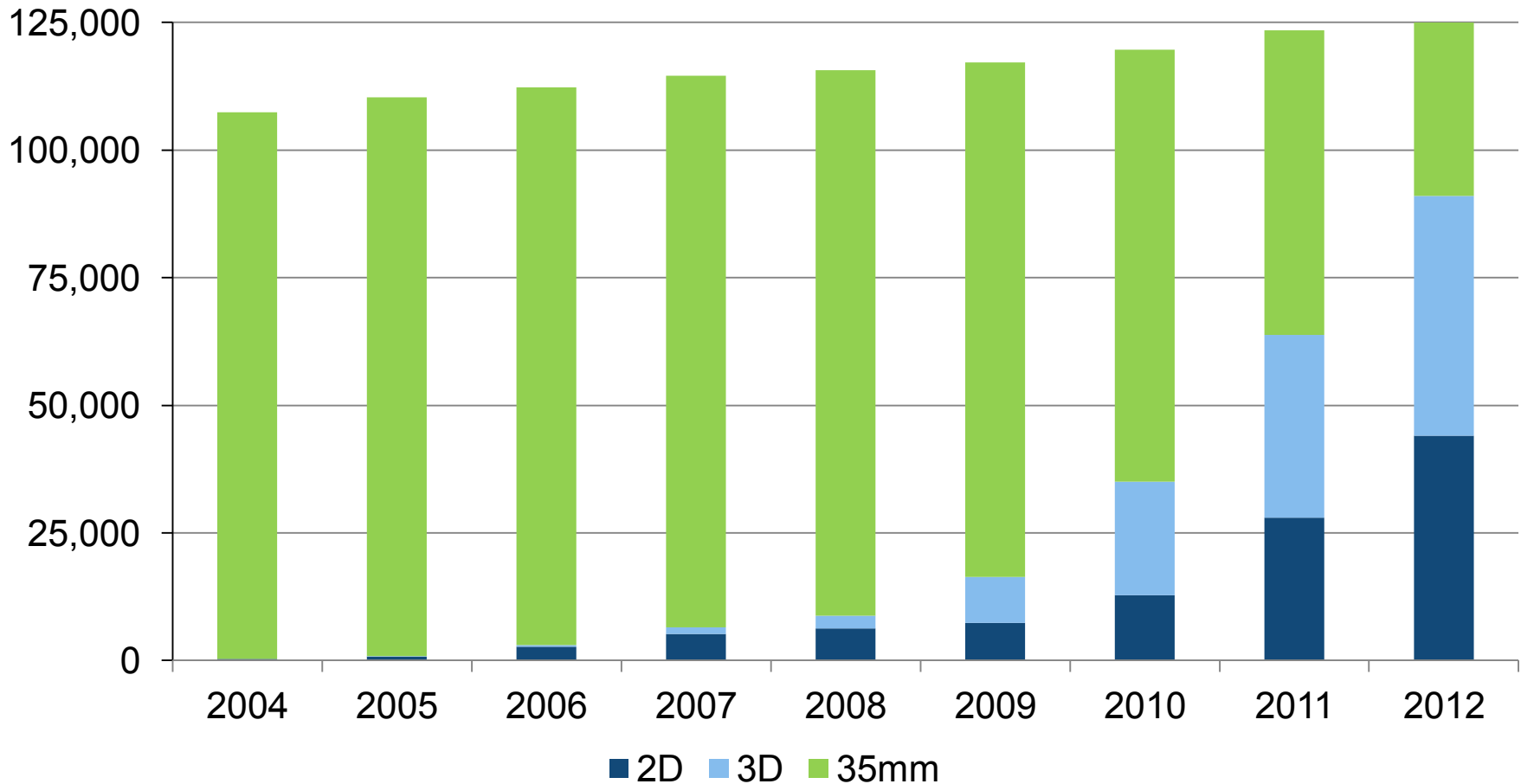




has
acquired

screendigest

The switch to digital cinema

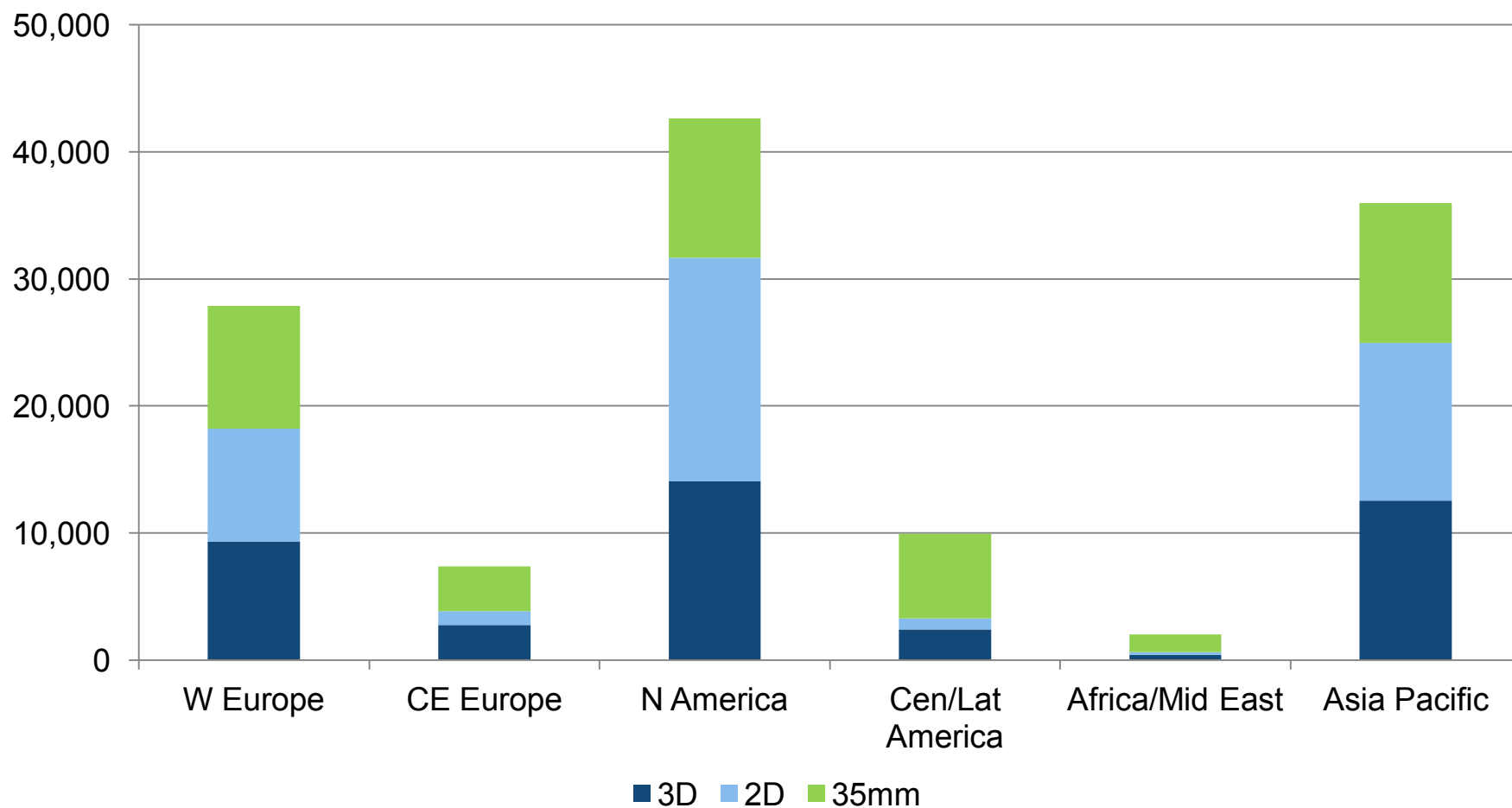


Regional screen infrastructures 1H 12



has
acquired

screen Digest

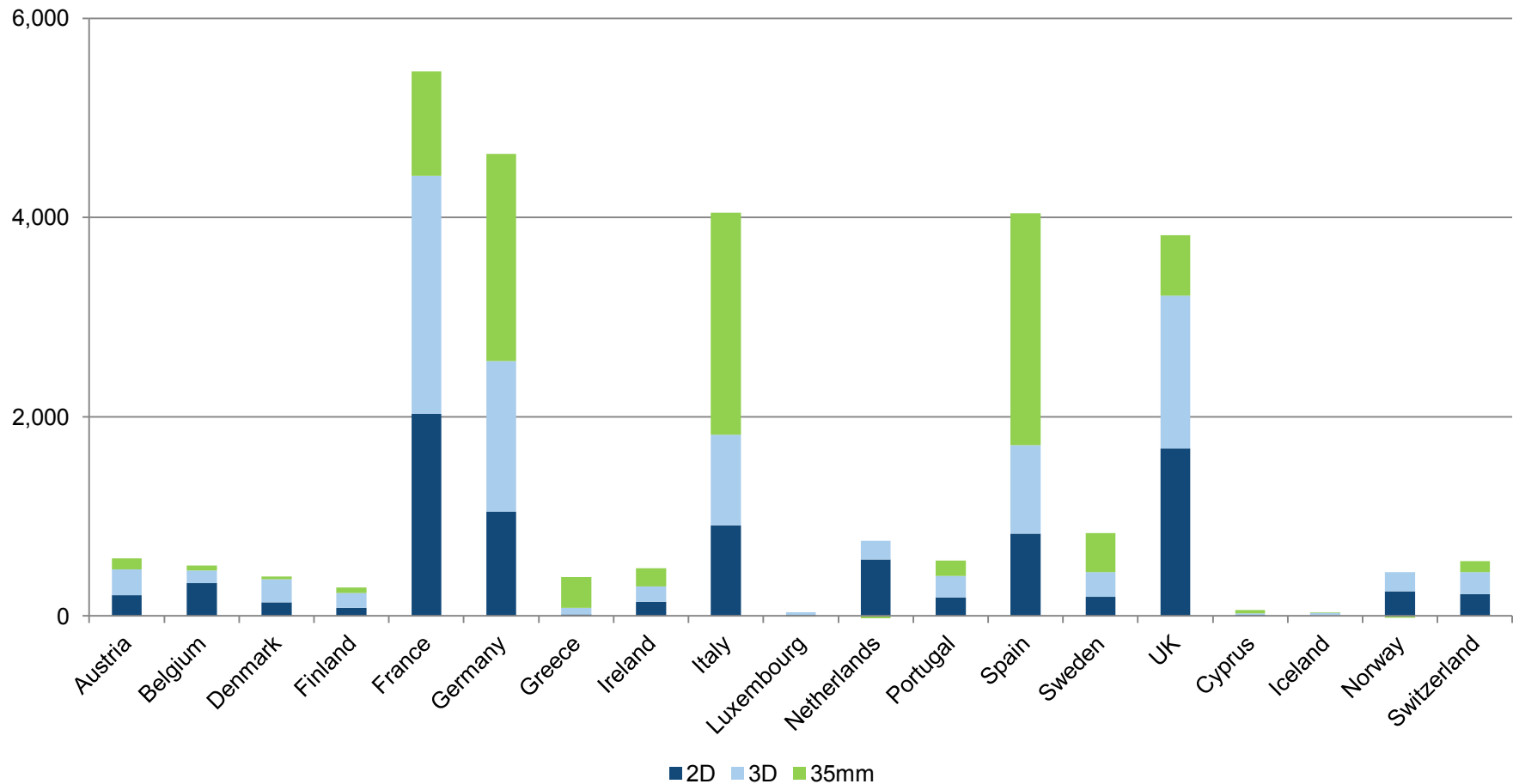


Western Europe: screen infrastructure 1H 12



has acquired

screen Digest

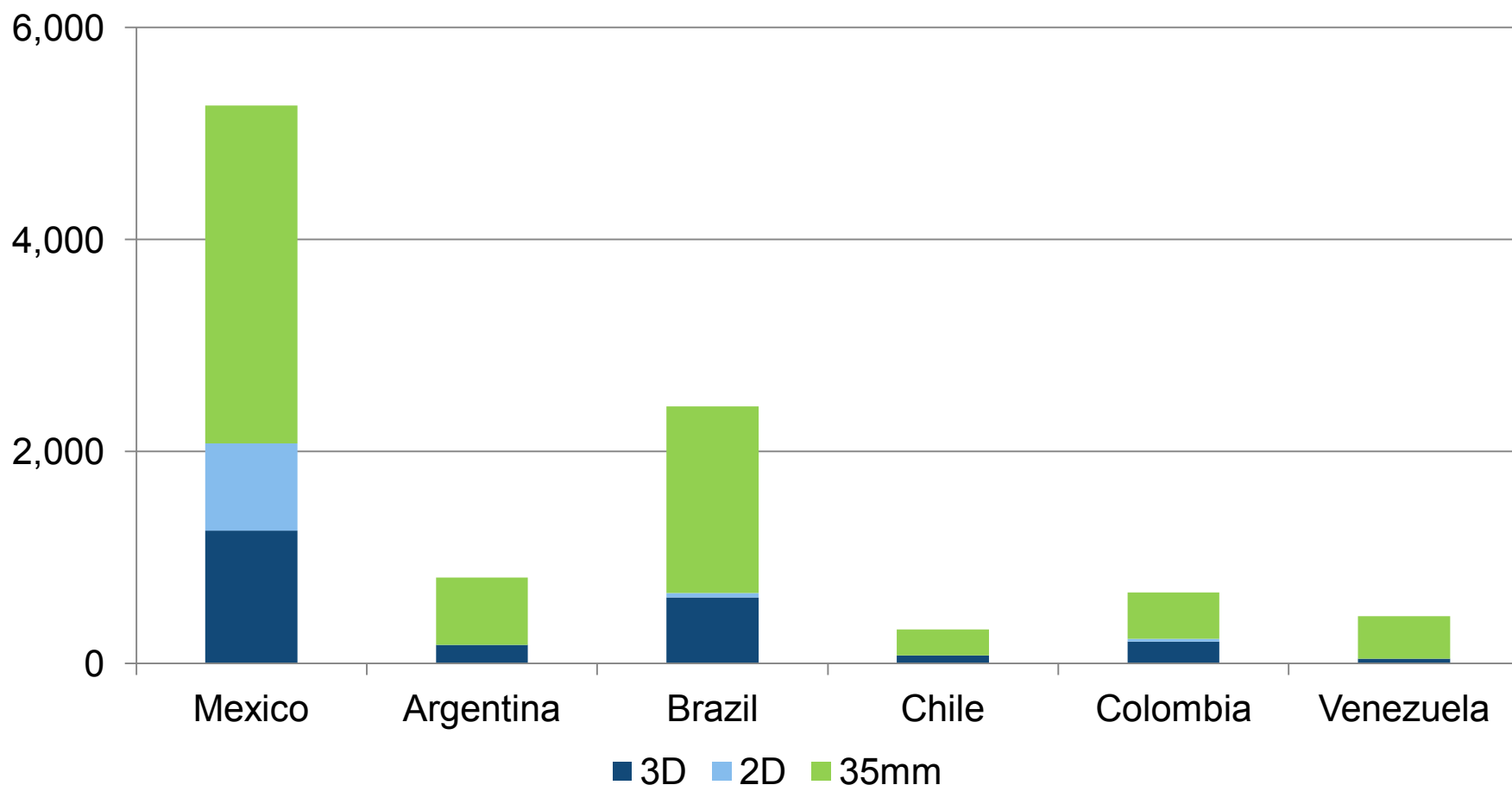


Latin America: screen infrastructure 1H 12



has
acquired

screen
digest



The importance of standards



has
acquired

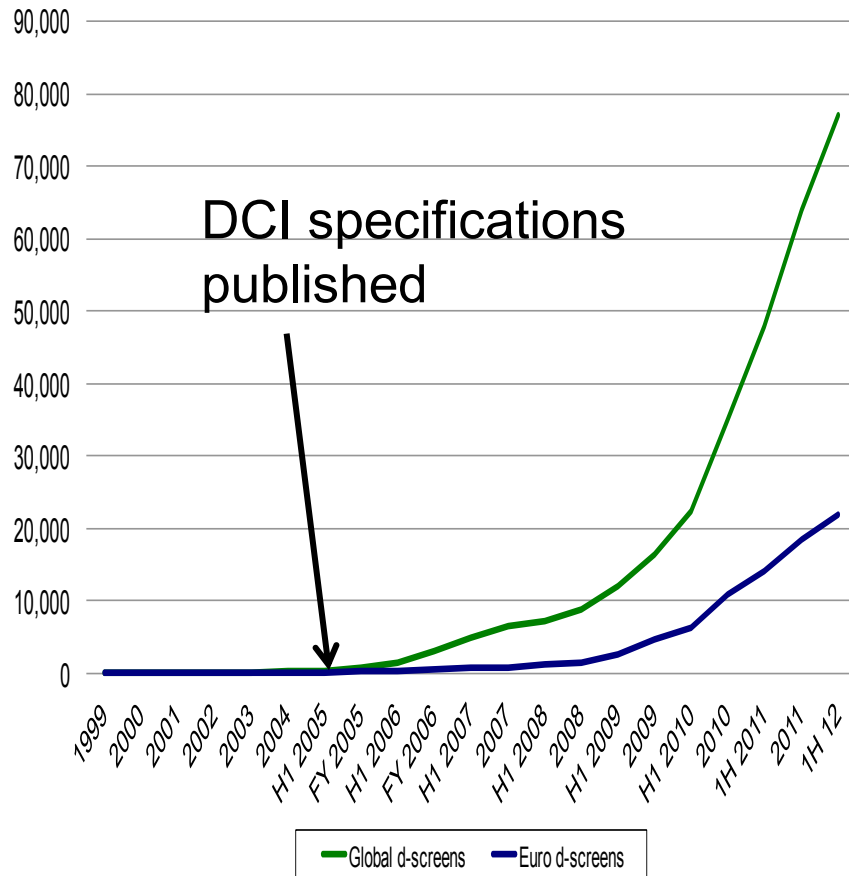
screen Digest

Standards and the importance of d-cinema



has
acquired

screen Digest



- D-cinema is the global standard for cinemas; developed by DCI but now being developed as a global standard by SMPTE into ISO
- Developed for a reason, as market was uncertain as to effects of technology obsolescence and security of content
- Once specifications were published the market began to grow
- Half of the 150 page document was taken up with security; 3D wasn't included



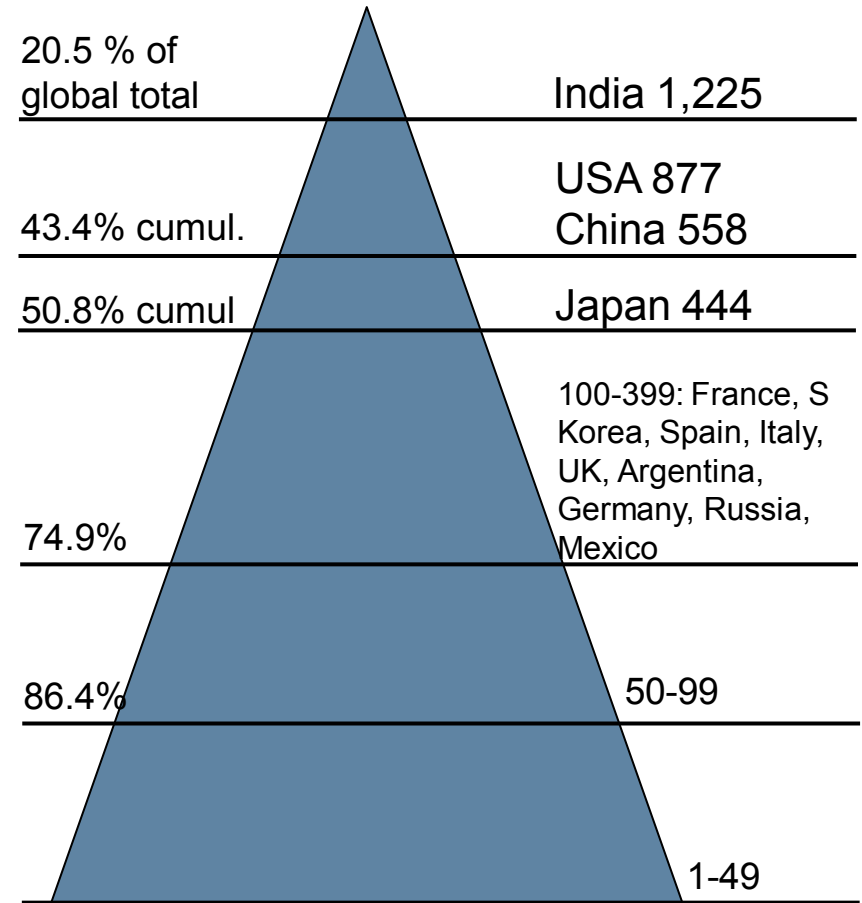
has
acquired

screen Digest

Why d-cinema

- D-cinema is the mainstream of cinema; Hollywood, producers, directors, cinematographers, distributors adhere to the global cinema standard
- Those supporting it account for over 90 per cent of global revenues
- E-cinema exists in a meaningful way in only TWO places: China and India
- China: 30,000 rural screens showing only Chinese films
- India: 5,500 networked screens showing Indian content
- E-cinema needs self-sufficiency and control of attractive content to be a viable reality
- If choose e-cinema without control of content, exhibitors will suffer
- But could work for those used to showing DVD eg part-time cinemas, film clubs...

Feature film production



The upside for cinema exhibitors



has
acquired

screen Digest

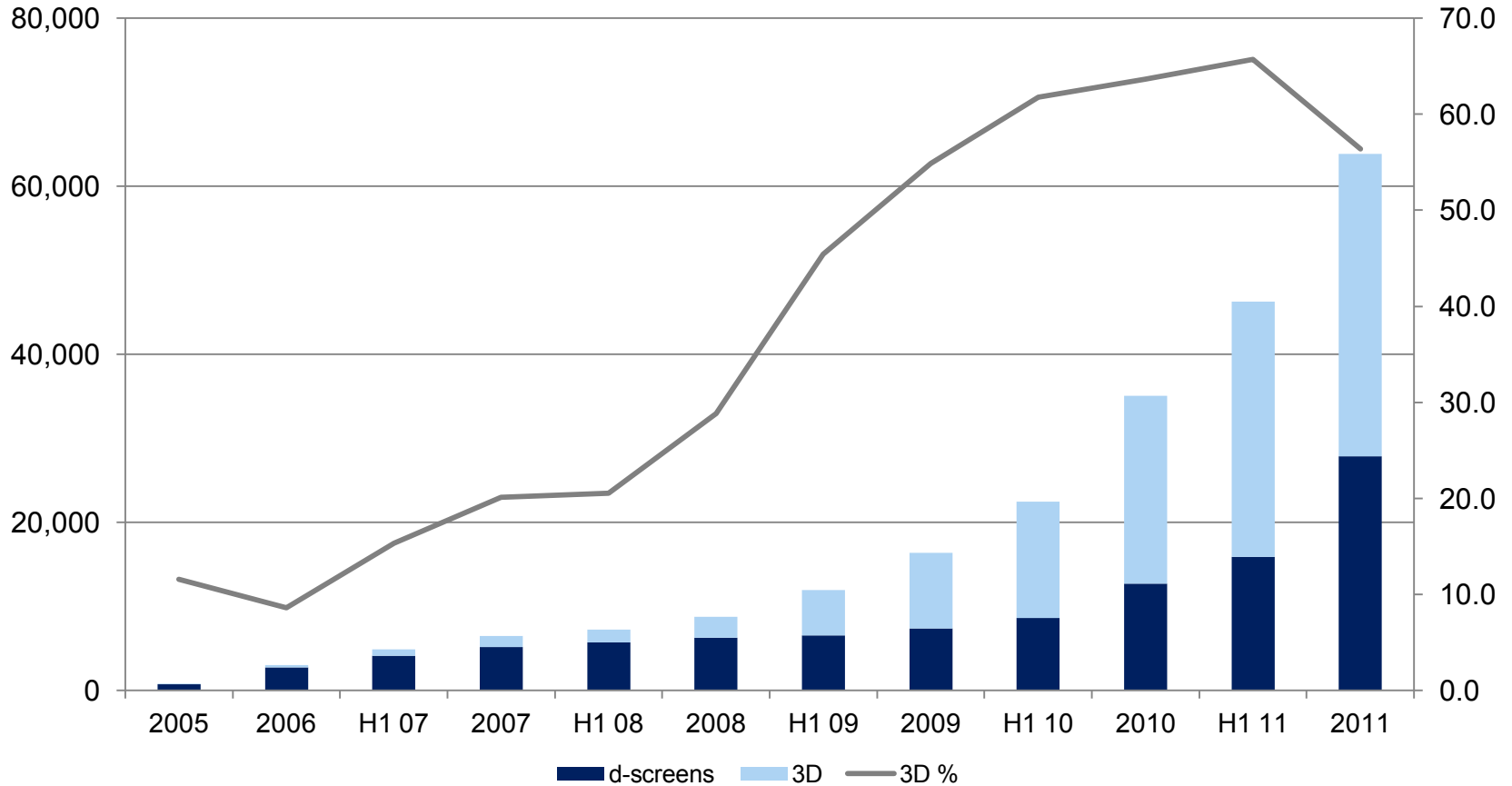
- **3D**

3D screens growing but 2D catching up



has acquired

screen Digest



Digital cinema roll-out in advanced stages

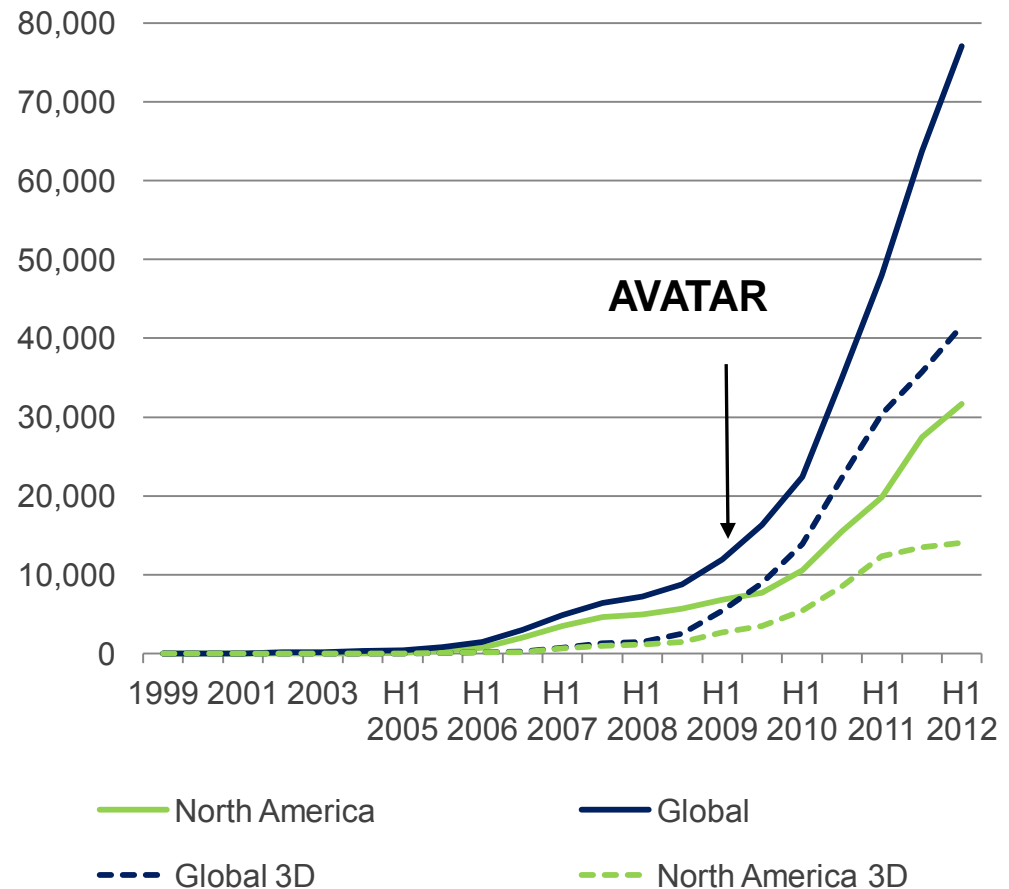


has acquired

screen Digest

- Majority of modern screens now converted worldwide: 60% conversion rate
- Post-3D momentum (or 2D) roll-out now being completed in earnest
- Just over 50% of world d-cinema screens are also 3D enabled, a decline from a 65% contribution one year prior
- North America houses over 30,000 d-screens, of which 44% are 3D, below world average

Digital and 3D screens: World vs N America



International 3D momentum remains strong

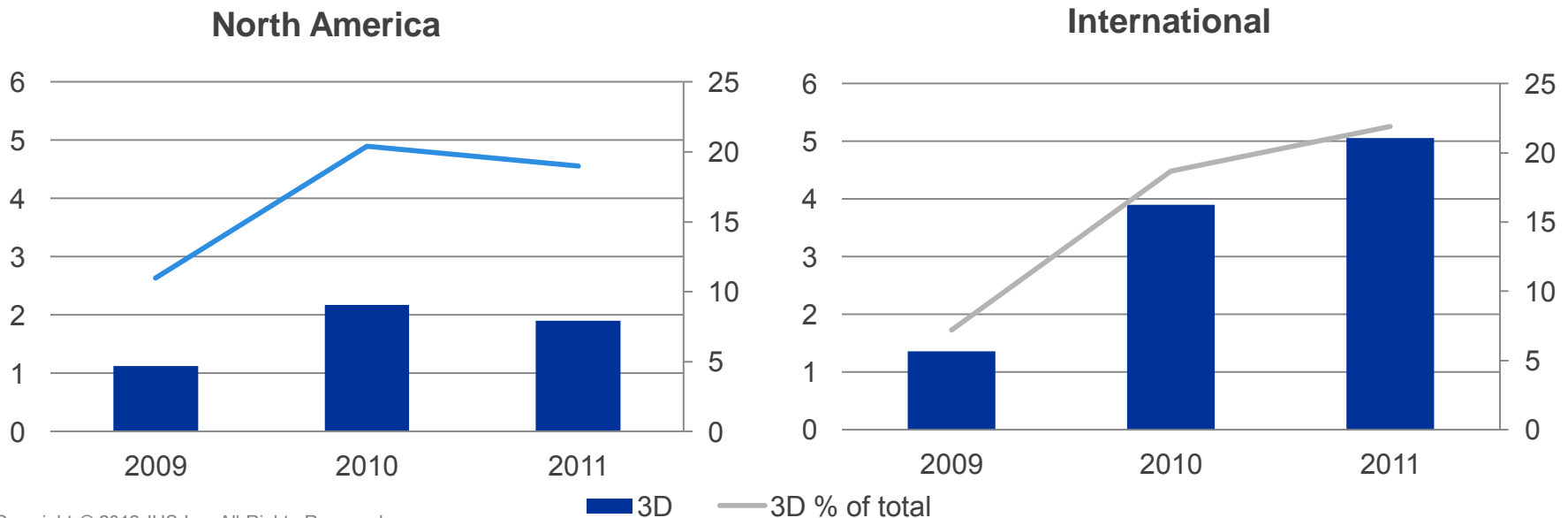


has acquired

screen Digest

- International accounted for over 70% of global 3D box office revenues in 2012
- Studio product still generates c.95% of International 3D BO total
- Average 3D split is 52% per title in YTD 2012 down from 56% in FY 2011, and 65% in 2010
- Most successful local title was *Flying Swords of Dragon's Gate (China)*, also an Imax release
- US 3D box office worth \$1.51bn in YTD 2012, equivalent to 20% of market total

Year end 3D box office revenue \$bn



Stereoscopic 3D feature production has reached a plateau

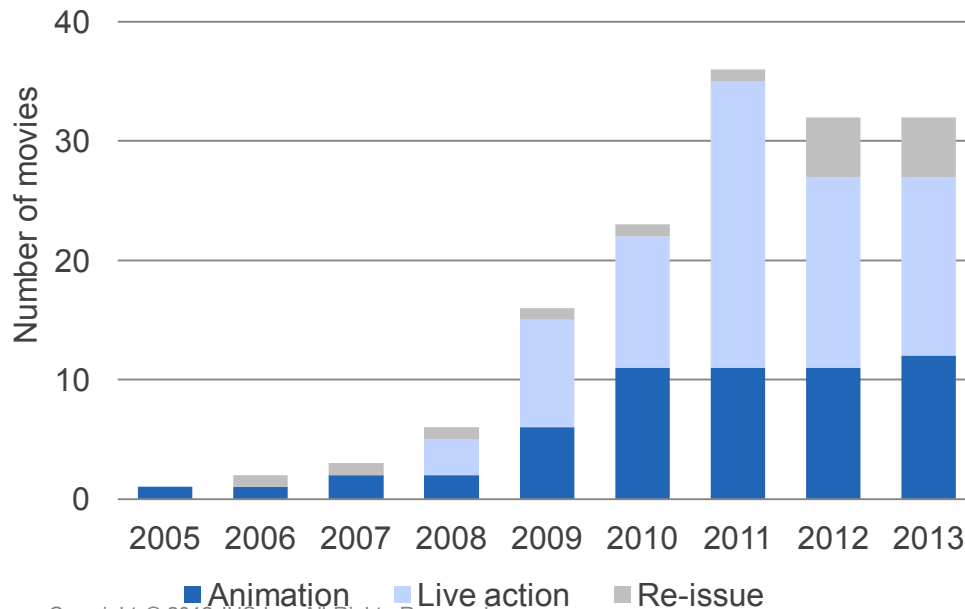


has acquired

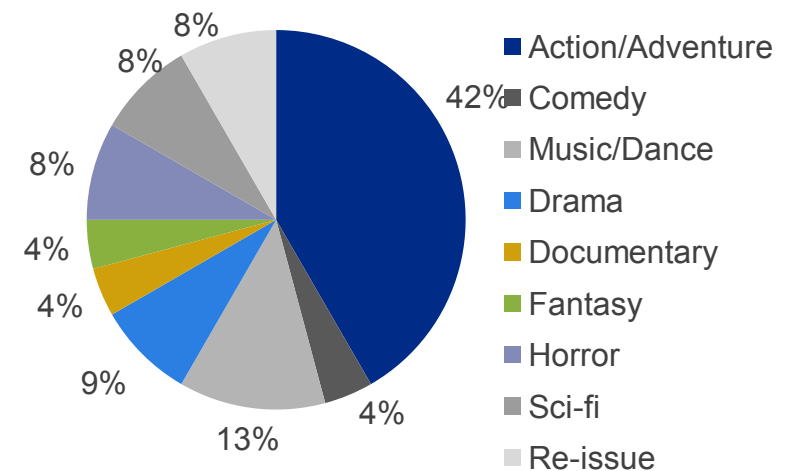
screen Digest

- 2011 marked peak in release of first-run stereoscopic titles in US market
- Earlier gold rush for 3D now subsided after more selective audience reaction
- Major catalogue re-issues now account for over 10% of theatrical 3D slate

US 3D theatrical release schedule



Studio split of Live action 3D genres 2012



Copyright © 2012 IHS Inc. All Rights Reserved.

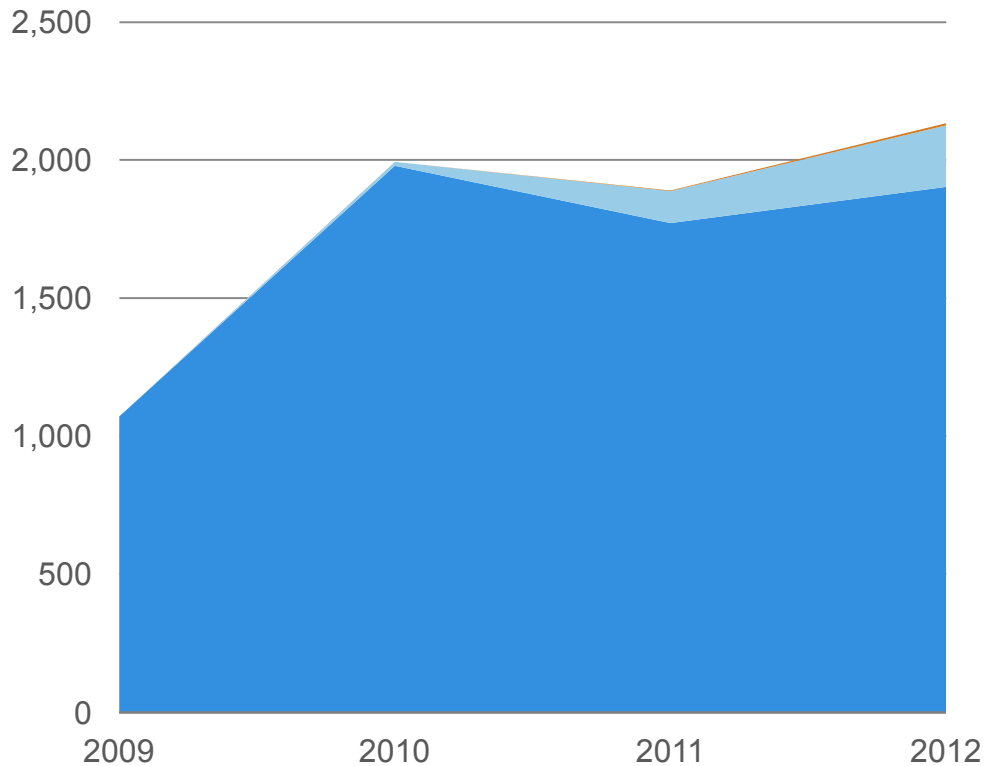
In 2012 the market for 3D returns to growth



has
acquired

screen Digest

US: Consumer spending on 3D across all platforms (\$m)



- Total US consumer spending on 3D movie content-only from cinema, video and pay TV platforms will hit \$2.1bn in 2012, up from \$1.9bn in 2011
- Cinema is by far the largest sector – 94% of market – but 3D is adding value to video and VOD channels

■ Cinema 3D

■ Blu-ray 3D

■ VOD 3D

Copyright © 2012 IHS Inc. All Rights Reserved.

The upside for cinema exhibitors



has
acquired

screen Digest

- 3D
- **Alternative Content**
 - **Non-movie programming or Event Cinema**

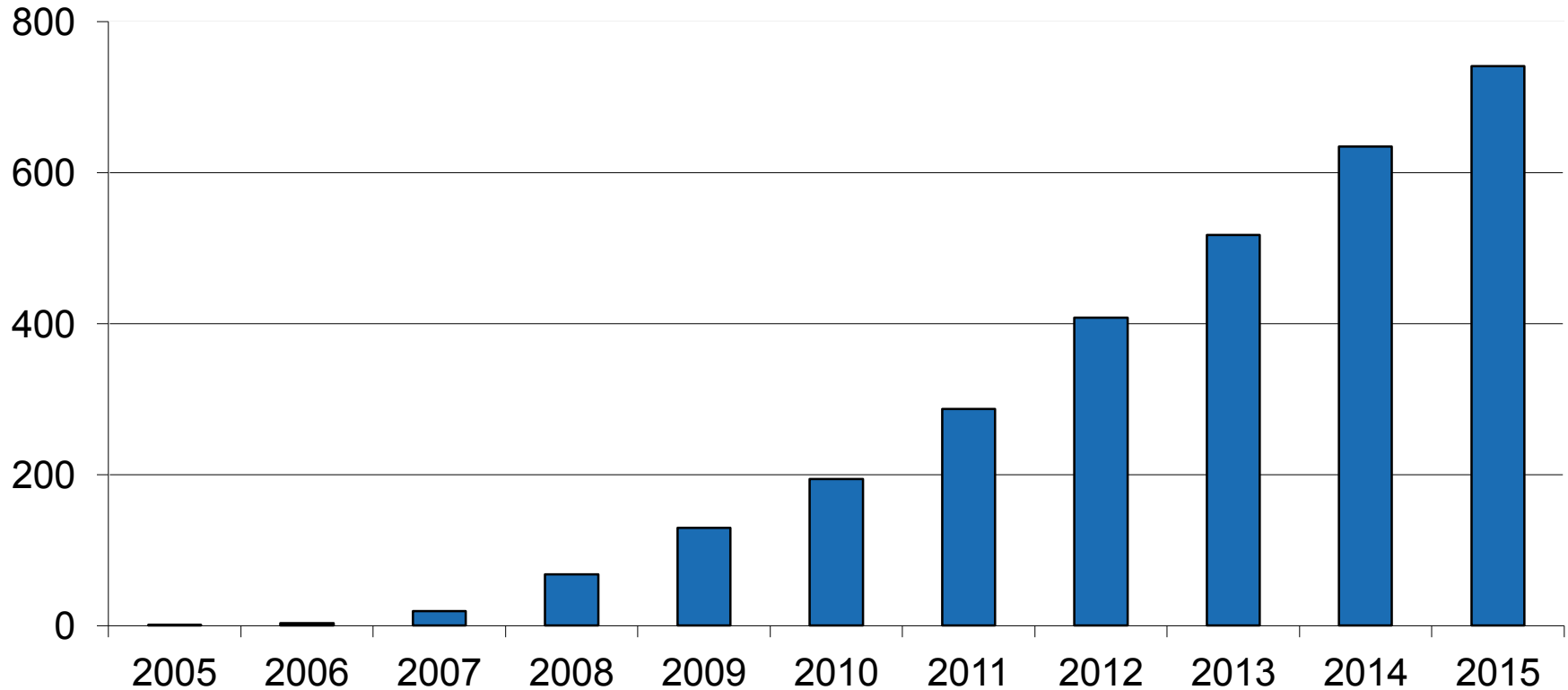
What is it worth?



has
acquired

screendigest

Global Alternative Content Revenues in \$mn



Alternative Content: the UK example



has
acquired

screen Digest

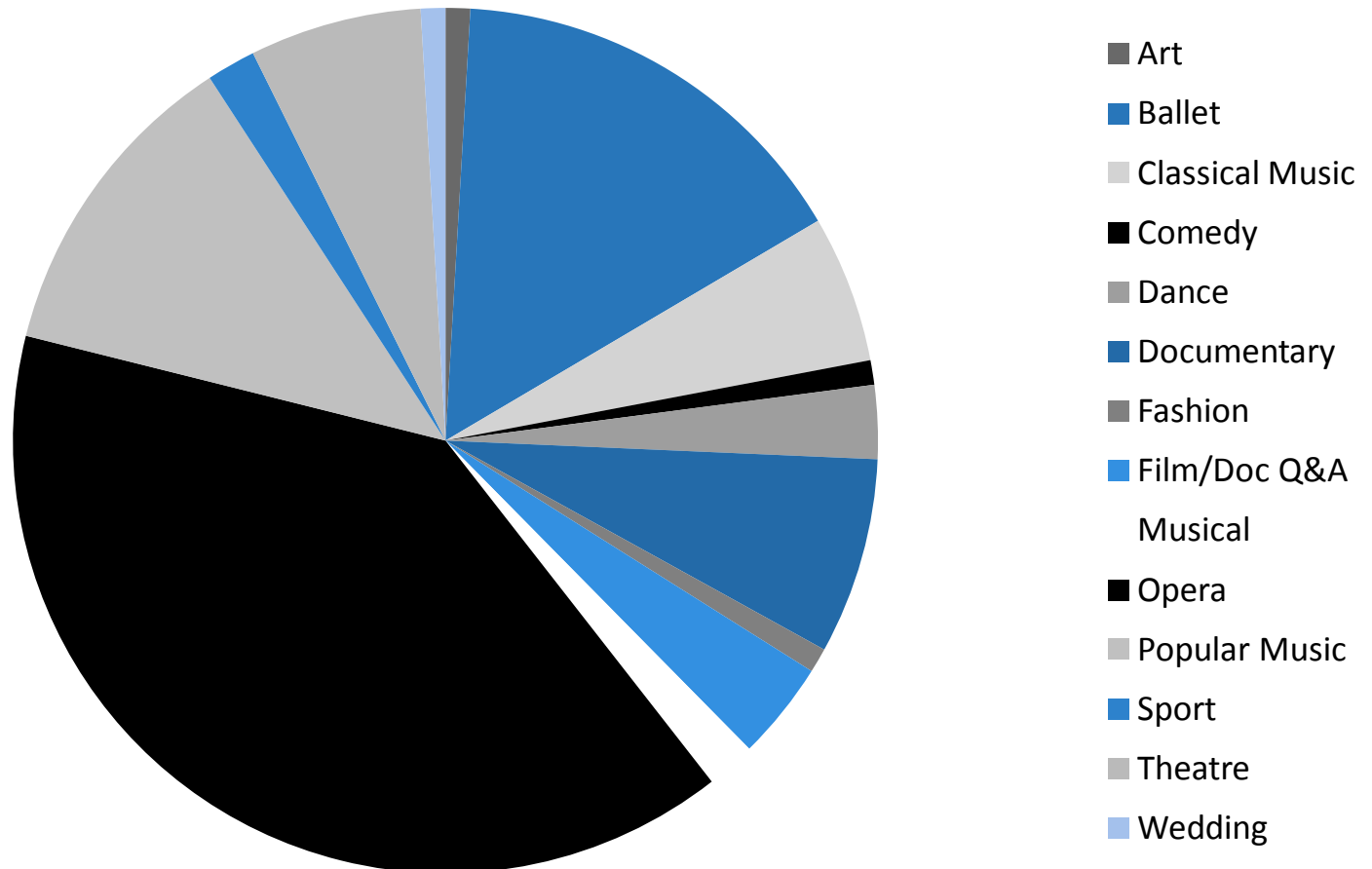
- UK Events growing – 109 in 2011 (44 in 2010)
- Opera is dominating – 39 % of all events
- Opera, Ballet and Classical Music are 61 % of all events
- Live is a premium – 65 per cent are live, but there is a business model for recorded events
- Peak months – March, October, December
- Keep away from cinema peak time – two thirds of events are Monday to Thursday.
- 3D is only 15 per cent of events
- 1% of BO in 2011; estimated 3% by 2015

Genres: Culture taking a 'pas de deux' forward (UK): 2011



has
acquired

screen**digest**




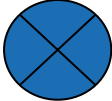



Battle of the Global Cultural brands



has
acquired

screen Digest

Alternative Content

- Conditions needed for the market to develop since 2002
- Widening of the digital screen base 
- Widening of satellite reception infrastructure for AC reception 
 - Two systems being established:
 - DCP delivery: do both
 - Alternative Content: do AC only
- Deepening of the supply of AC 
- Avoiding competition with theatrical sector 
- Rights negotiations – understanding of the model
 - Standardisation of the model
 - Rights issues are still a stumbling block 

The upside for cinema exhibitors



has
acquired

screen Digest

- 3D
- Alternative Content
- **Distribution flexibility and access to product**

Example of Norway

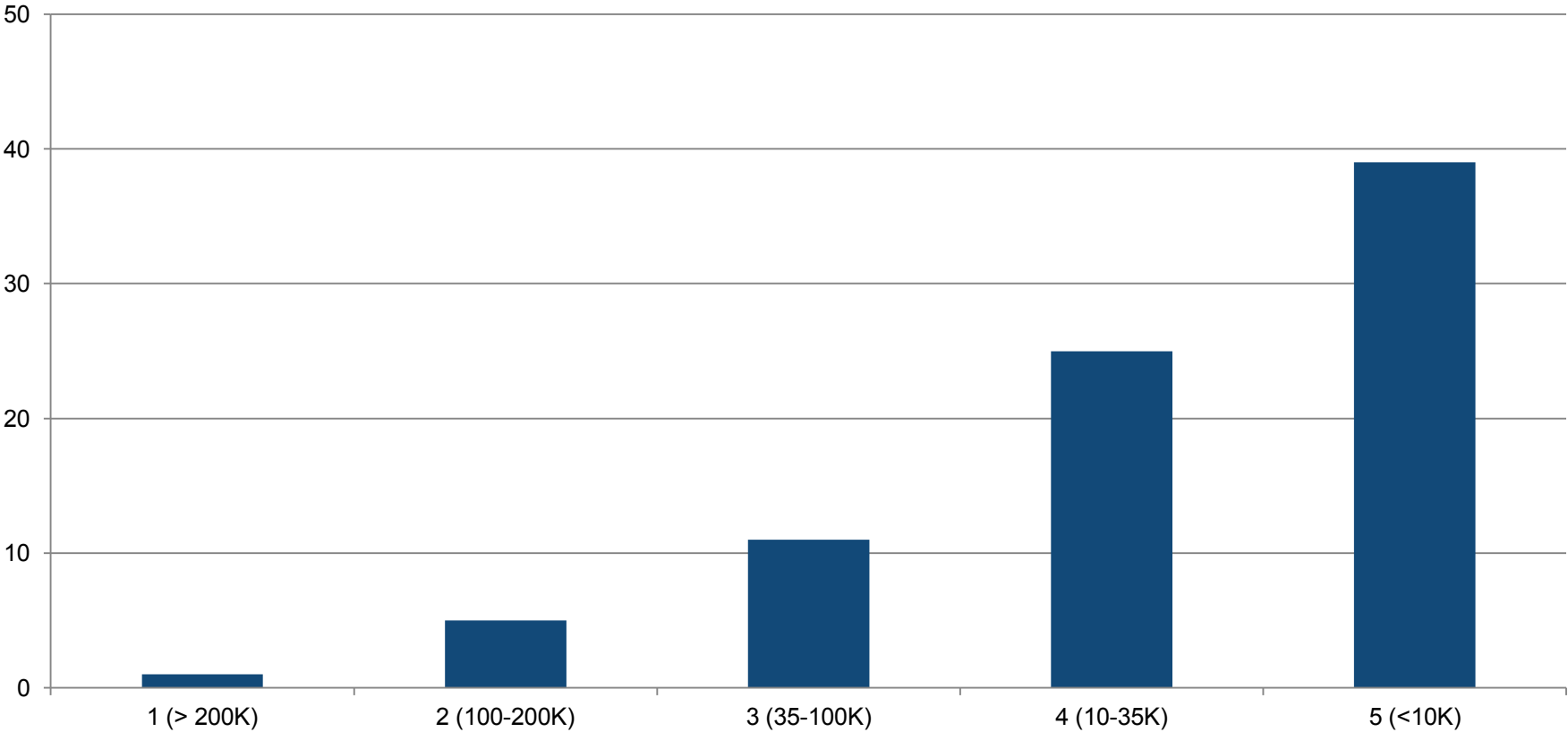
Smaller cinemas benefit



has
acquired

screen Digest

Growth in admissions for cinema types 2010 to 2011



Financing models for the digital conversion



has
acquired

screen Digest

- VPF with third party facilitator
- Public funding at a national level
- Public funding at a local/regional level
- VPF with funding group
 - Large circuits
 - Smaller cinemas
- VPF and exhibitor-financed
- 3D with retroactive 'folding' into a VPF model
- Self-financing with own investment
- Leasing model

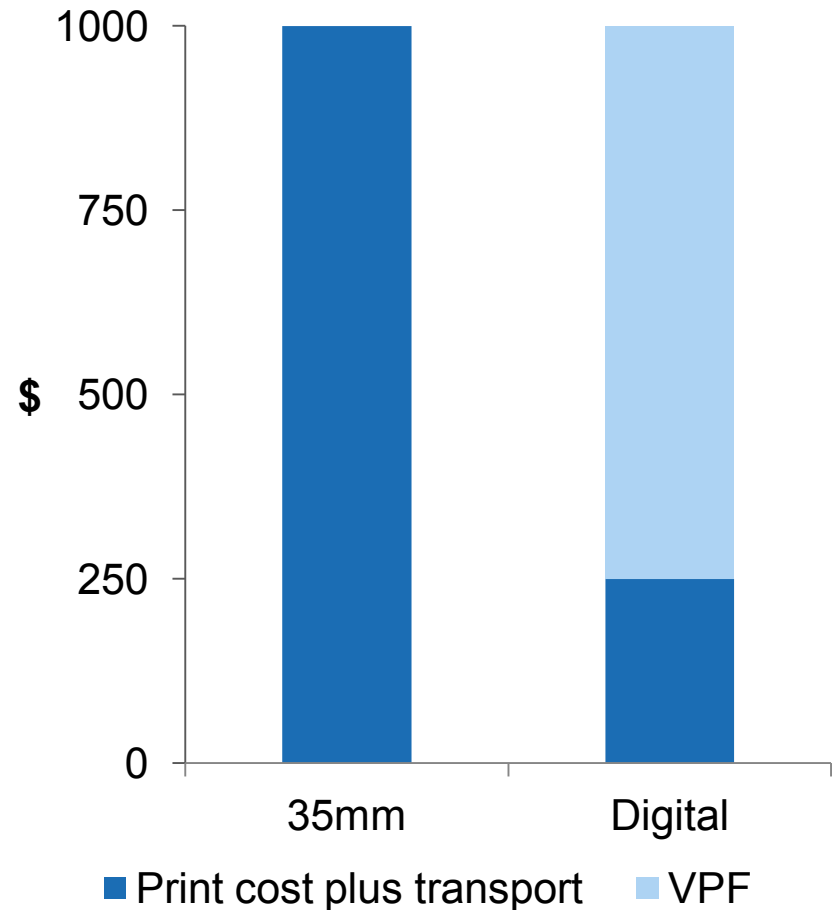


has
acquired

screen Digest

Virtual Print Fee

- It is a distributor contribution to the cost of converting a cinema
- Approx 75 per cent of overall cost
- 7-10 year contract
- Paid on first screening in a cinema (usually)





has
acquired

screen Digest

Models to suit the market

• **Model 1 and 1B**

- Payment of VPF on first screening – 1. fixed or 1B. sliding
- Week 1 and 2- Full VPF
- Week 3 – 75% VPF
- Week 4 – 50% VPF
- Week 5 + - 25% VPF
- **Alt Cont – 25 % VPF**

• **Model 2**

- Payment of VPF retroactively at Widest Point of Release (WPR)
- Suits independent distribution model
- Developed to help ‘at risk’ screens

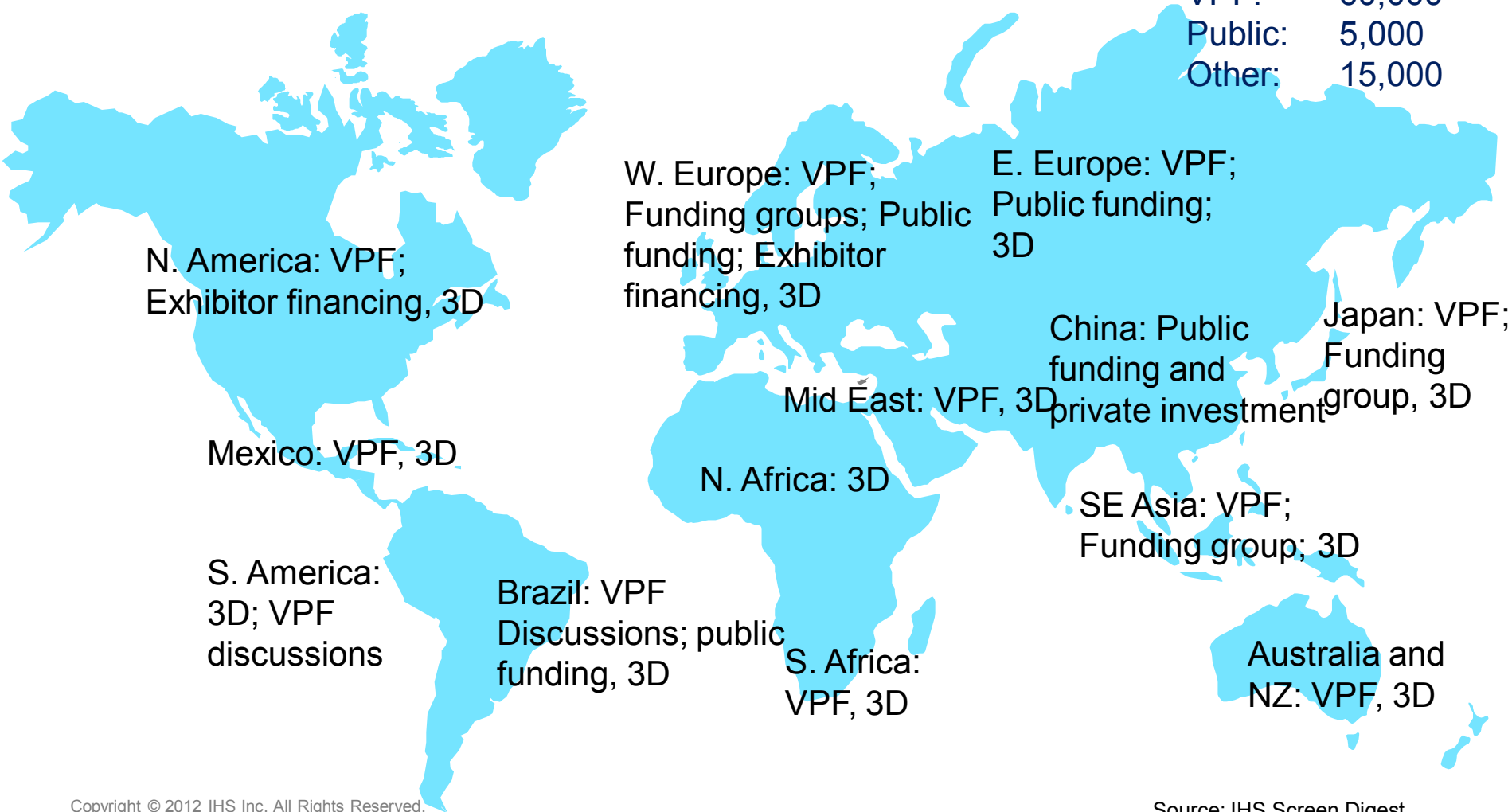
D-cinema business model map: The VPF is at the heart of most models



has
acquired

screendigest

VPF: 60,000
Public: 5,000
Other: 15,000



Electronic distribution



has
acquired

screen Digest

Latest developments in electronic distribution



has
acquired

screen Digest

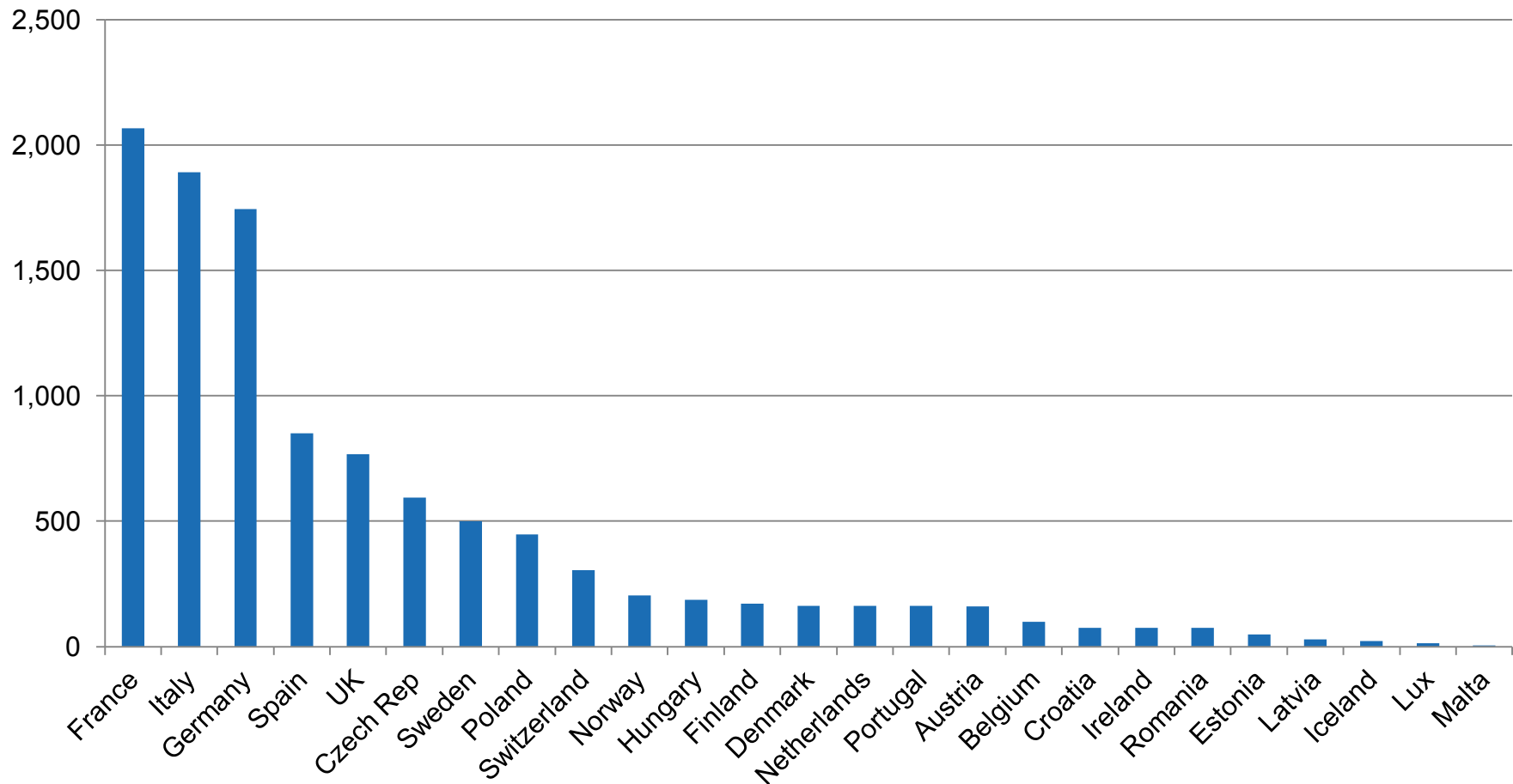
- 2nd phase of digital cinema is to achieve the electronic distribution of movies to cinemas
- Various ways into a cinema – Unlike 35mm, measured in sites not screens
 - Satellite: volume of sites is key as point-to-multipoint system
 - Has been industry assumption; works for circuits and where mono-linguistic market share sufficient sites (USA, UK, France...)
 - Fibre: Speed/cost ratio and accessibility of commercial high speed networks
 - Norway single market model; Globecast in France
 - Hard Drives: replicates old system and seems set to stay in short term
 - Known system; ‘bicycling’ makes it v cheap

Electronic distribution: potential park of cinema sites



has
acquired

screen Digest



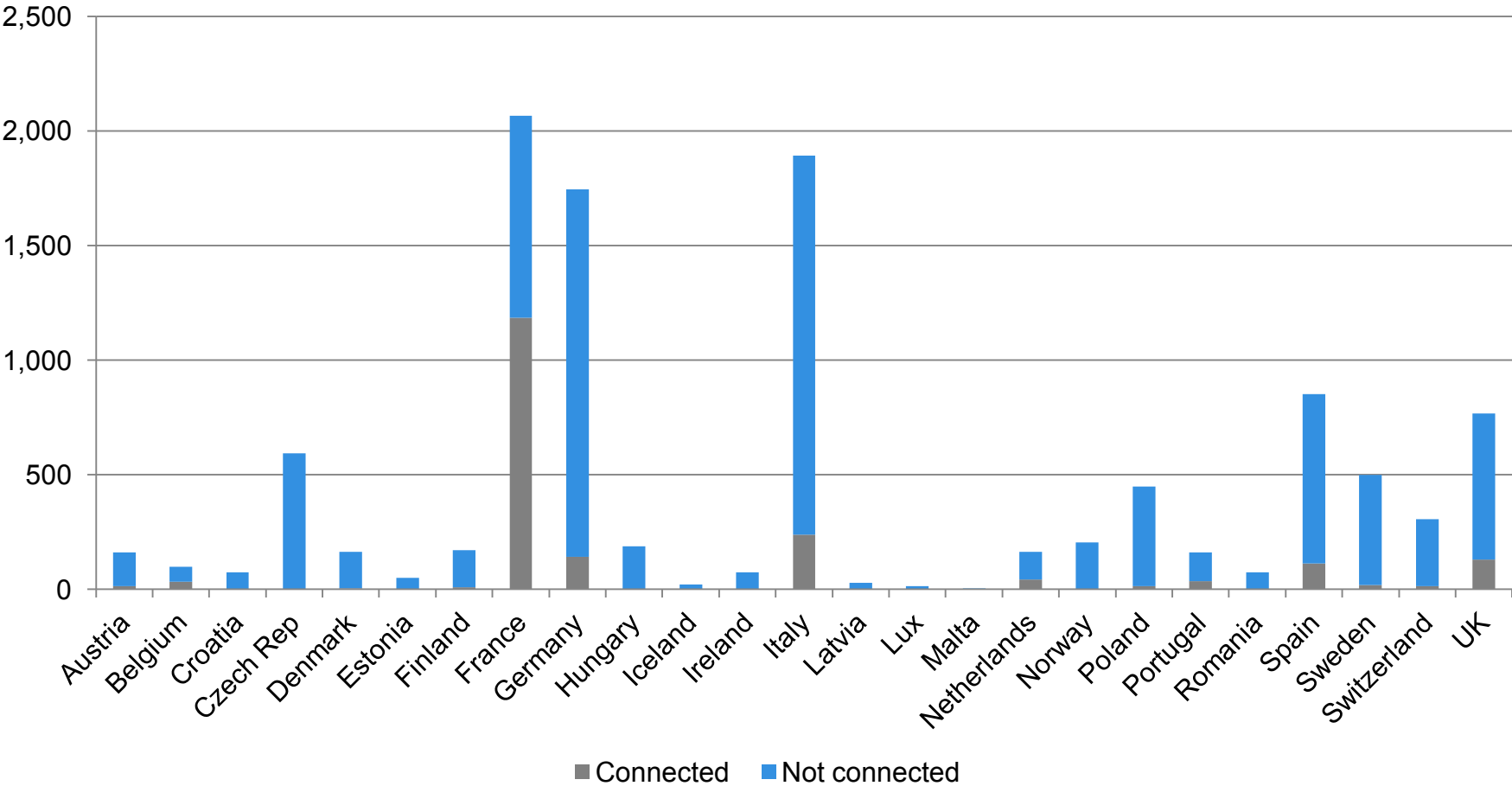
Source: IHS Screen Digest

Electronic distribution: progressing in Europe



has
acquired

screen
digest



Source: IHS Screen Digest; data is provisional and partial

The end of 35mm



has
acquired

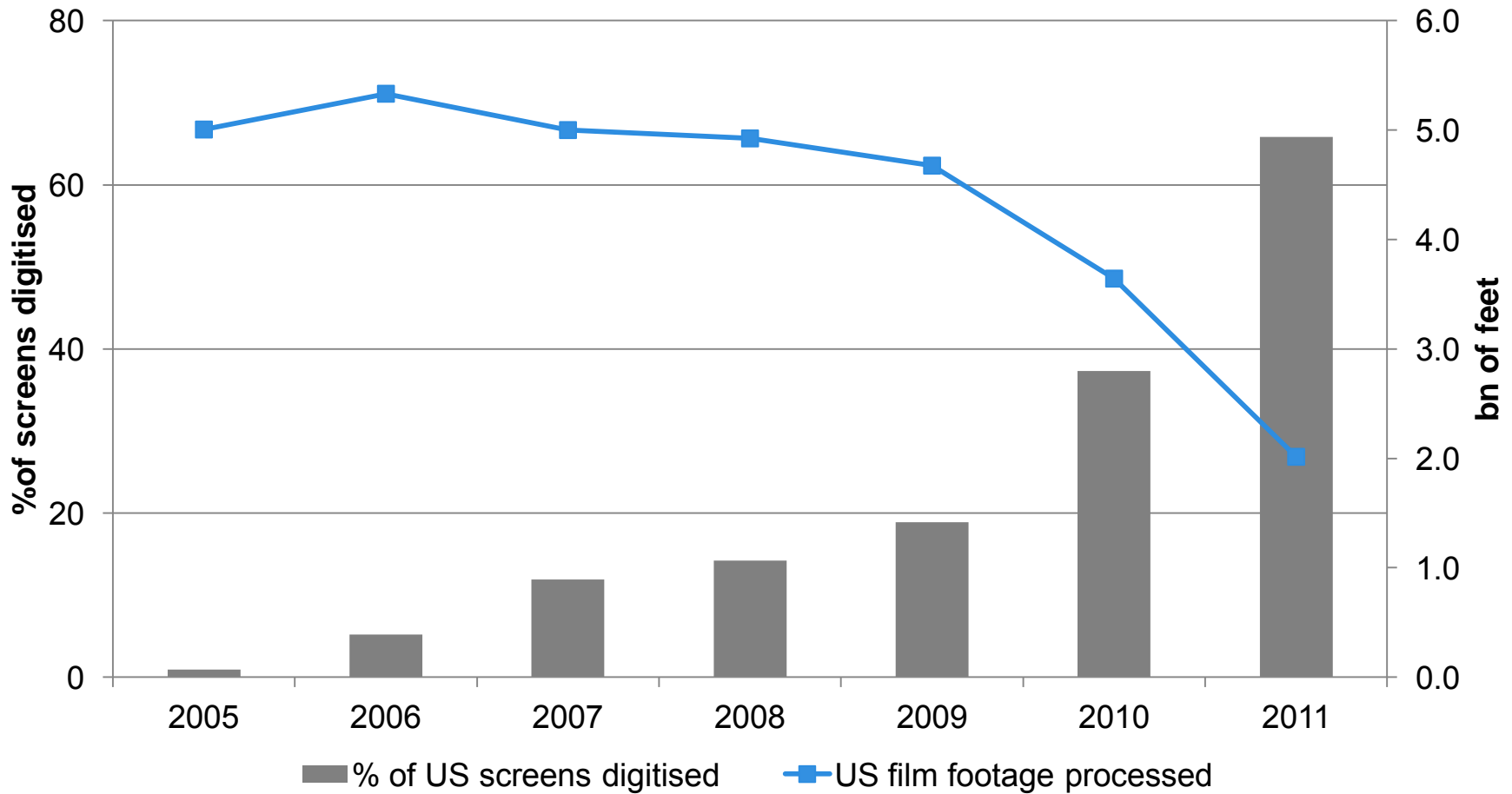
screen Digest

D-cinema reduces demand for film



has
acquired

screen Digest



Territory by territory, then regional



has
acquired

screen Digest

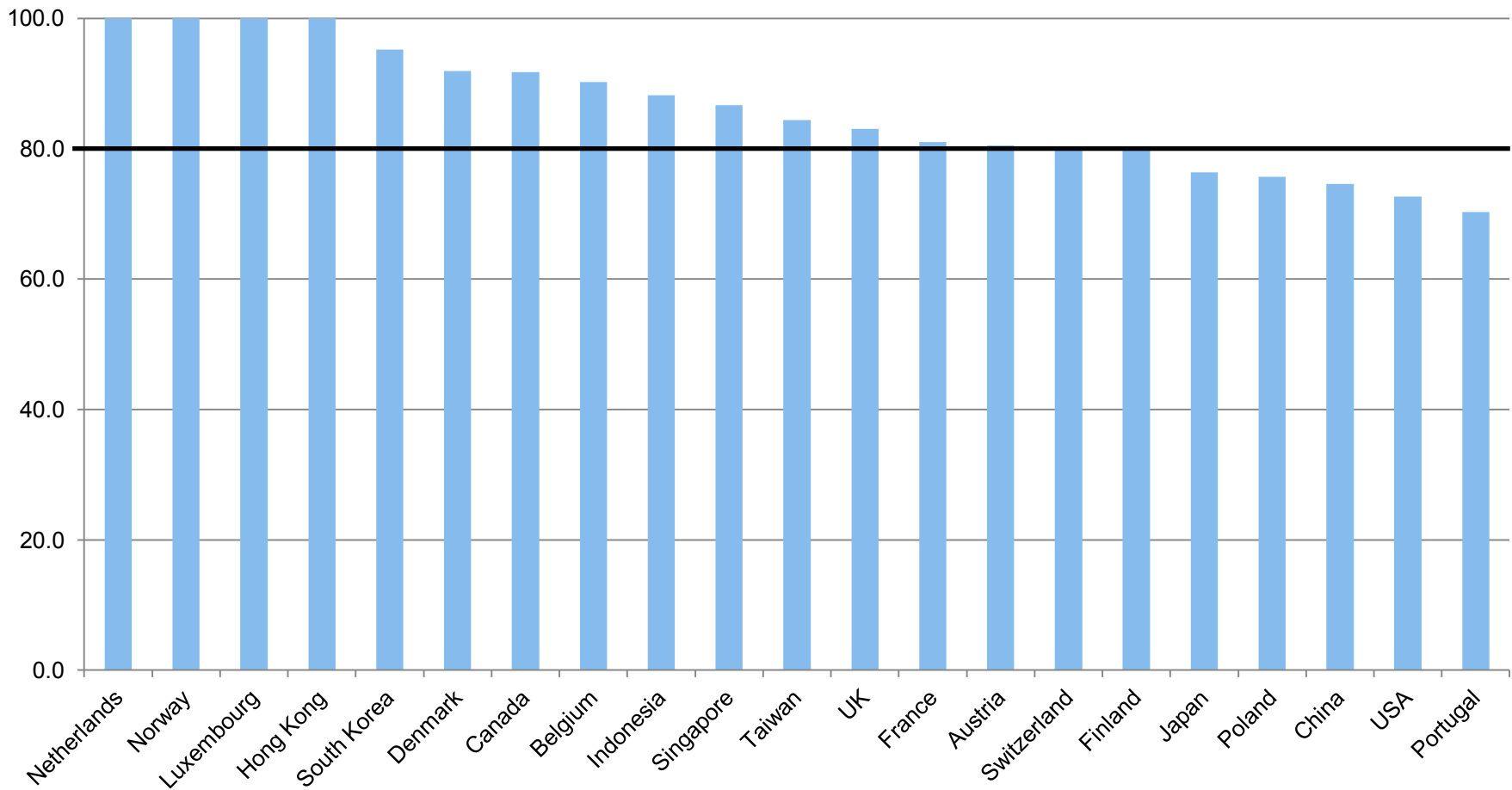
- Fox will end 35mm supply in HK/Macau from 2012
- As a territory hits 80-90 per cent digitisation, 35mm supply becomes niche and expensive
- Distributors will need to justify 35mm prints
- AS VPFs kick in, and 35mm rises in price, the logic for dual formats diminishes even further
- Once a critical mass of volume disappears in a region, then pressure is on to end 35mm in that region



has
acquired

screen Digest

Highest penetration of d-cinema

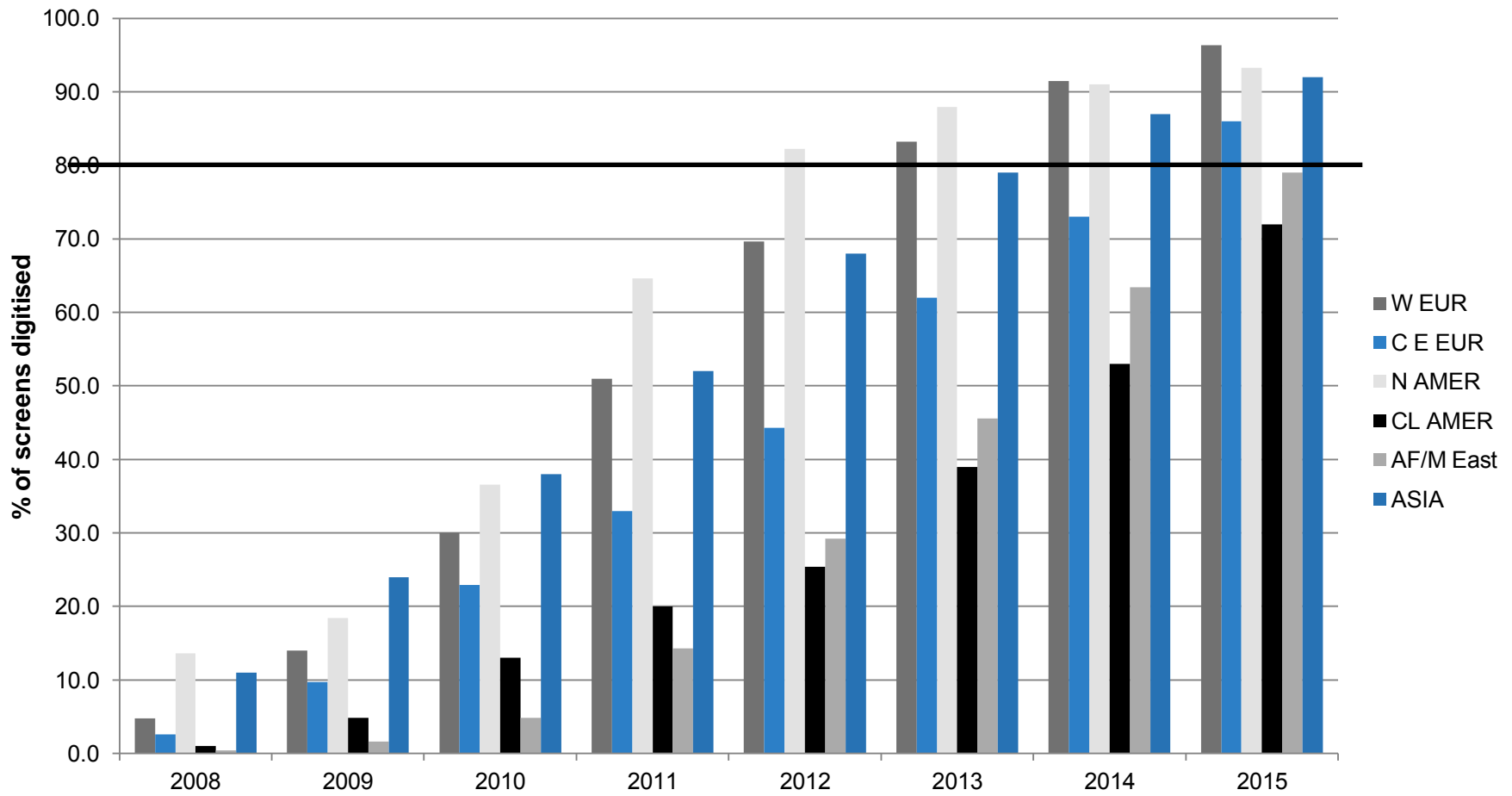




has
acquired

screendigest

The move towards digitisation



Adjusted for territories not in Cinema Intelligence, and for presence of rural screens in overall screen data

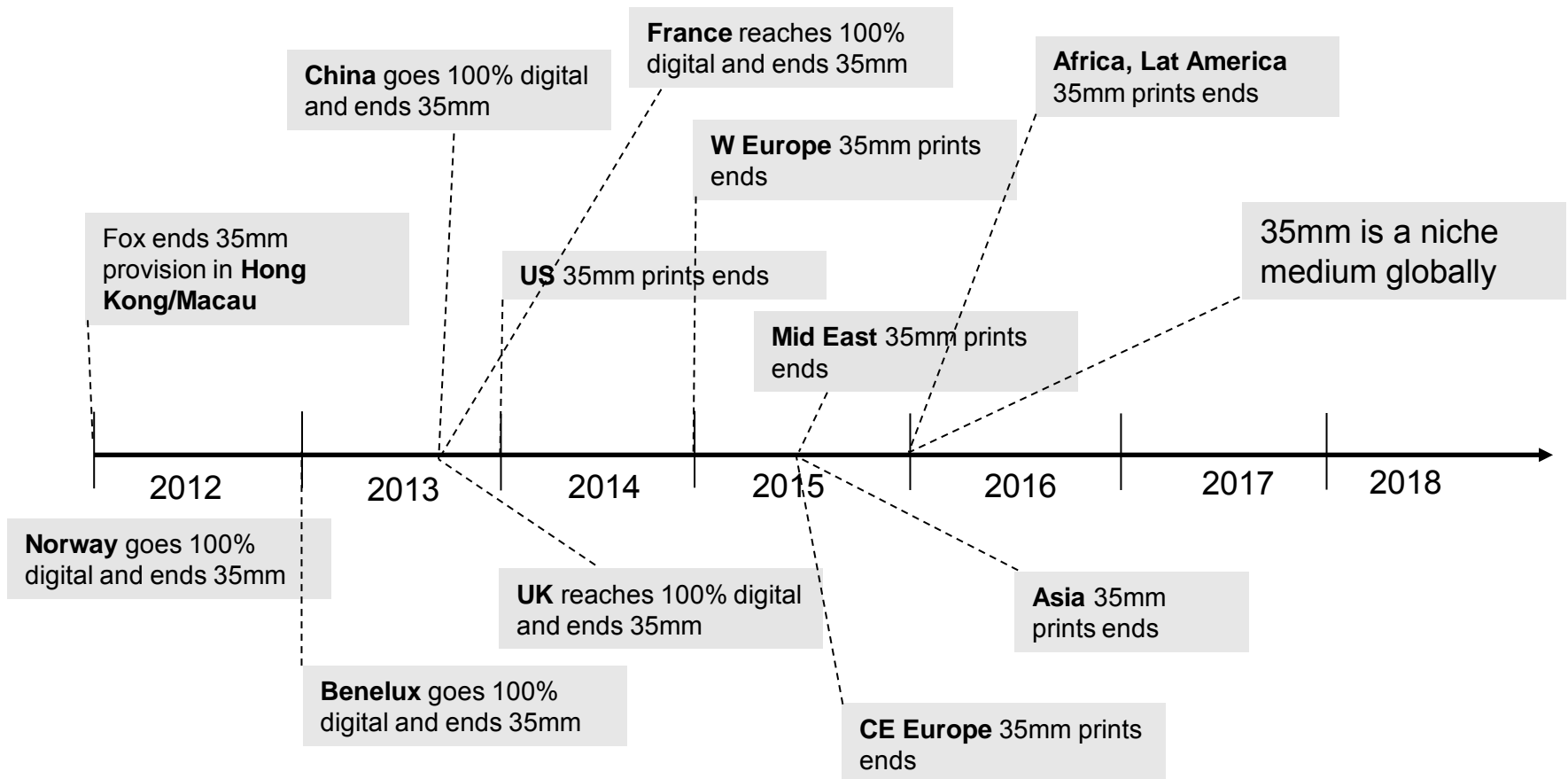


has
acquired

screen Digest

Timeline for 35mm

Mainstream 35mm usage



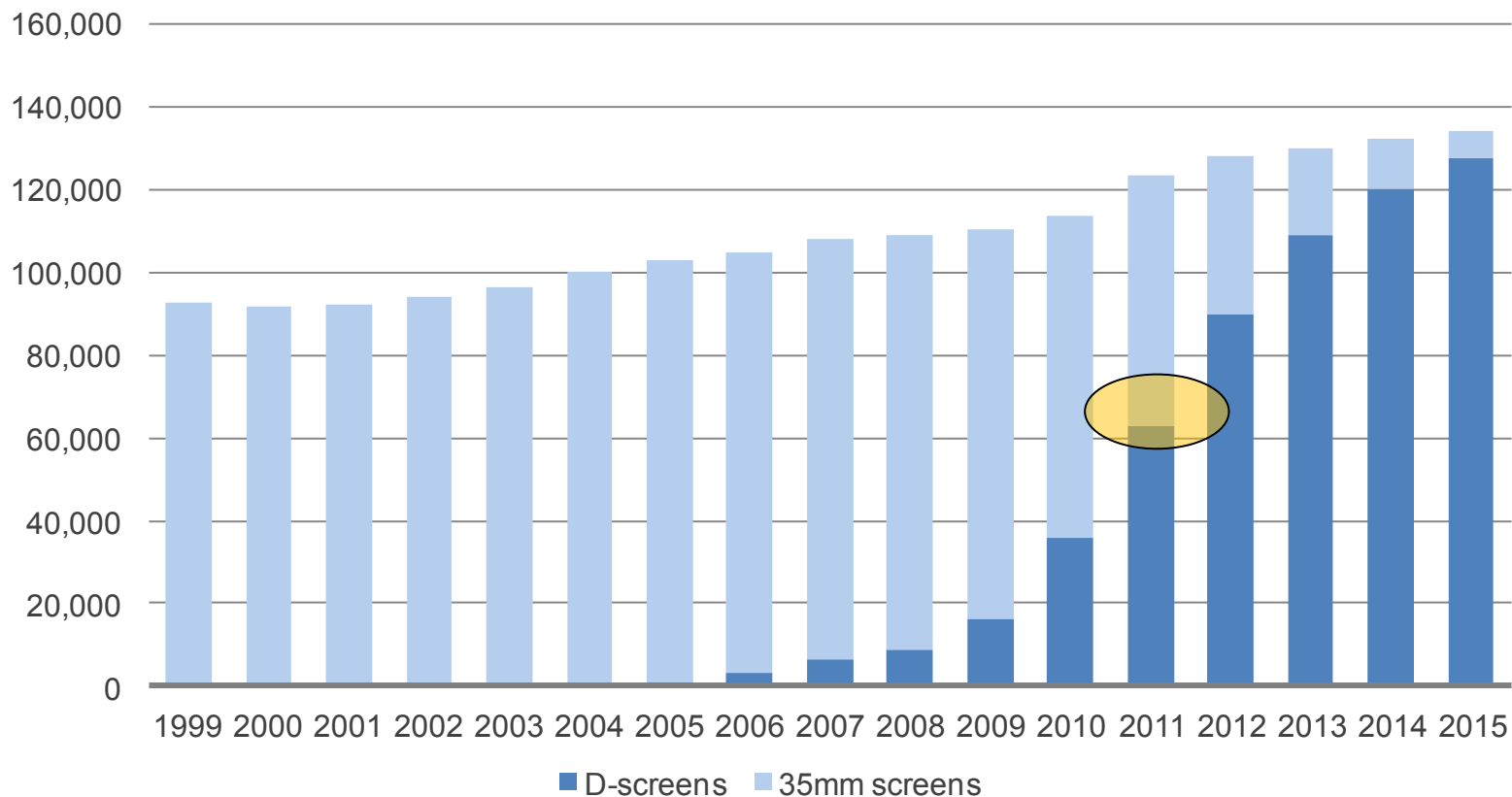
The global digital screen majority predicted for 2012



has
acquired

screen Digest

- January 11th (morning) to be precise





has
acquired

screen Digest



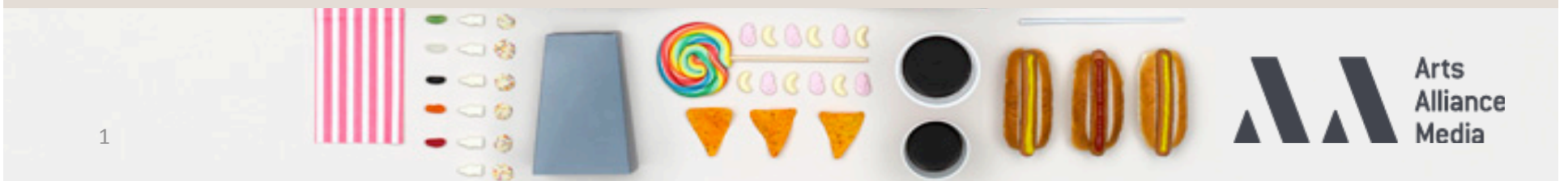
Thank You

david.hancock@ihs.com



Arts Alliance Media, tu mejor socio digital

Colombia – Ministerio de Cultura



Las orígenes del proceso de la digitalización

- Cuando un Estudio Major distribuye una peli, hace miles de copias 35 mm, que se envían a los cines en cajas metálicas . En los Estados Unidos, el coste para los Estudios Majors supera 1 000 millones de dólares, para duplicar, distribuir, renovar, distribuir de nuevo y recuperar las copias 35mm. Con el cine digital, la mayoría de esos costes se eliminara porque se podrá crear, almacenar, y distribuir las películas de manera digital.



August 2002



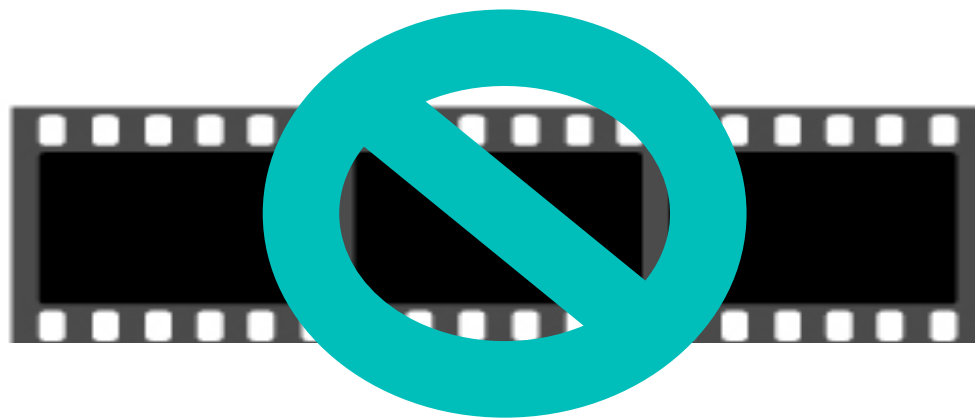
¿Quid del 35mm?

- Fox ha sugerido el fin de la distribución 35 mm a final del 2013
- FUJI ha anunciado que no suministrarán más copias 35mm en 2013 a la exhibición cinematográfica excepto las copias pedidas en 2012
- Kodak esta en concurso de acreedores



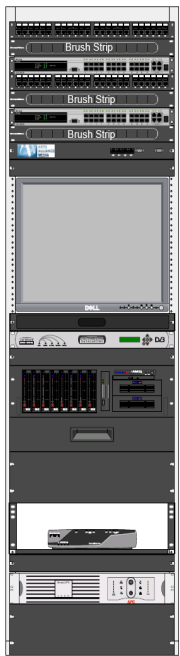
FACT

Muy pronto, las películas serán casi todas distribuidas en digital



¿Listo?

- ¿Has pensado en todos los componentes para digitalizar tus cines?
- ¿Sabes como financiar la transición?
- ¿Conoces la tecnología del mercado? (proyector, servidor, programas,...)?



Gran Oportunidad HOY

- Los Estudios Major han aceptado ayudar a la transición digital via el Modelo VPF, pero hay un tiempo limitado
- Confían en AAM para reunir las condiciones de una transición digital perfecta (selección de equipos, conformidad con las normas DCI, facturación correcta de los VPS, etc.)
- Trabajamos con cada cine con mucha proximidad para encontrar la solución la más adaptada a cada caso



Las áreas de negocio de AAM

Arts Alliance Media (AAM) Fue creada en 2003 y es leader mundial del Cine Digital

- **Soluciones de Financiación:**

- Varias opciones para ayudar a las cadenas de cine en la conversión a digital.
- Los primeros en Europa en conseguir contratos con los principales estudios de Hollywood
- Más de 3 200 salas instaladas en el mundo bajo el modelo VPF, y más

- **Servicios para Exhibidores:**

- AAM ofrece instalación, mantenimiento y soporte, asesoramiento técnico

- **Soluciones Software:**

- La mejor oferta Software, desarrollada por AAM para el mundo del Cine Digital
- Lanzada en más de 16 000 salas en el mundo

- **Servicios de Distribución**

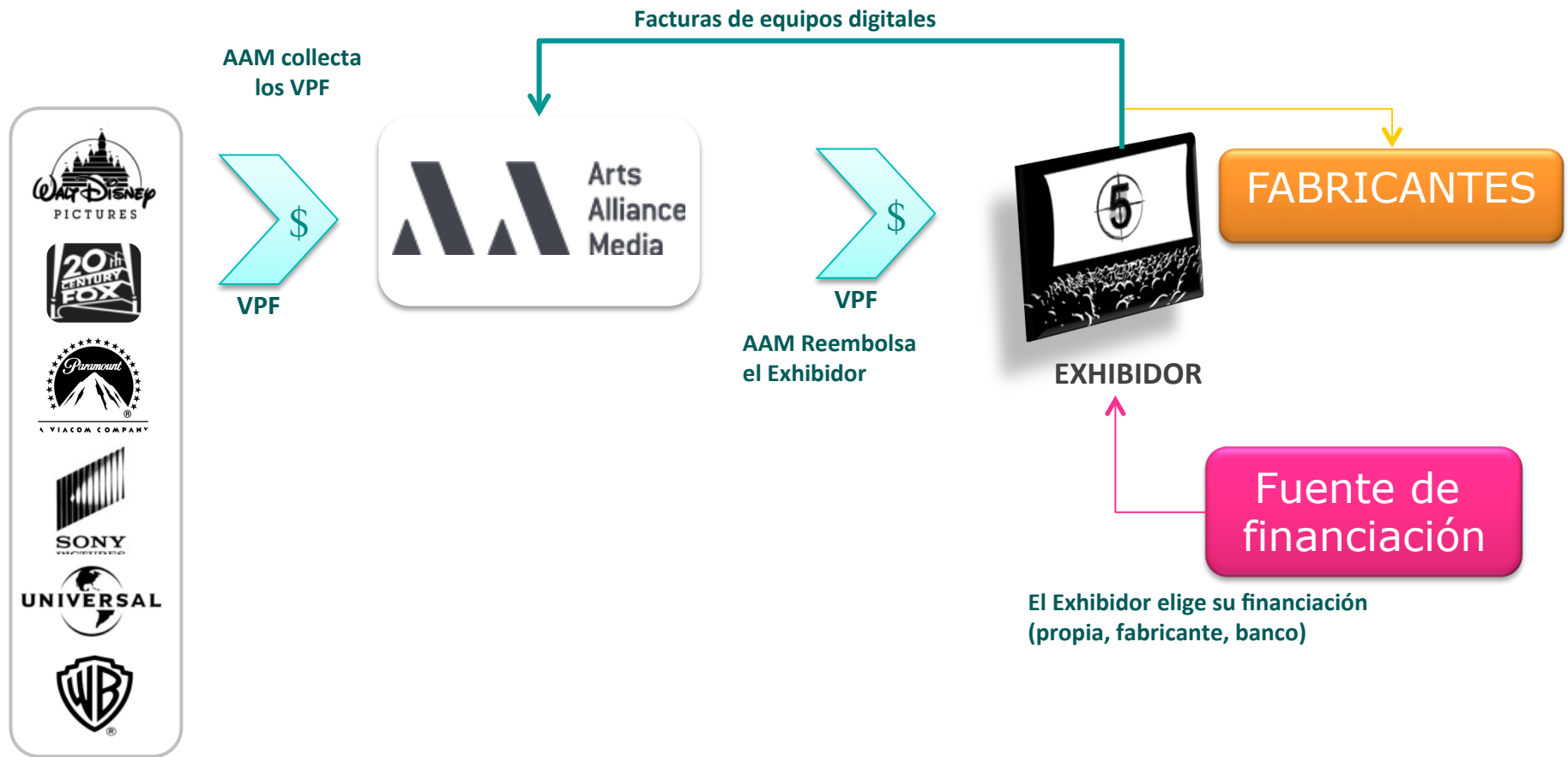
- Laboratorio interno para un servicio total:
- Codificación Master, encriptación, generación de clave KDM, entrega satélite o discos duros

- **Contenido Alternativo:**

- Creación, gestión, distribución y promoción de contenidos alternativos de primera línea para nuevas fuentes de ingresos para los cines



El Modelo VPF en Latinoamerica → ¿Como funciona?



Durante toda la duración del contrato, los equipos de cine digital tienen que ser mantenidos y actualizados debidamente



¿Cuanto y cuando?

- Hay un tiempo limitado para completar la digitalización
- Hay un tiempo limitado para recibir los VPF
- Podemos comunicaros el montante de VPF que podráis cobrar según vuestro número de copias estrenadas a fechas de estreno nacional y hasta cuanto podréis reembolsar la inversión inicial
- Desafortunadamente, todo esos datos son confidenciales, y no podemos comunicarles



Reglas de uso de los equipos

- **El exhibidor tendrá total libertad en la elección de contenidos para sus salas.**
- El exhibidor tendrá que estrenar en digital, y no en 35mm, si hay una sala disponible y adecuada.
- El exhibidor no puede estrenar contenidos de distribuidores con quien no tenemos acuerdos VPF
- **Theater Management System**



Theater Management System

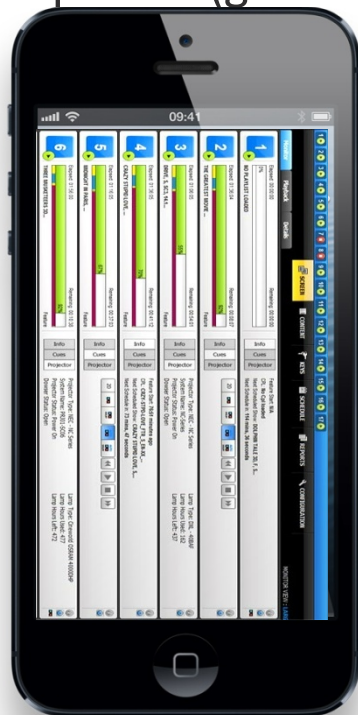
El programa desarrollado por AAM: Theater Management System (TMS):

- Solución basada en un web server con la tecnología de interfaz web

- Supervisa y gestiona
- quieras (gerencia, ca

- te las

- dos y



le donde

contenidos

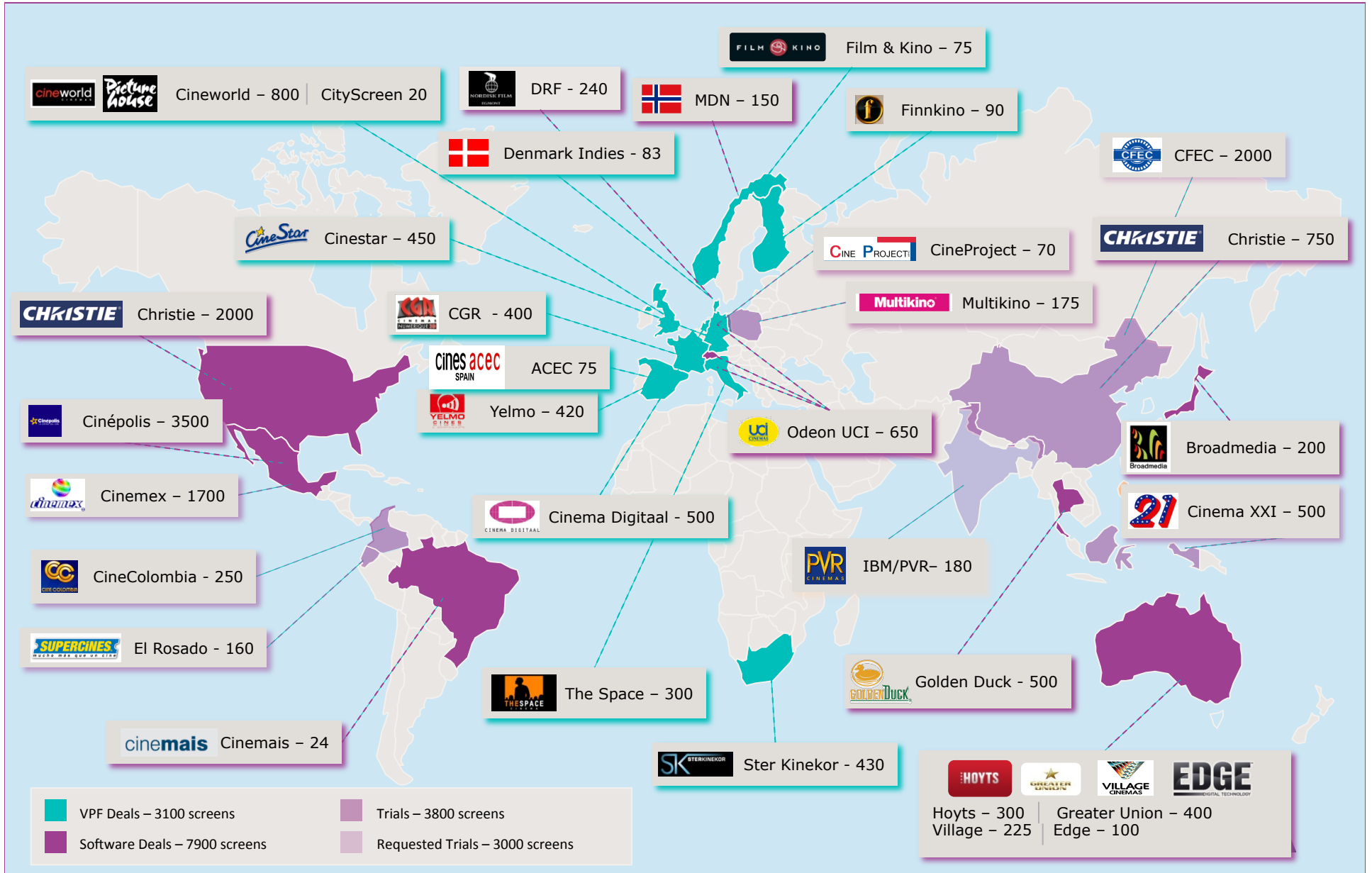
an facilidad

vechar del

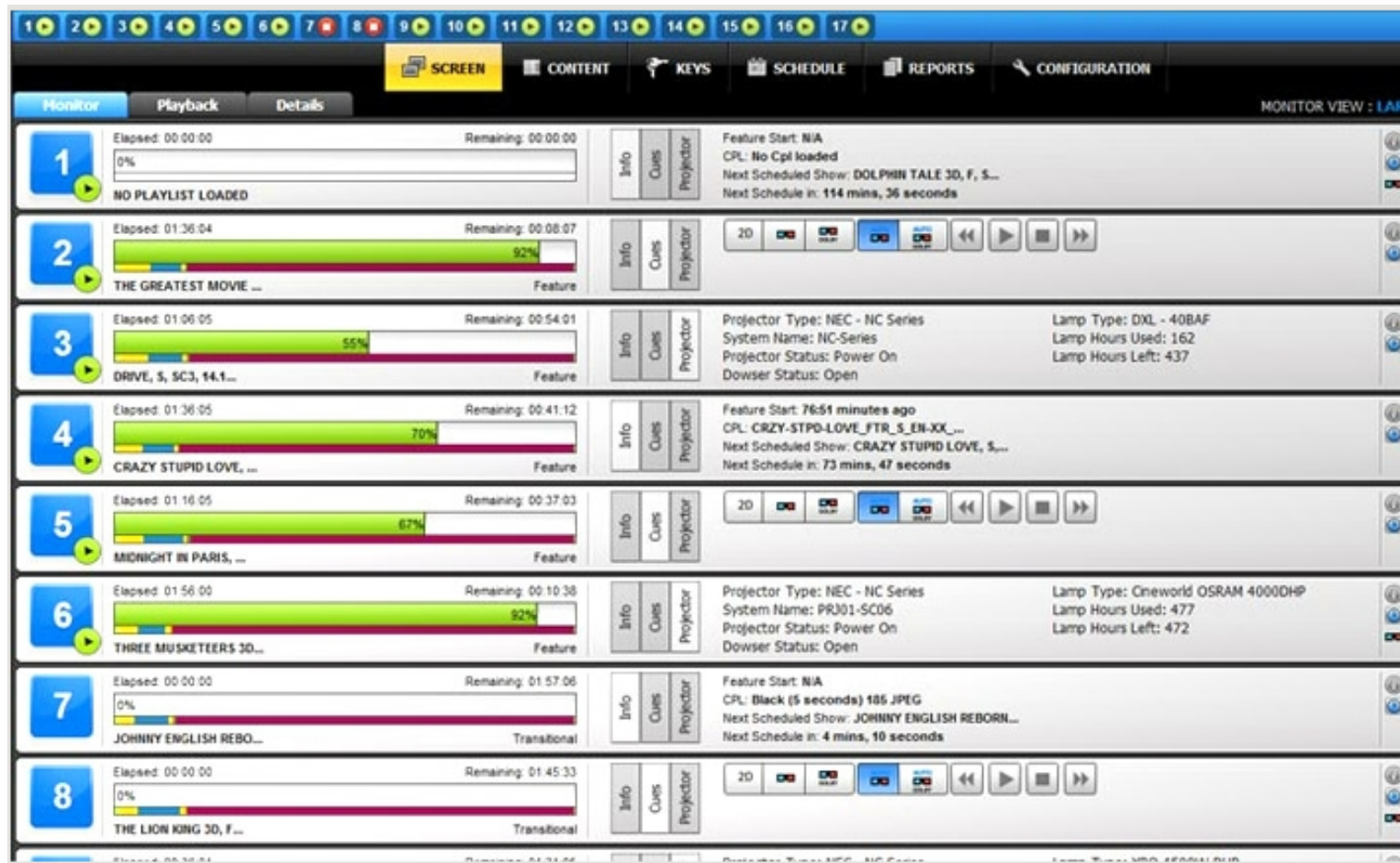
a faci
erdad



Theater Management System: más de 16 000 salas



TMS Screenwriter



¿Porque AAM?

Escala

- Beneficios de Escala, poder de compra, eficiencia operacional, base estable de ingresos

Acuerdos con los Estudios Majors

- AAM tiene muy buena relación con los estudios de Hollywood lo que asegura un soporte perfecto durante la transición
- AAM ha negociado sus acuerdos en firme para presentar AAM a nuestros socios como un socio de largo plazo estable y competitivo

Experiencia

- Casi 10 años en el negocio de Cine Digital, Siempre en el cine digital desde el principio
- Los primeros que firmaron con los estudios americanos en Junio 2007, y el primer Exhibidor Europeo financiado con VPF
- Un gran conocimiento siendo en la vanguardia del Cine Digital Europeo

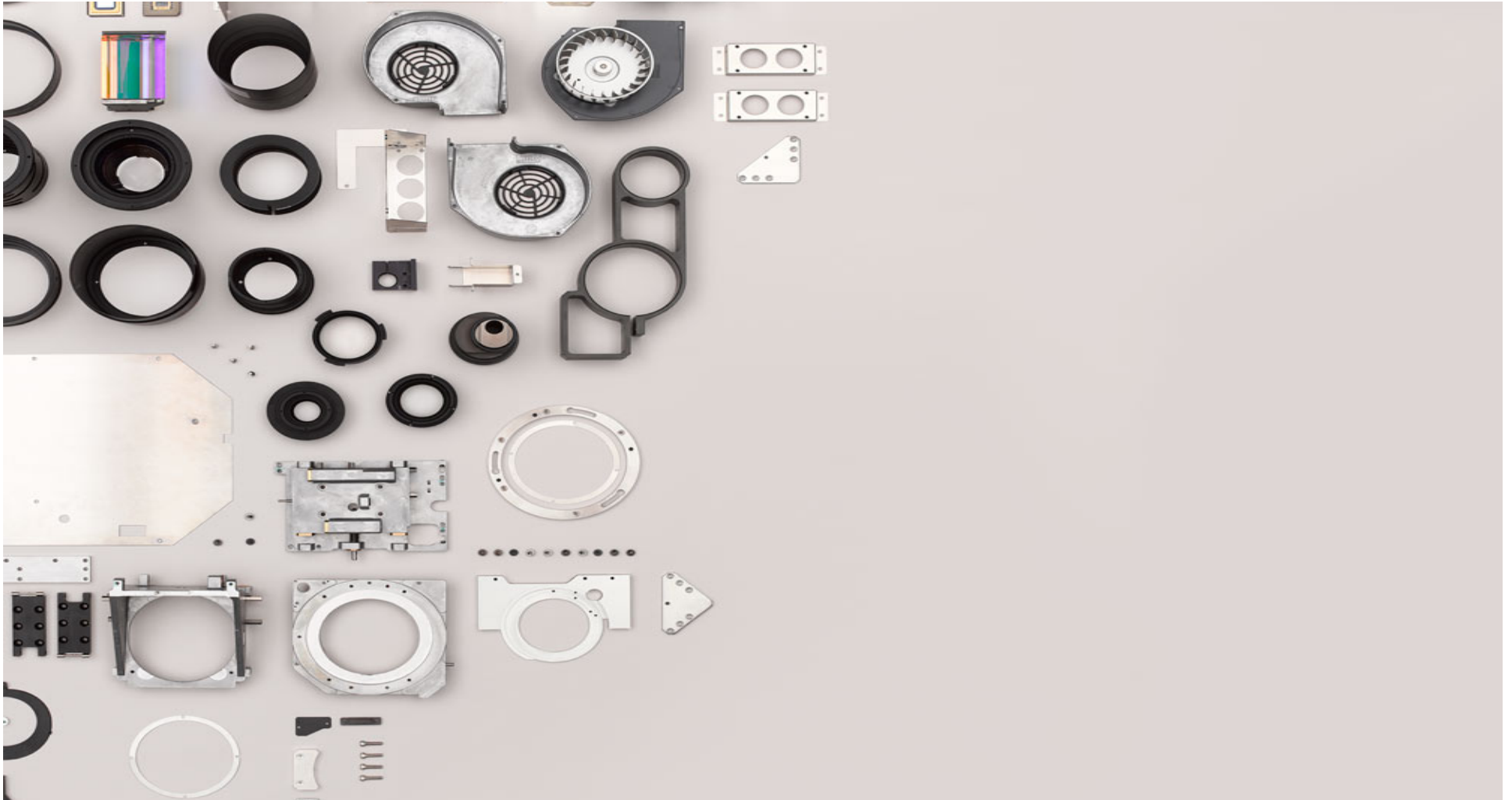
AAM: Un Socio de Cine Digital en el cual puedes confiar



... ¿What's next?

- Acuerdo integrador firmado por primera vez en América Latina con Sony Pictures
- Países incluidos: Brasil, México, Argentina, Colombia, Chile, Perú y Ecuador
- Otros acuerdos con los estudios se finalizan ahora mismo que hablamos
- No dudéis en hablar con nosotros pronto...





Muchas gracias por vuestra atención



Ron Sterk

managing director

dutch exhibitors association
& cinema digitaal

C I N E M A D I G I T A A L

16,7 million inhabitants

30 million visitors
\$ 311 million box office

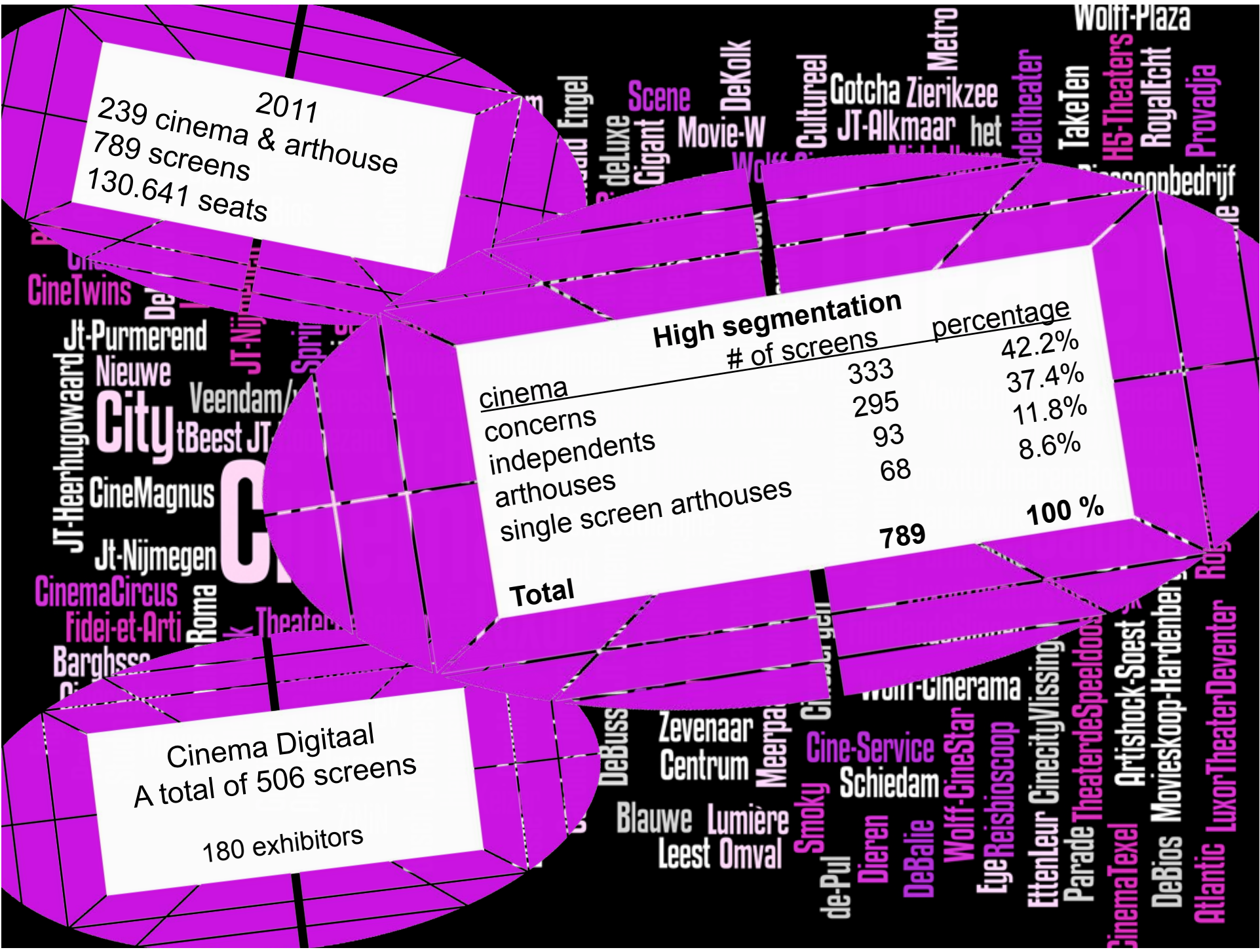
Market share
local film 15%

2011
 239 cinema & arthouse
 789 screens
 130.641 seats

High segmentation

	# of screens	percentage
cinema	333	42.2%
concerns	295	37.4%
independents	93	11.8%
arthouses	68	8.6%
single screen arthouses		
Total	789	100 %

Cinema Digitaal
 A total of 506 screens
 180 exhibitors



MOONLIGHTFILMS

CONTACTFILM

PARAMOUNTPICTURES CINEMADELICATESSEN

CINÉART IMAGINEFILMDISTRIBUTIE DUTCHFILMWORKS

DEFILMFREAKDISTRIBUTIE CINEMIEN/ABC-THEATRICAL

DISTRIBUTION BENELUXFILMDISTRIBUTORS

WALTER PICTURES JUSTFILM LUMIÈRE PUBLISHING

LDBUNDE

INTERNATIONAL HOLLAND

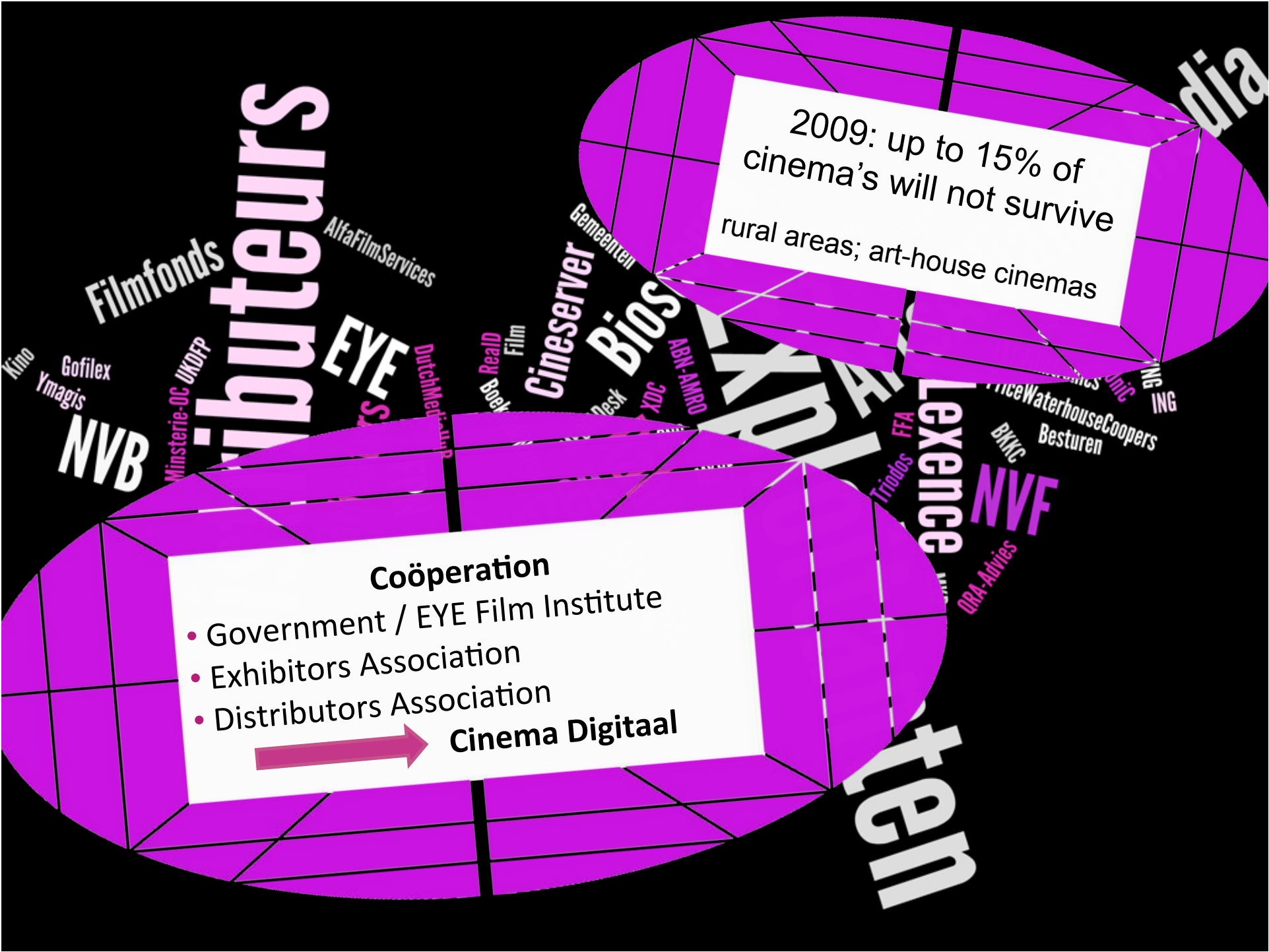
INTERNATIONAL NETHERLANDS

DISTRIBUTION

STELFILM

FILM

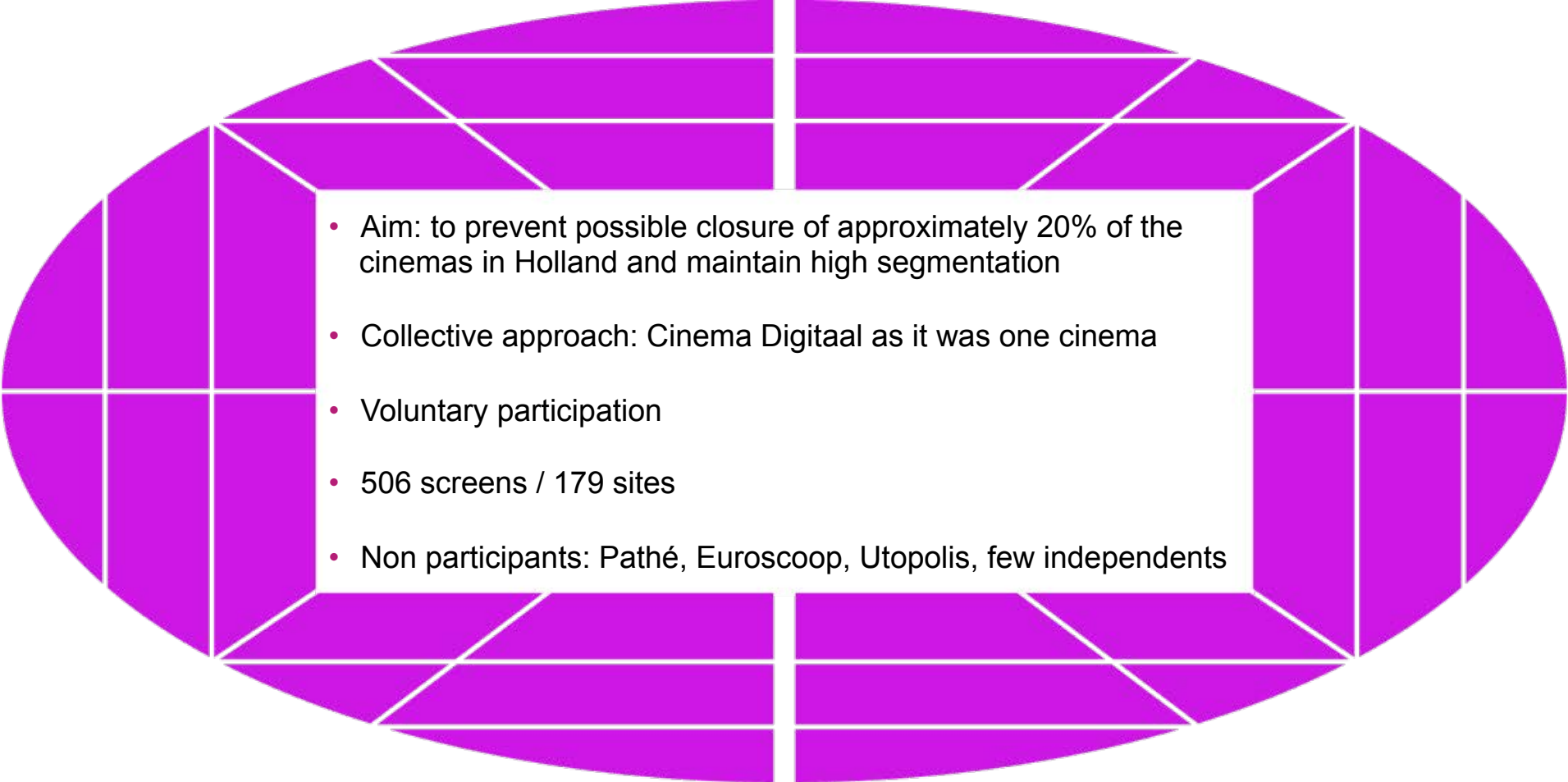
6 major and 20 independent distributors (from small to very small)



A photograph of a server room with a large purple graphic overlay. The overlay is a rounded rectangle with a white center containing the text "FINANCE!!!" and "Strange project for bankers". The background shows server racks, a control panel, and a white tarp.

FINANCE!!!
Strange project for bankers

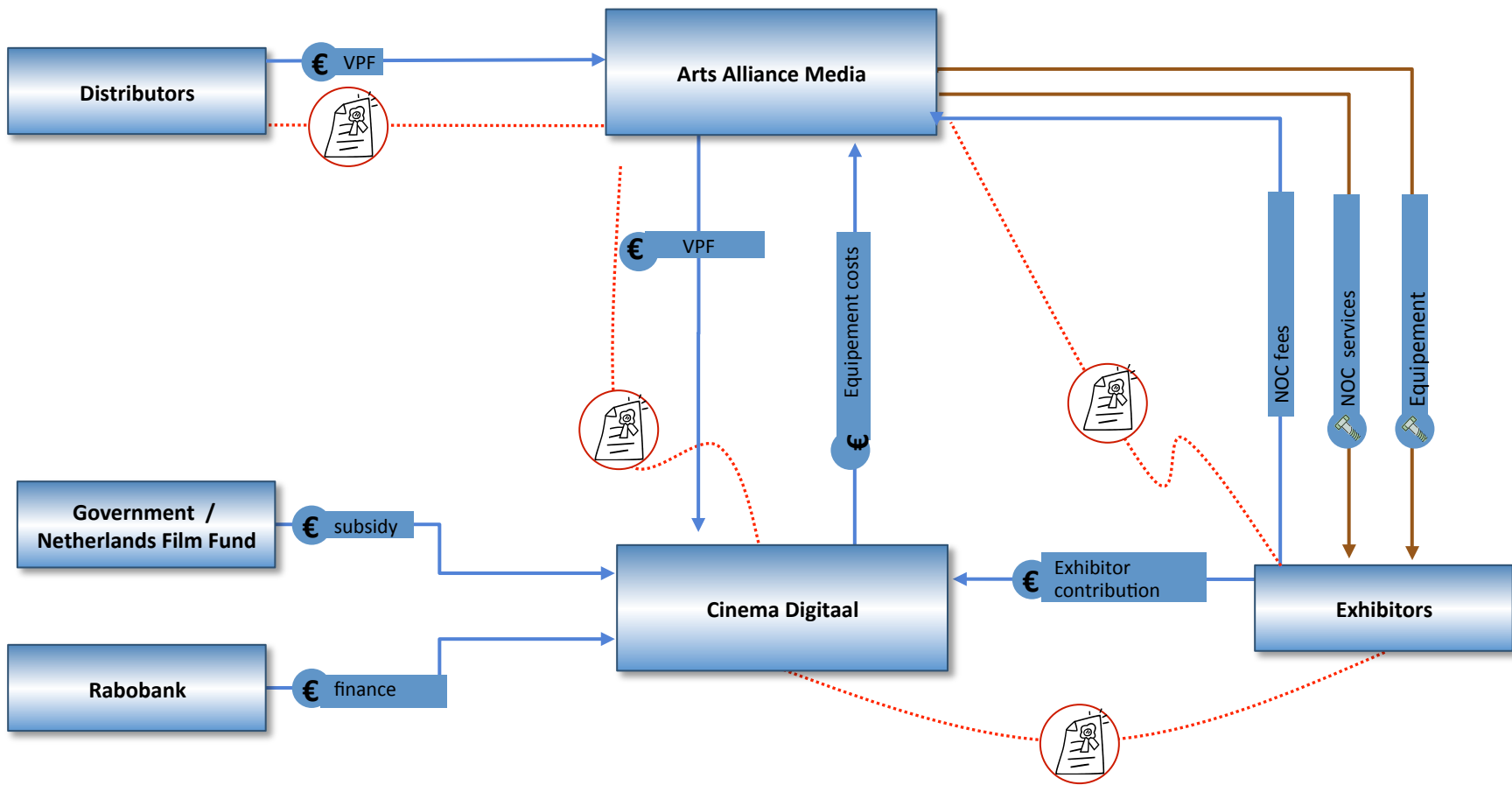
CINEMA DIGITAAL

- 
- Aim: to prevent possible closure of approximately 20% of the cinemas in Holland and maintain high segmentation
 - Collective approach: Cinema Digitaal as it was one cinema
 - Voluntary participation
 - 506 screens / 179 sites
 - Non participants: Pathé, Euroscop, Utopolis, few independents



Cinema Digitaal

- Deal Arts Alliance Media to speed up deals with majors
- Support from all Independent distributors (20) & all US majors
- Distributors committed for VPF for a maximum of 10 years
- Solidarity: VPF Surplus for cinemas without first runs
- Exhibitors pay Cinema Digitaal a exhibitors contribution
- Government subsidy (dep. of Culture and dep. of Economic affairs)- cultural aspect and innovation (12% of total costs)
- Purchase power: lower equipment costs



Total Costs

Cinema Digitaal:
(506 screens)

\$ 46,6 million

Equipment

\$ 35,6 million

(projector, server, rack, LMS, TMS, ancillaries)

\$ 1,9 million

Installation & site survey

\$ 3,9 million

Financing

\$ 5,2 million

Organisation

Exhibitor Contribution

- Down payment \$ 6.475 per screen
- \$ 1554 per year
- 8 years
- Or: \$ 16.901 upfront

Receivings

Exhibitors

\$ 9 million

Distributors (VPF)

\$ 29,8 million

Government

\$ 6,5 million

Alternative content

\$ 1,3 million

\$ 46,6 million

Recoupment period

6 - 8 years depending on VPF

LESSONS LEARNED

- Educating stakeholders – knowledge gap
- Necessary alteration will be expensive
- Feels more safe to do it together
- Everything always takes longer.....always
- All distributors have to believe in support
- It's all about faith and a leading face/person

Dutch Cinemas All Digital

Dutch Cinemas Now Completely Digital

The nationwide rollout of digital cinema in the Netherlands is now complete with all 789 screens in the country now digital. More than 500 of those were converted by Arts Alliance Media as part of the Cinema Digitaal project. Seventy percent of the €39 million project was paid for by the film distribution companies that are active in the Netherlands, 20 independents and 6 major American studios. The first installation took place on July 20, 2011, and the transition was completed in 14 months.



JAAR

Nieuws »

Nederlandse filmvertoning nu volledig digitaal

28-09-2012 | 15:00

**100% DIGITAL
september 2012**

Alle filmtheaters en bioscopen in Nederland zijn sinds 12 september voorzien van projectieapparatuur. 506 van de in totaal 789 bioscoopdoeken in Nederland zijn nu digitaal. Cinema Digitaal. Bioscoopketens Pathé, Utopolis, Euroscop en enkele on



THE HOLLYWOOD REPORTER

MOVIES TV MUSIC **TECH** THE BUSINESS

NEWS | CES 2012 | E3 EXPO | SXSW | SIGGRAPH

Dutch Movie Theaters Go All Digital

5:38 AM PDT 9/28/2012 by Scott Roxborough

SHARE 22 14 -1 0

Comments

Digital cinema roll out in the Netherlands completed in 14 months.

BERLIN – The Netherlands has gone all digital, converting all of the country's 789 screens to digital projection 14 months after the digital roll out began.

OUR EDITOR RECOMMENDS

Digital Cinema Displaying Rapid Global Growth »

The bulk of these – more than 500 screens – were converted by Arts Alliance Media as part of the \$50 million (€39 million) Cinema Digitaal project.

Film distributors in the Netherlands – the local arms of the U.S. major studios and Dutch independents – put up 70 percent of the funding for the project, with the remainder coming from exhibitors and state support.

SCREEN DAILY

Dutch cinemas complete digital rollout

FESTIVAL

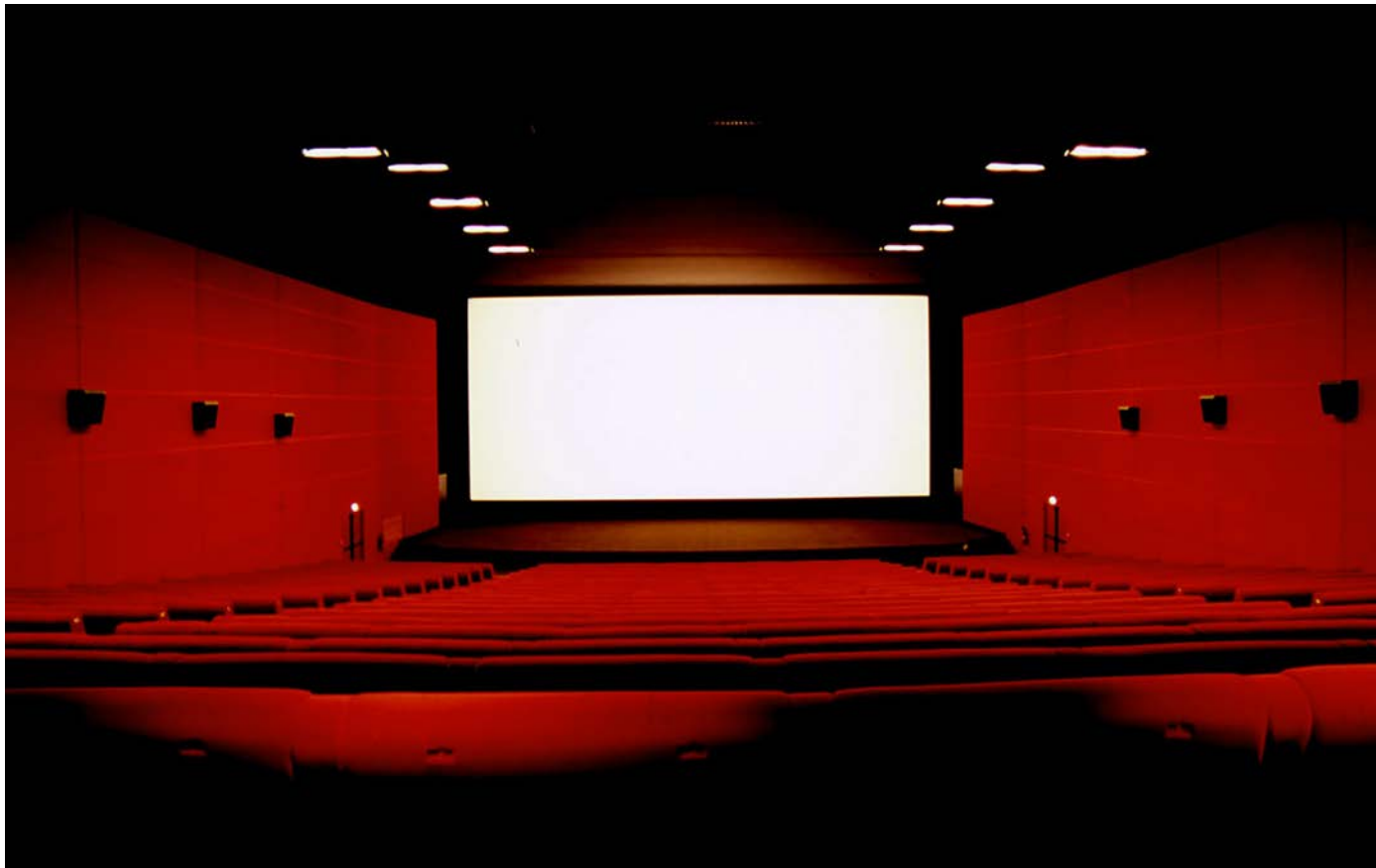
28 September, 2012 | By Ian Sandwell

Transition as part of the Cinema Digitaal project was completed in 14 months; 506 out of 789 screens converted in conjunction with Arts Alliance Media.



All 789 screens in the Netherlands have now been equipped with digital projection equipment as part of the

THE TRANSITION TO DIGITAL IN FRENCH MOVIE THEATERS: CULTURAL AND INDUSTRIAL STAKES



THE ECONOMY OF THE FILM INDUSTRY IN FRANCE



KEY FIGURES FOR THE FRENCH FILM INDUSTRY:

- 216 million admissions in 2011
- i.e. an average of 5.4 admissions per capita for population aged 6+
- 595 films releases
- Box office receipts : €1.37 billion
- Market share breakdown:
 - French films: 39.8 %
 - Non-French European films: 10.7 %
 - American films: 47.4 %
 - Other: 2.1%



FOCUS ON MOVIE THEATERS

- 2,030 establishments
- 5,464 screens
- 1,065,424 seats
- 176 multiplexes (8 screens or more) with a total 2026 screens, several opening every year (4 in 2011)
- 7 million screenings
- Number of copies per film : from 2 to 800+
- Average number of “prints” per film : 137

A FEW ELEMENTS TO UNDERSTAND THE ECONOMIC ORGANIZATION OF THE FRENCH FILM INDUSTRY

- Every Monday, based on box office results for the past five days, distributors and movie-theater bookers decide:
 - If a film will be transferred to a different movie theater
 - If more “prints” will be produced
 - If a film will be withdrawn from programs
- The exhibitor collects box office receipts and “transfers” a share of the sum to the distributor.
- In turn, the distributor transfers a share of the receipts to the producer, based on their commercial agreement.
- The redistribution of box-office receipts between exhibitors and distributors is based on a percentage negotiated for each film, theater or theater group, for each week of screening.
- Legal limits of exhibitors’ percentage: 20 to 50%.
- The price of admissions is partly controlled by professional negotiations (mainly within the framework of unlimited admission passes set up by major movie-theater circuits).

AN INDUSTRY SUPPORTED BY PUBLIC POLICY



- Public intervention in the film industry goes back to 1946.
- Its operational arm is the [National Film and Moving Image Centre \(CNC\)](#), under the control of the Ministry of Culture.
- The CNC carries out:
 - An industrial policy supporting the organization of the sector and of the companies that make it up.
 - A cultural policy to maintain a diverse offer throughout the country.
- This policy concerns every segment of the sector: exhibitors, distributors, producers, screenwriters, directors and technical industries.

A SECTOR SUPPORTED BY A PROACTIVE PUBLIC POLICY

- This public policy is funded by taxes on :
 - Movie theater admissions
 - Television service providers
 - Internet access providers (for the past few years)
- It is supported by two regulatory mechanisms crucial to the health of the film industry:
 - A “media chronology” regulating the exploitation of films by various media (movie theaters, video, pay-TV channels, free-to-air channels and now VOD and SVOD).
 - Obligations imposed on television channels to subsidize and broadcast films.
- It has enabled national film production to thrive (over 200 films in 2011), with a significant market share for national cinema and a very high proportion of non-American films.
- To maintain itself, the system must regularly receive the approval of the European Commission, which has become increasingly difficult to obtain.

THE TRANSITION TO DIGITAL PROJECTION IN MOVIE THEATERS: A PROACTIVE PUBLIC POLICY

- The French government and film industry administration have always followed technological evolution closely.
- In the late 70s/early 80s, the generalization of TV sets in homes and the appearance of the first private TV channels led the government to implement a very proactive policy to protect movie theaters. As a result, movie theaters were maintained throughout the country, though attendance went down by half.
- In the mid-90s, public policy supported the construction of multiplexes, first in large cities, then in medium-sized cities, through automatic funding schemes (in proportion to their success).
- Digitalization raised a radically different type of challenge, with two major stakes:
 - Providing all theaters with films while 35mm prints are on the verge of disappearing entirely.
 - Maintaining diversity: France is the country where the highest number of foreign films is shown.

Today, 4500 French movie theaters have converted to digital, i.e. 80% of the total number. By 2013, 100% should have converted.

DIGITAL CONVERSION: THE OBJECTIVES OF FRENCH PUBLIC AUTHORITIES



- Maintaining movie theaters throughout the country.
- Ensuring the quickest possible transition to limit the “two-speed” phase (35mm coexisting with digital).
- Protecting the existing economic balance between the operators of the sector (groups and independents).
- Preserving diversity.

THE 2 AXES OF PUBLIC INTERVENTION: REGULATION AND SUBSIDIES

The French government, backed by the Chamber of Deputies, set up a mixed regulation and subsidies policy two years ago:

- Regulation: a law enforcing inter-professional solidarity. Distributors fund the digital equipment of movie theaters through the Virtual Print Fees scheme.
- Subsidies for exhibitors too small to afford digital conversion via VPF (single-screen, small-town and rural-area theaters ...).

PROVISIONS OF THE LAW:

- The distributor who provides a movie theater with a digitized film owes a contribution during the four weeks following the national release date of the film.
- The amount of this contribution is fixed between parties at level inferior to that of a 35mm print.
- This contribution is dedicated to funding the initial cost of digital projection equipment.
- This contribution ceases once the material is paid up.
- In all cases, the contribution will not be owed beyond the 10 years following the adoption of the bill (September 2020).

COMING AS CLOSE AS POSSIBLE TO THE ECONOMIC MODEL OF 35 MM FILM...



- The legislators have provided a scheme that prevents distributors from having to pay for “continuations” (i.e. ceasing to screen a film in a theater to show it in another), thus respecting the economic model of 35mm as regards the circulation of “prints”.
- The legislators have provided, between the second and fourth week of exploitation, a VPF mutualisation scheme comparable to the production of additional 35 mm prints.

A POSITIVE ASSESSMENT OF THE DIGITAL CONVERSION IN MOVIE THEATERS...

- On the whole, the law has fulfilled its purpose since digital roll-out was achieved more quickly than initially forecasted.
- The amortization of equipments is well under way, and is proceeding more quickly than forecasted owing to significant film turnover.
- Digitalization has partly contributed to the good economic health of the sector.
- No movie theater has closed down.
- Existing economic balances have been preserved.

...BUT A HIGHLY COMPLEX SCHEME THAT LEAVES THE DOOR OPEN TO MANY SLIP-UPS

- State regulators are struggling to create tools for the system they conceived: VPFs are concentrated on the first week of exploitation
- A major gap in information concerning the amortization of equipments and the end of VPFs.



PROBLEMS IN IMPLEMENTING THE LAW:

- The scheme implies the successful outcome of commercial negotiations between partners to set the amount of VPFs.
 - A declarative system based on good faith.
 - The lack of simple automatic software allowing distributors to inform the body in charge of implementing VPF mutualisation of film release schedules.
- ... These flaws generate distortions of competition for both distributors and exhibitors.

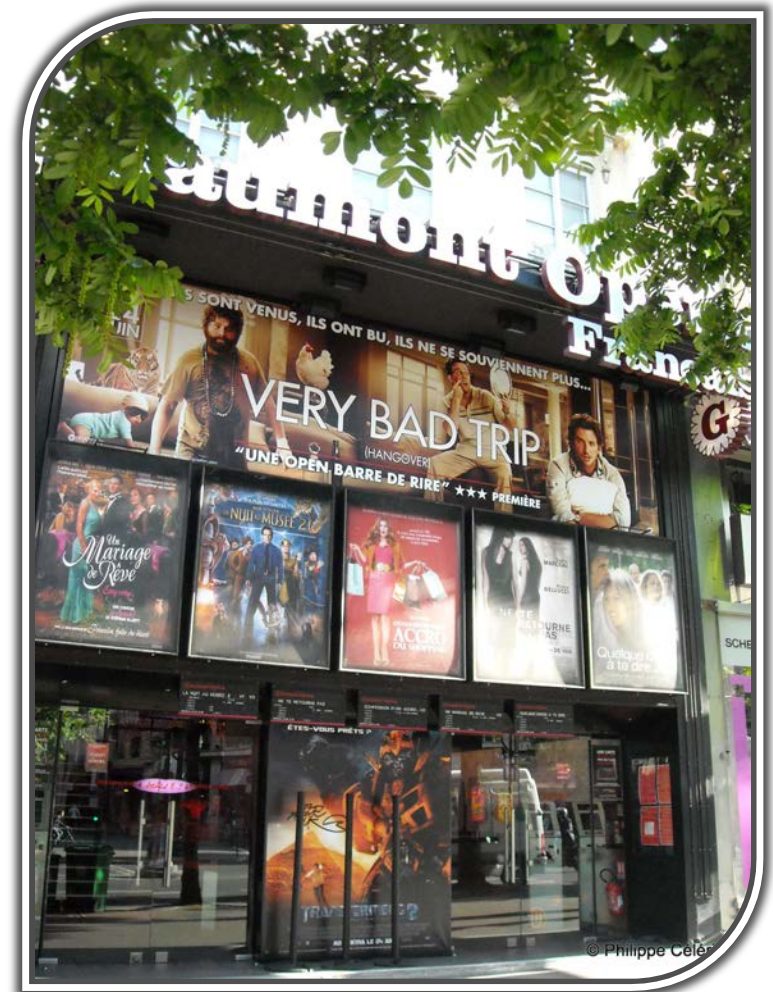
DIGITALIZATION IMPACTS THE BALANCE OF POWER WITHIN THE SECTOR...

The more flexible programming allowed by digitalization reinforces the power of exhibitors. We note:

- An increase in the number of screenings in the same venue
- Films withdrawn from movie theaters in breach of commercial agreements between exhibitors and distributors
- An increase in multiple programming (less “full program” schedules)
- A shorter lifespan for first-run films

... AND INCREASES INDUSTRIAL CONCENTRATION

- By decreasing the cost of admission, digitalization has already started to benefit the most popular films: release schedules are stepped up with a decreasing marginal cost which will eventually become almost nil.
- At the same time, to exist in the most profitable movie theaters, films will need to increase their promotional budgets, thus evicting films distributed by non-integrated distributors.





CONCLUSION

- Digital transition has been a success in France, preserving the principles of its public policy: diversity and access to movie theaters throughout the country.
- However, many issues remain. In coming weeks, we must ensure that the VPF scheme applies to all, at the risk of being applicable to none. And in a relatively near future, we will have to look into the “post VPF” era, both for exhibitors who will have to renew their equipment and for distributors, who will face forms of competition evolving in favor of the most powerful.
- France must rise to the challenge, not only for the sake of its own film industry, but also for the sake of filmmakers from around the world, whose work it coproduces or distributes.



CINE COLOMBIA

EXHIBICIÓN DIGITAL Y SISTEMAS DE NEGOCIACIÓN EN COLOMBIA

OCTUBRE 12 DE 2.013

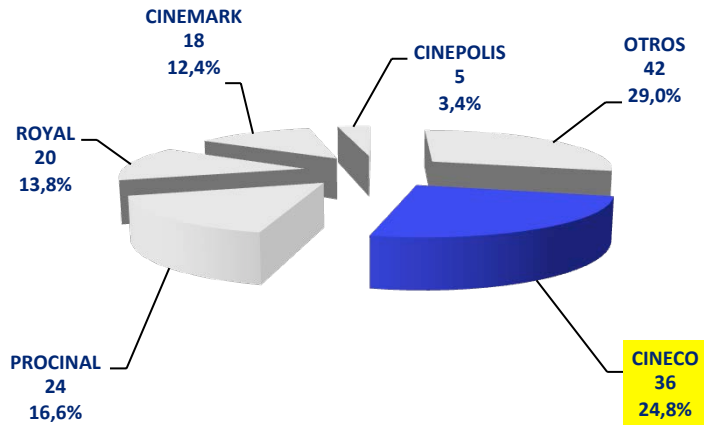
I. CIFRAS INDUSTRIA



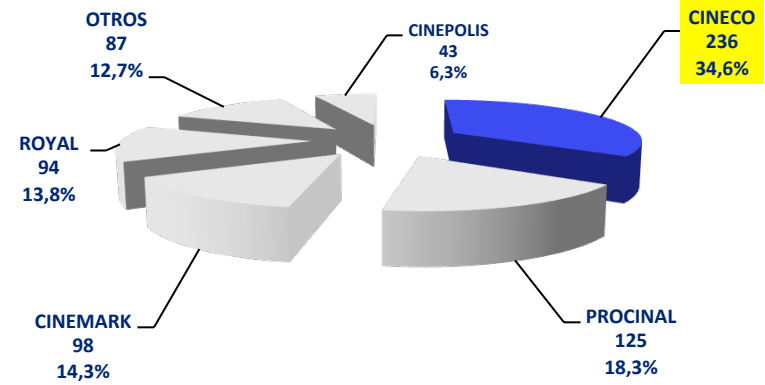
INFRAESTRUCTURA INDUSTRIA

EXHIBIDOR A SEPTIEMBRE 2012

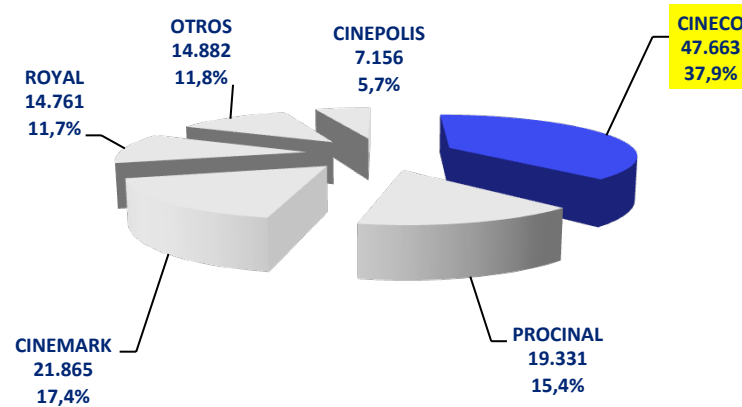
TEATROS: 145



PANTALLAS: 683



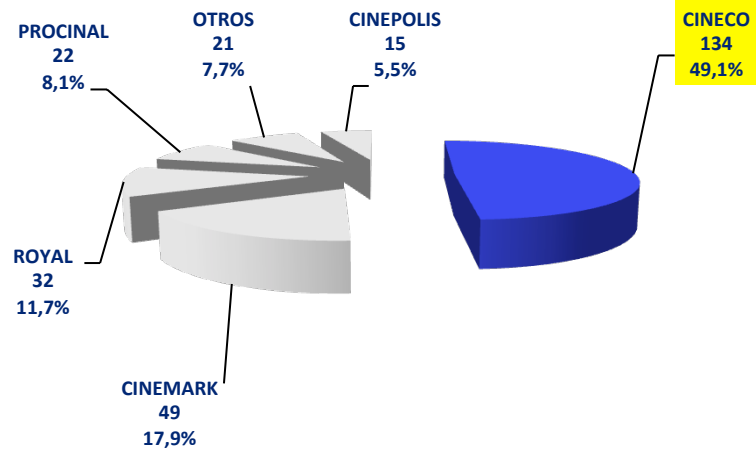
SILLAS: 125.658



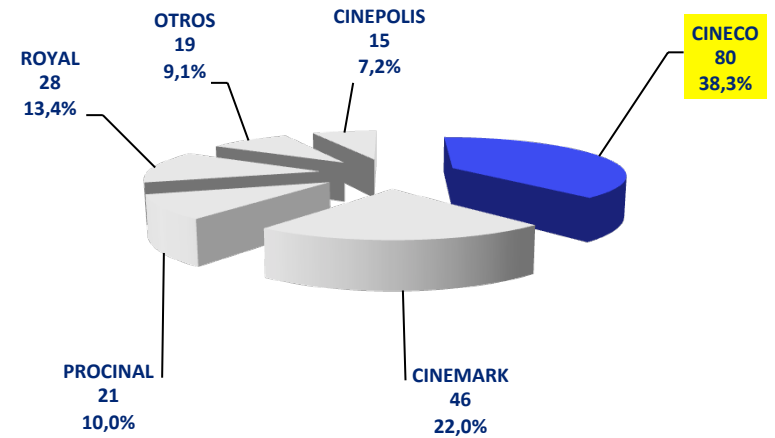
INFRAESTRUCTURA DIGITAL INDUSTRIA

POR EXHIBIDOR A SEPTIEMBRE DE 2012

DIGITALES: 273



DIGITALES 3D: 209



EXHIBIDOR	PANTALLAS		PENETRACIÓN
	TOTALES	DIGITALES	
CINECO	236	134	56.8%
CINEMARK	98	49	37.8%
CINEPOLIS	43	15	32.6%
ROYAL	94	32	30.9%
OTROS	87	21	20.7%
PROCINAL	125	22	16.8%
TOTAL	683	273	37.0%

II. PROYECCIÓN DIGITAL



CINE DIGITAL



Comprende todos los aspectos en la realización de una película, desde la producción y la posproducción hasta la distribución y la proyección

BENEFICIOS

EXHIBIDOR

- ✓ Accesibilidad
- ✓ Flexibilidad
- ✓ Vigencia

DISTRIBUIDOR

- ✓ Ahorro costo copias
- ✓ Ahorro en transporte de copias
- ✓ Flexibilidad
- ✓ Vigencia
- ✓ Mayor control de la copia
- ✓ Mayor cobertura
- ✓ Retorno más rápido

III. NEGOCIACIÓN VPF

VPF

- **VPF o “Virtual Print Fee” se refiere a la relación comercial en la cual los estudios hacen un reconocimiento a la inversión realizada por el exhibidor.**

CONDICIONES NEGOCIACIÓN

- **Cumplir normas DCI**
- **Todos deben pagar por el uso del equipo**
- **Garantías de operación**
- **Compromiso de digitalizar el circuito**

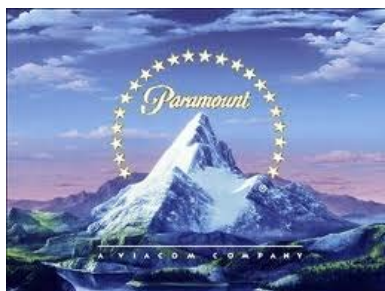
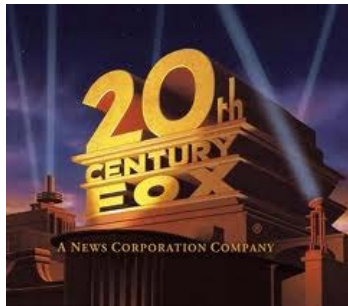
PROCESOS DE NEGOCIACIÓN

DIRECTO

INTEGRADOR



ESTUDIOS



ACUERDOS DIRECTOS



INTEGRADORES

- **Art Alliance Media**
- **Cinedigm**
- **Magna-Tech Electronic Co.**
- **Moving Image Technologies**
- **Strong Cinema Products**
- **Technicolor Digital Cinema**
- **XDC**

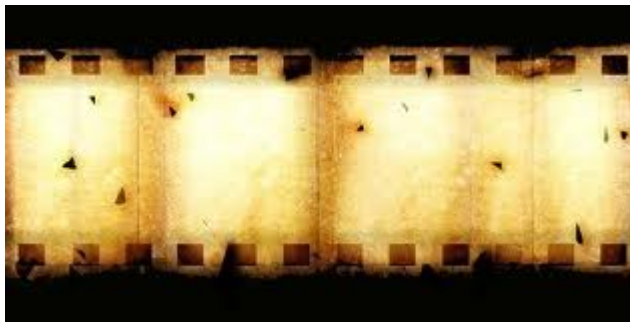
CON INTEGRADOR



IV. VENTAJAS Y DESVENTAJAS

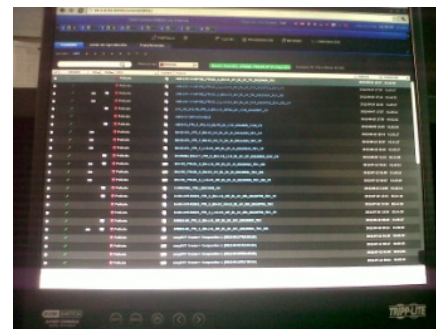
VENTAJAS

- OPERACIÓN ANTES



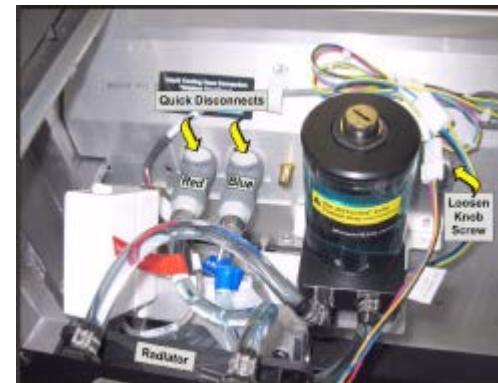
VENTAJAS

- OPERACIÓN DESPUÉS



DESVENTAJAS PRINCIPALES DE LA DIGITALIZACIÓN

- Mayor costo de mantenimiento de los equipos



DESVENTAJAS PRINCIPALES DE LA DIGITALIZACIÓN

- **Mejor infraestructura en la casilla**
- **Operadores con mejor nivel educativo**
- **Técnicos con alto nivel de conocimiento**



OTRAS DESVENTAJAS

- Cambio constante de la tecnología

SERIES 1

IMB

SERIES 2

HFR

LASER

OTRAS DESVENTAJAS

- **Los nuevos equipos requieren sistemas de soporte nuevos y costosos**
- **Se requiere implementar un sistema diferente de distribución**
- **Se requiere implementar diferentes sistemas de recolección de información**

OTRAS DESVENTAJAS

- **Los nuevos equipos requieren sistemas de soporte nuevos y costosos**
- **Se requiere implementar un sistema diferente de distribución**
- **Se requiere implementar diferentes sistemas de recolección de información**

GRACIAS POR SU ATENCIÓN



CINE COLOMBIA

Digital Cinema: Alternative Technologies and Challenges

Mauricio Alvarez-Mesa^{1,2,3}

¹Fraunhofer Heinrich Hertz Institut
Berlin, Germany

²Technische Universität Berlin
Berlin, Germany

³Independent Consultant
Spin Digital
www.spin-digital.com

Question

Is there any alternative to the current model of Digital Cinema?

Question

Is there any alternative to the current model of Digital Cinema?

Short answer

NO!

Question

Is there any alternative to the current model of Digital Cinema?

Short answer

NO!

Long answer

The rest of this presentation

- What is Digital Cinema?
- What are the main advantages of D-cinema?
- What is the current status of D-Cinema?
- What are the limitations of the current D-cinema model?
- What are the alternatives to the DCI model?

- 1 Introduction to Digital Cinema
- 2 Trends in Digital Video
- 3 Challenges

Cinema is an experience, not a format.

“Can an author say anything to a spectator when he does not share with him the joy and effort of creating an image?” Andrei Tarkovski



Digital Cinema is Cinema

- Going from analog film to digital changes the format
- But the idea “going to the movies” is (more or less) the same.

Motivations for Digital Cinema (D-Cinema)[Perkis, 2009]

Cost: Reduce the cost of 35 mm prints

Security: Reduce non-authorized copies

Quality: Enhance (or maintain at the same level) the Quality of Experience (QoE) of cinema compared to 35 mm

Diversity: Offer more content

Quality of Experience depends on many factors:

- Resolution
- Frame rate
- Color format
- Compression
- Others

All these factors mix together to create a subjective experience of visual quality.

Film cinema

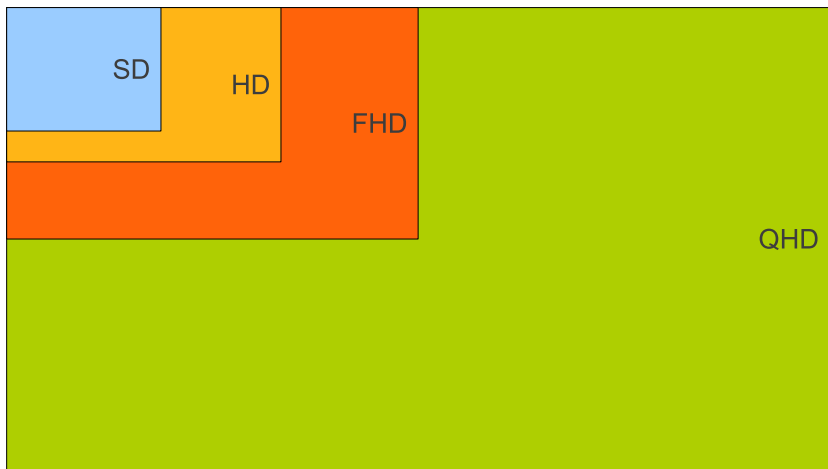
- Resolution: 16mm~2K, 35mm~4K [Kiening, 2008].
- Frame rate: 24 fps.
- Color format: beyond 444.

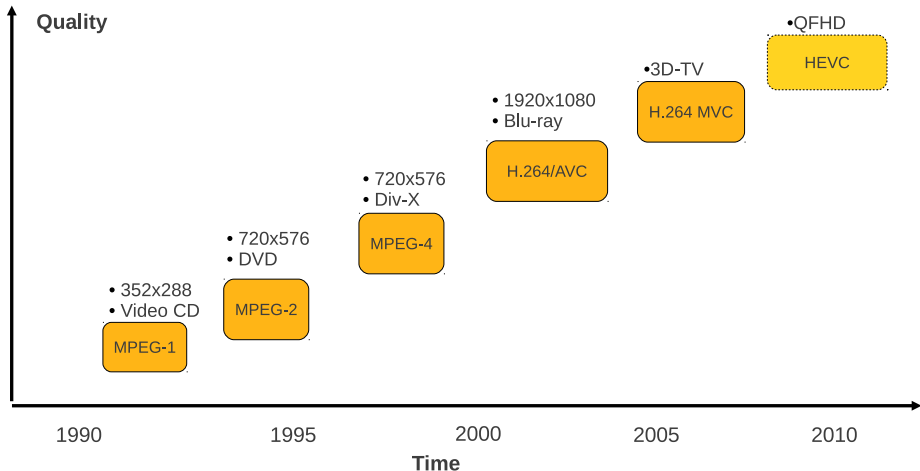
Film cinema

- Resolution: 16mm~2K, 35mm~4K [Kiening, 2008].
- Frame rate: 24 fps.
- Color format: beyond 444.

Digital Video

- Resolution: STD (720x576), HD (1280x720), FHD (1920x1080).
- Frame rate: 25/30, 50/60 fps.
- Color format: 4:2:0, 8 bit. Color information is discarded.





DCI Specification

- A document that describes a system for D-cinema
- Version 1 released on 2005, current version 1.2 2008
- Ensures interoperability and compatibility
- Published as a standard by the SMPTE

DCI Specification

- A document that describes a system for D-cinema
- Version 1 released on 2005, current version 1.2 2008
- Ensures interoperability and compatibility
- Published as a standard by the SMPTE

Digital Cinema Quality

- Resolution: 2K (2048x1080) and 4K (4096x2160).
- Frame rate: 24 and 48 (3D) fps.
- Color format: 4:4:4 XYZ, 12-bit per color
- Compression: JPEG-2000. Max 250 Mb/s

- 1 Introduction to Digital Cinema
- 2 Trends in Digital Video
- 3 Challenges

Ultra High Definition Video

- UHD-1: 4K: 3840x2160p, a.k.a Quad Full HD (QFHD)
- UHD-2: 8K, 7680x4320p
- Frame rates: 60/120 fps
- Color format: 4:2:2, 10-bit.

Ultra High Definition Video

- UHD-1: 4K: 3840x2160p, a.k.a Quad Full HD (QFHD)
- UHD-2: 8K, 7680x4320p
- Frame rates: 60/120 fps
- Color format: 4:2:2, 10-bit.

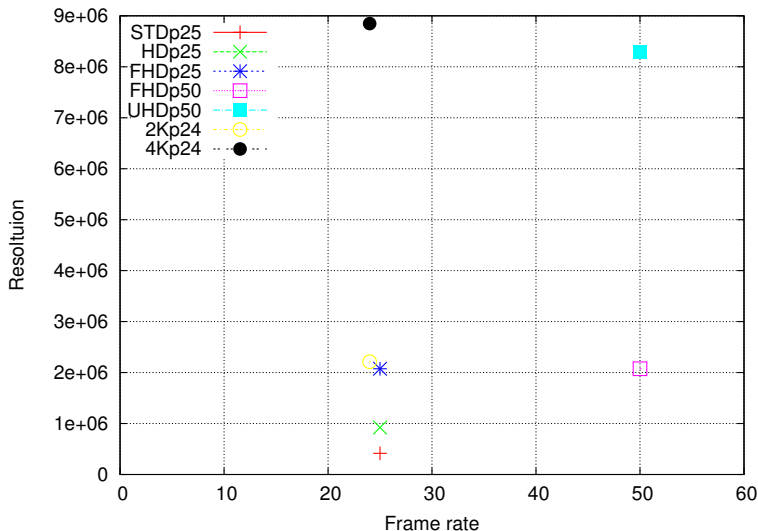
UHD made possible by constant improvements in:

Transmission bandwidth: HD over the Internet.

Storage capacity: beyond tera bytes and improving.

Compression technology: video codecs such as H.264/AVC.

Computing power: for advanced compression, filtering, etc.



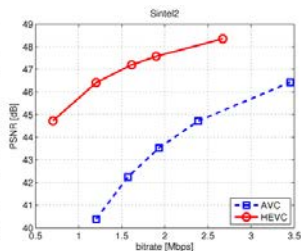
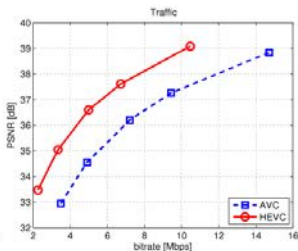
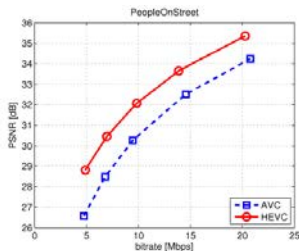
Current status

- Technology is under development and first products are appearing.
- UHD-1 (4K) is under consideration by broadcasters in Europe
- UHD-2 (8k) is under consideration by broadcasters in Japan and Korea

Related Technologies

- HEVC: High Efficiency Video Coding HEVC
- 4K cameras: native content
- 4K Screens and projectors
- Upscaling from 1080p to 4k.

- A new video compression standard being developed by ITU-T and ISO
- Will be ready at the beginning of 2013
- A major application will be UHD
- Improves quality and compression compared to H.264/AVC



HEVC vs H264 [Hanhart et al., 2012]

E-cinema

- Anything apart from D-cinema is called E-cinema
- E-cinema being used in India but with lower quality compared to DCI
- There is not standard. MPEG-2 and H.264/AVC used.

E-cinema

- Anything apart from D-cinema is called E-cinema
- E-cinema being used in India but with lower quality compared to DCI
- There is not standard. MPEG-2 and H.264/AVC used.

UHD as an alternative to D-cinema

- UHD may have better/similar quality than D-cinema
- Consumer electronics will make UHD equipment cheap.
- Can UHD be used for Cinema?

Examples of alternative digital cinema

- Local cinemas: not being counted as cinemas by authorities.
- Non-permanent cinemas: less than one screening per week.
- L'Alternativa Film Festival (Barcelona) in Colombia
- CineSud: independent distribution network by Film Societies.

Upcoming advances

- Higher frame rates: 48, 60, 96 fps
- 2K to 4K transition

D-cinema requires a continuous improvement

- To have the best cinematic experience
- Life of equipment: 5, 7 or 10 years.
- D-cinema as an IT industry.

- 1 Introduction to Digital Cinema
- 2 Trends in Digital Video
- 3 Challenges**

Preservation of the audiovisual history.

Understand the the necessary digital infrastructure required to preserve films digitally

- Content size: quality, compression and storage capacity.
- Long term preservation: data and tools. Emulation or migration.
- Accessibility and usability: metadata management
- Required computing and network hardware: capital and operating costs
- Right management
- Integration of archives with production, distribution and exhibition.

- Provide access in different formats: LowQ for internet access and HiQ for D-cinema
- Online search of archives content

Norway : Norwegian Films, <http://www.filmarkivet.no/>

The Netherlands : <http://imagesforthefuture.com>

European TV : <http://www.euscreen.eu>

European Cinema : <http://www.europeanfilmgateway.eu>



- <http://www.hhi.fraunhofer.de/ip/mc>
- <http://www.aes.tu-berlin.de/>
- <http://www.spin-digital.com/>



Hanhart, P., Rerabek, M., De Simone, F., and Ebrahimi, T. (2012).

Subjective quality evaluation of the upcoming HEVC video compression standard.
In *Proceedings of SPIE*, volume 8499 of *Applications of Digital Image Processing*.



Kiening, H. (2008).

4K+ Systems. Theory Basics for Motion Picture Imaging.



Perkis, A. (2009).

Does quality impact the business model? Case: Digital Cinema.

In *Proceedings of the International Workshop on Quality of Multimedia Experience, QoMEX*, pages 151 –156.

Norway – the first country with a fully digitized cinema system

Presentation

Jorgen Stensland

Director of Consultants

Film & Kino

Norway



Norway

- Norway today:
 - 5 million people
 - 200 cinemas nationwide
 - 420 Screens + Mobile cinema
 - Annual admissions 12 mill

Film & Kino

- Hybrid organization. Owned by the Norwegian local municipalities.
- Trade body for the Cinema and Video industries.
- Collects a tax on behalf of the government: The Norwegian Cinema and Film Fund. Tax on cinema tickets and DVD.
- Approximately 80 million NOK yearly (14 mill USD).

Film & Kinos tasks

- Funds used to support industry and uphold politically decided cultural goals:
 - Film distribution (one in three films on cinemas supported by Film & Kino)
 - Supports film festivals
 - Cinema design and technology
 - Market campaigns
 - Production of statistics
 - Mobile Cinema
 - Filmmeeets, seminars, education
 - Efforts against piracy

Norwegian Cinemas

- 200 cinemas/423 screens.
- 50 cinemas have 90% of the business.
- Unique cinema structure cinemas/culturehouses nationwide.
- Political authorities agree that people should be offered culture where they live.
- Digitalization will benefit smaller cinemas and give them new opportunities.

Tight Margins

- Only the biggest cinemas make money
- Norway is a high cost country in regard to salaries and pensions.
- Ticketprizes increased in the last 20 years, reached a limit for what is possible.
- Concessions necessary for profit.
- Advertising market declined.
- Economies of local municipalities not to good.

Attendance

- Stable attendance (11-13 million) since 1993
- Attendance more and more dependent upon big blockbusters.
- The quality on Theatres, screens, sound and seats are very important.
- Investments and newbuilds give increased attendance.



Digital Roll-out

- Total roll-out costs are estimated at 400 million NOK (70,2 million USD). Per screen this is approximately 800 000,- NOK. (130 000 USD)
- 40% of the roll-out costs from VPF agreements.
- Total contribution from Film & Kino (100 mill NOK-18 million USD) and the cinemas will be about 60% of total costs.
- Financial organizations set up loans that are payed down over 6-8 years through VPF; when finished, the cinemas have no obligations and fully own the hardware.

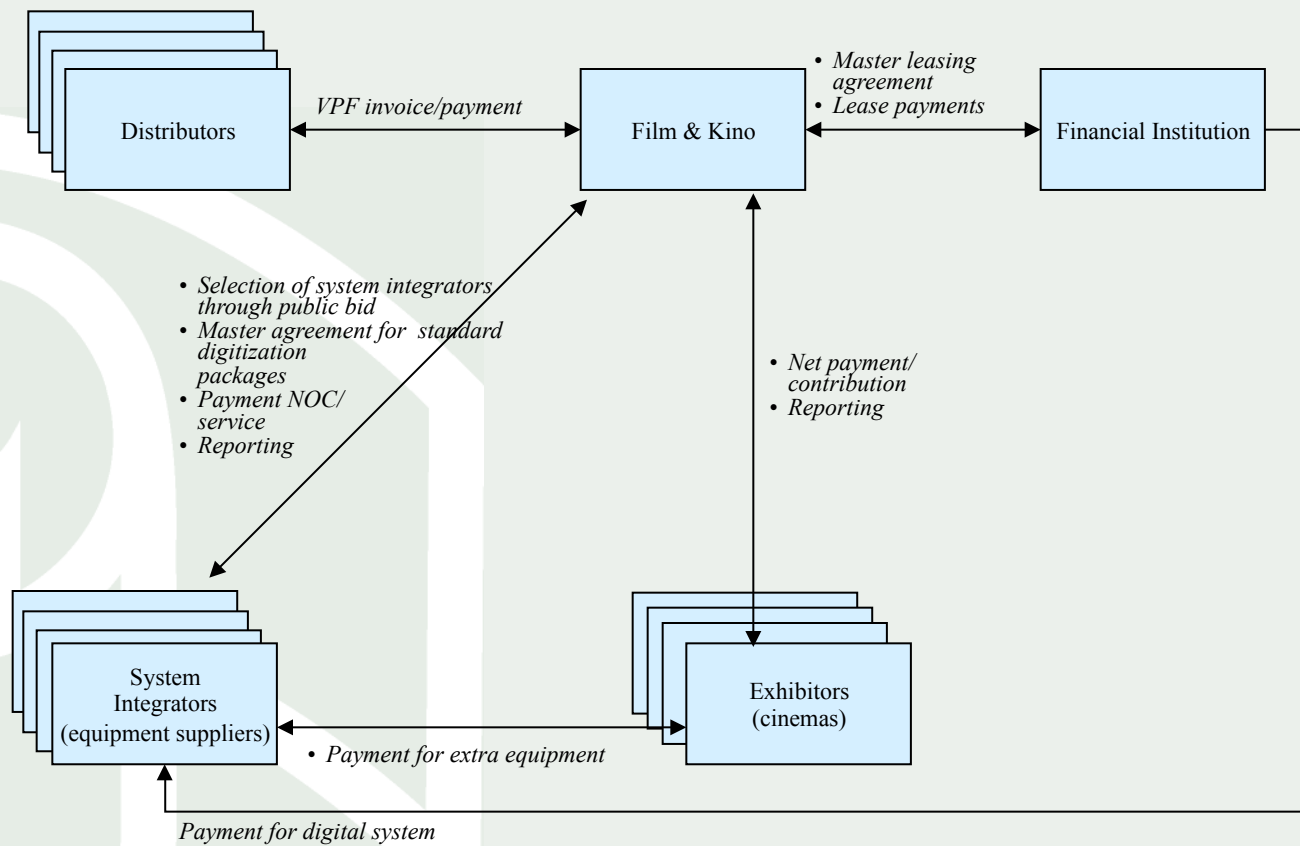
Total costs of digitization 400-450 million NOK (approx 72 million USD), is split between distributors (40%) and Film & Kino and cinemas (60%) including:

- Projectors (2K & up)
- Library servers
- Installation
- NOC operation/service for 6 years
- Financing/insurance





Overall model structure





Current status

- Main rollout finished in June 2011. (No more analogue prints in distribution.)
- Due to a few delays in roll out of a handful cinemas, mean deployment date will be calculated by first of June 2012.
- Roll-out de facto completed in 12 months (commercial roll-outs of about the same scope – 14-18 months)
- VPF income budget (23 million NOK a year – 4 million USD)
- Regime for financial & deployment reporting up and running

AND NOW SOME RESULTS.....

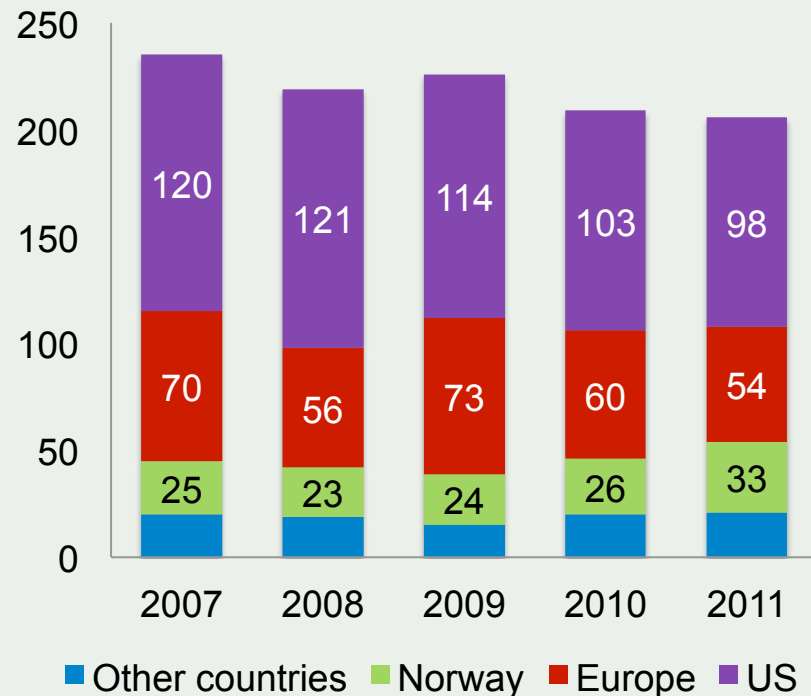
Number of titles in distribution is quite stable



- Number of new titles in 2011 higher than 2010, but lower than earlier years
- Increase in domestic movies
- US movies a bit lower than earlier (generally not major Hollywood titles)

	Norway	Europe	US	Other countries	Total
2007	25	70	120	20	235
2008	23	56	121	19	219
2009	24	73	114	15	226
2010	26	60	103	20	209
2011	33	54	98	21	206

Releases by geographical origin



Admissions and marketshare per region

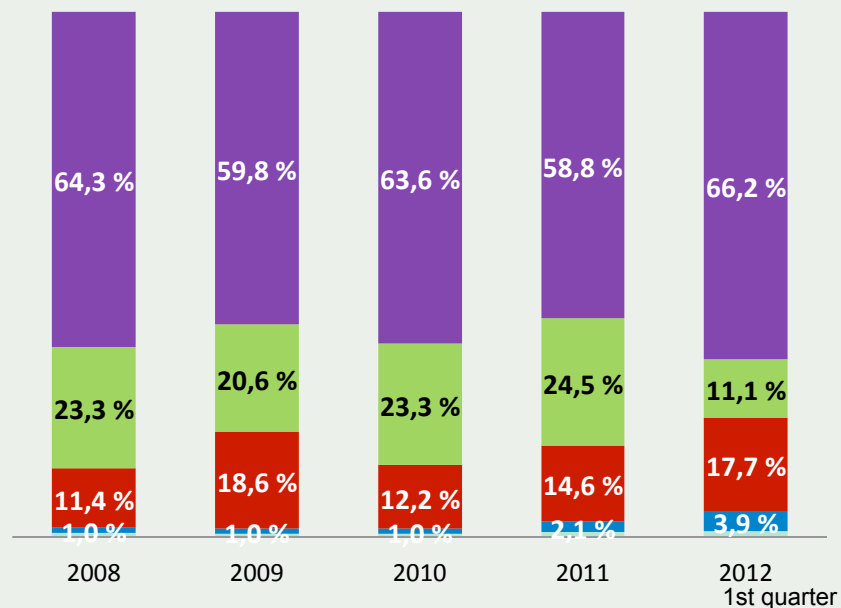


- Norwegian and European movies increasing their marketshare
- Market share is, however, sensitive in regards to single titles, especially for regions with few titles

	Norway	Europe	USA	Other countries
2008	2760'	1350'	7510'	116'
2009	2601'	2340'	7463'	126'
2010	2558'	1340'	6910'	104'
2011	2854'	1700'	6752'	243'

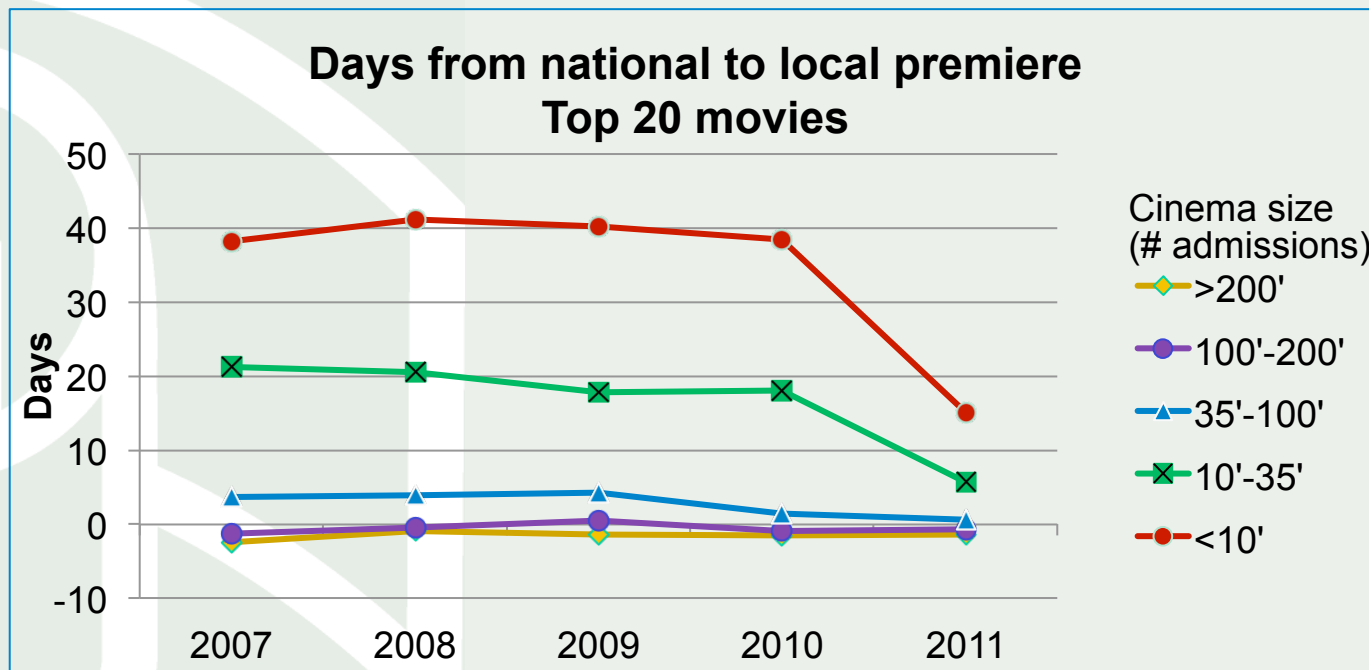
Market share per geographical region

Not defined Other countries Europe Norway USA



New films arrive earlier at the cinemas

- Small cinemas get the movies earlier
- Opening time at local cinema reduced by 50% for group green and red (below 35 000 admissions).
- Measured on top 10 movies



More engagements in cinemas

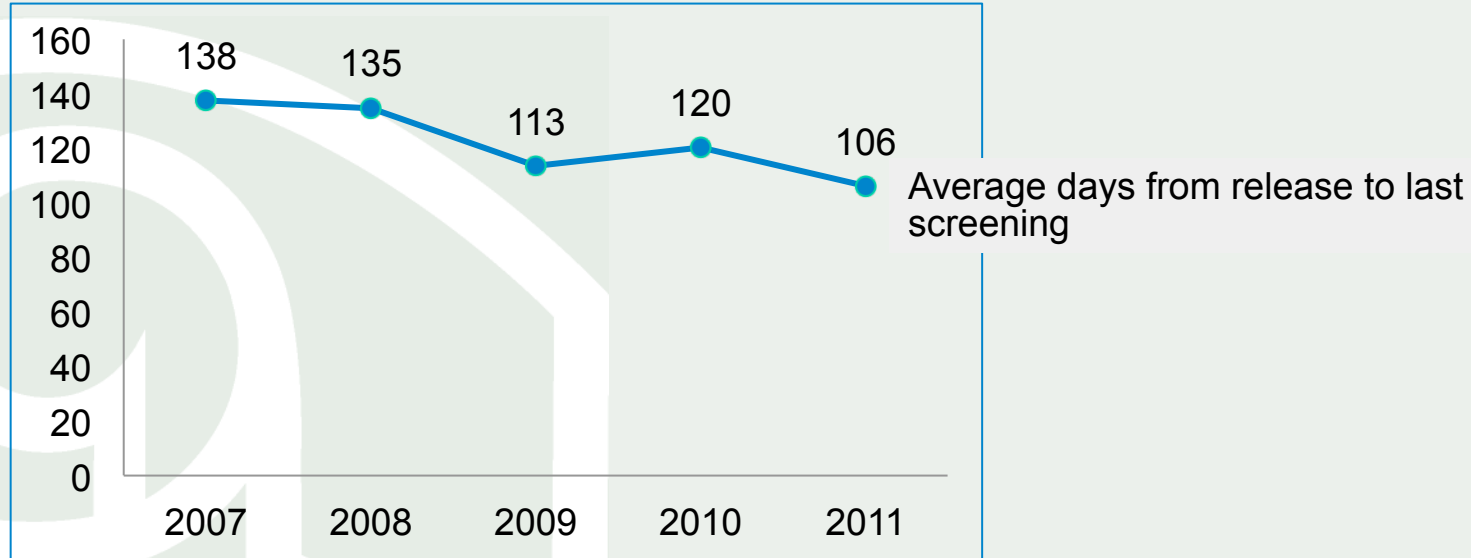


- Number of engagements the first week has increased
- Share of engagements the first week has increased, especially in smaller cinemas:
 - 5% of total engagements within first week on small cinemas in 2009 This increased to 41% in 2011
 - The next group (35-100') had an increase from 21% in 2009 to 67% in 2011

Increased turnover: Shorter theatrical distribution period



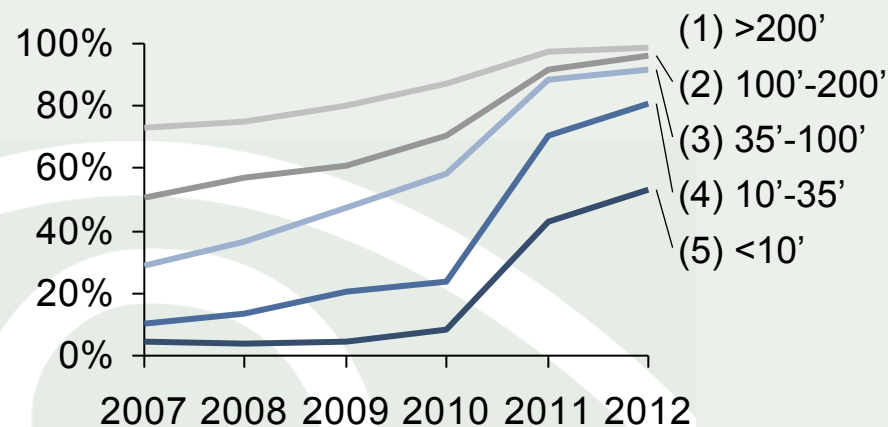
Digital cinema creates faster turnover





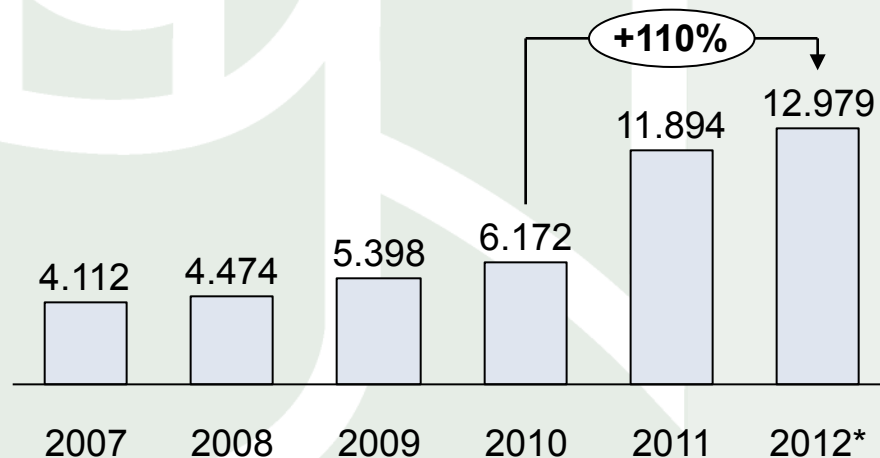
The smallest Cinemas get more premieres

Number of Cinemas showing new films premiere week



- One of the biggest effects are that smaller cinemas get more movies earlier

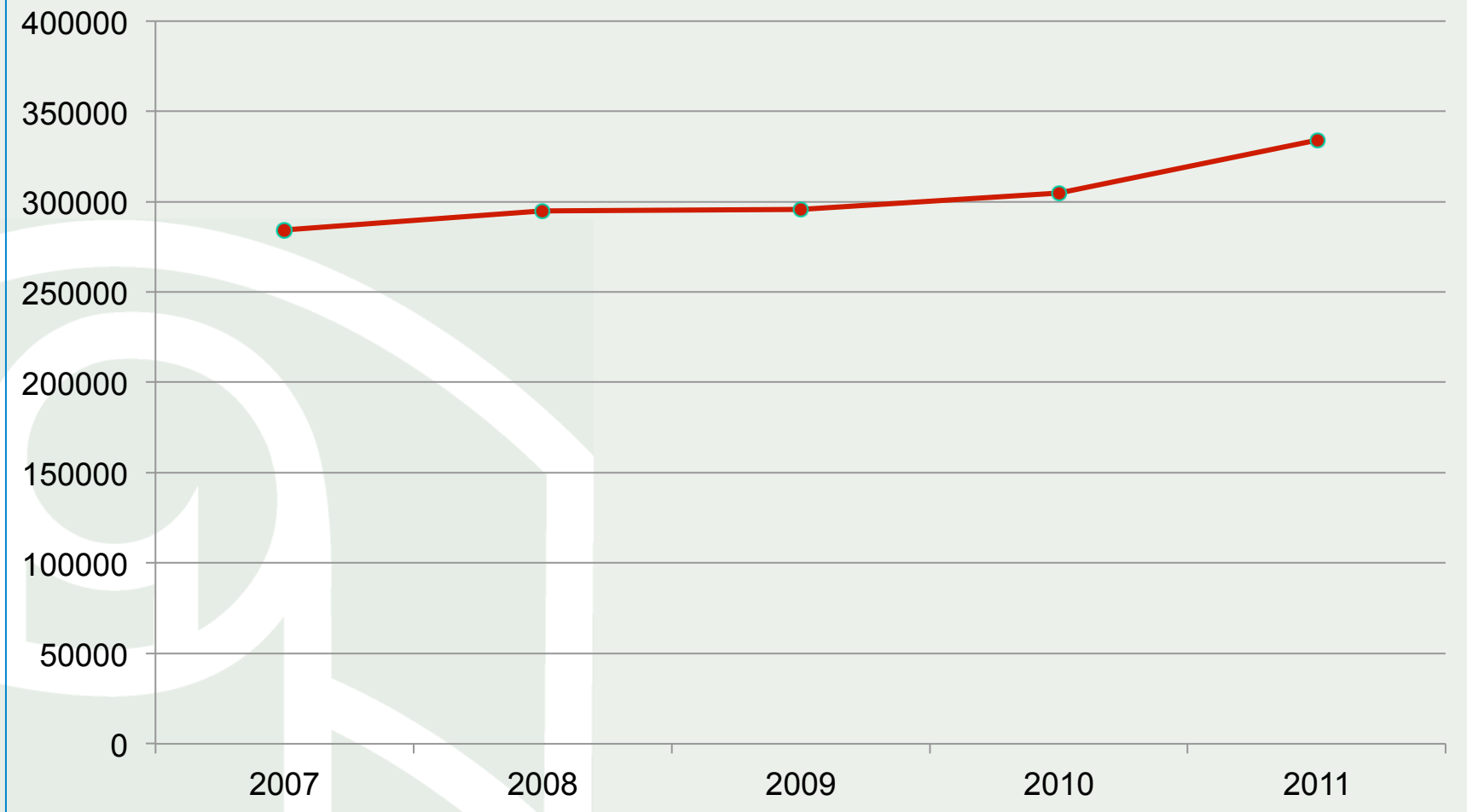
Number of engagement premiere Week



* Annualisert basert på tall til august 2012

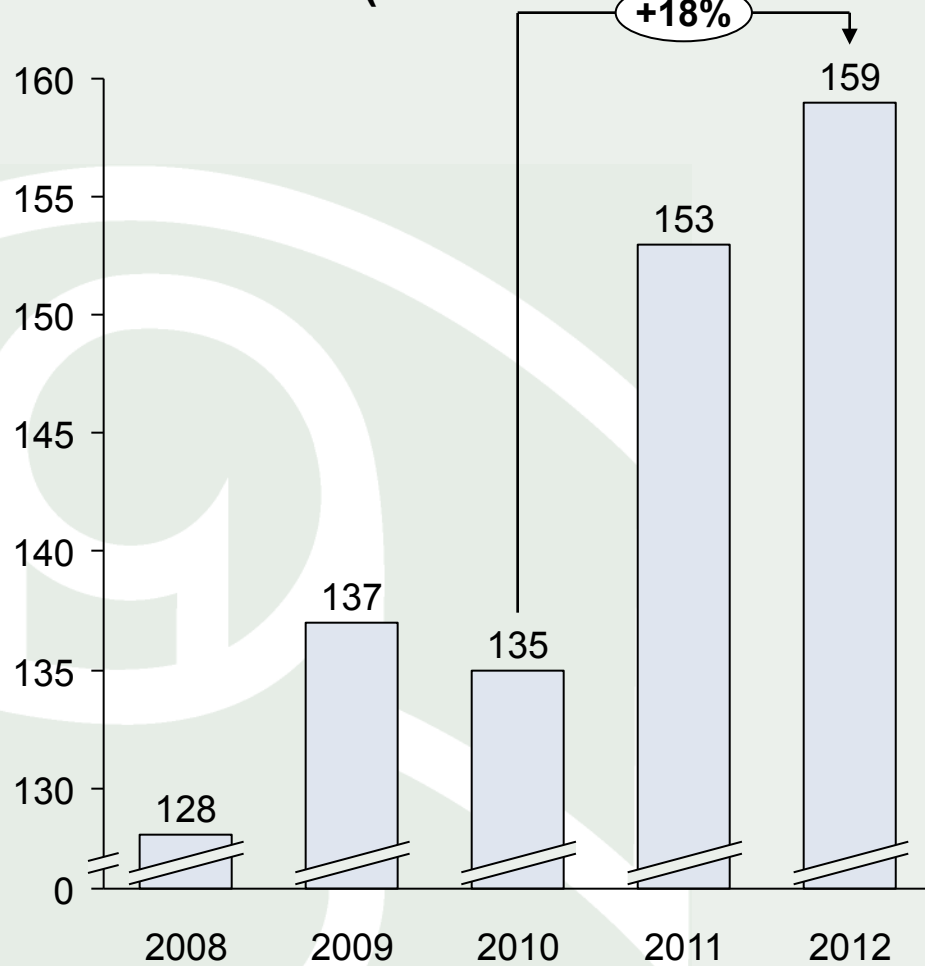
10% increase in screenings from 2010 to 2011

Number of screenings



Big increase in cinemas open all summer

**Number of Cinemas showing movies in July
2012 increases (small cinemas)**

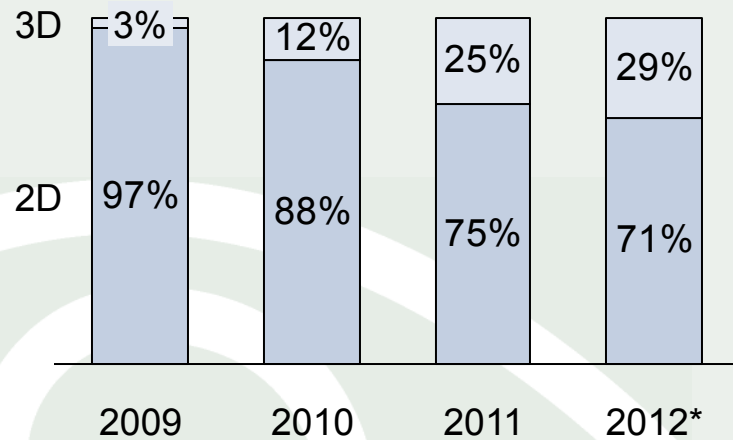


3-D movies



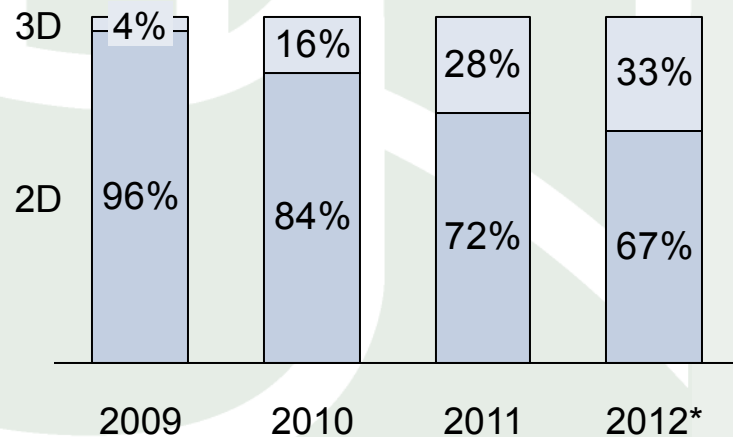
3D-admissions

Millions (Percentage of total admissions)



3D-revenue

NOK millioner (Percentage of total rev.)



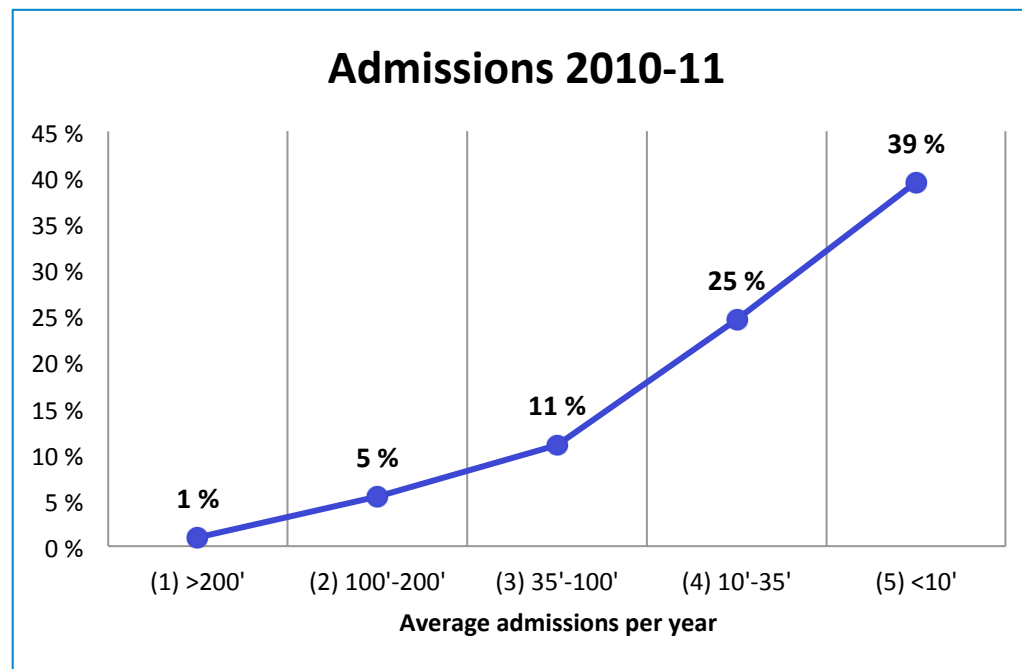
- So far in 2012 3D movies stand for 29 percent of the movies and 33 percent of the box office
- 83% of the cinemas can show 3D

* Annualisert basert på tall til august 2012

Admissions – Bigger and smaller cinemas

- A clear result of digitization is increased attendance in the smaller cinemas.

For the smallest, up almost 40% from 2010.





FILM



KINO

EM 2011 - NÚMERO DE SALAS, COMPLEXOS E DIGITALIZAÇÃO

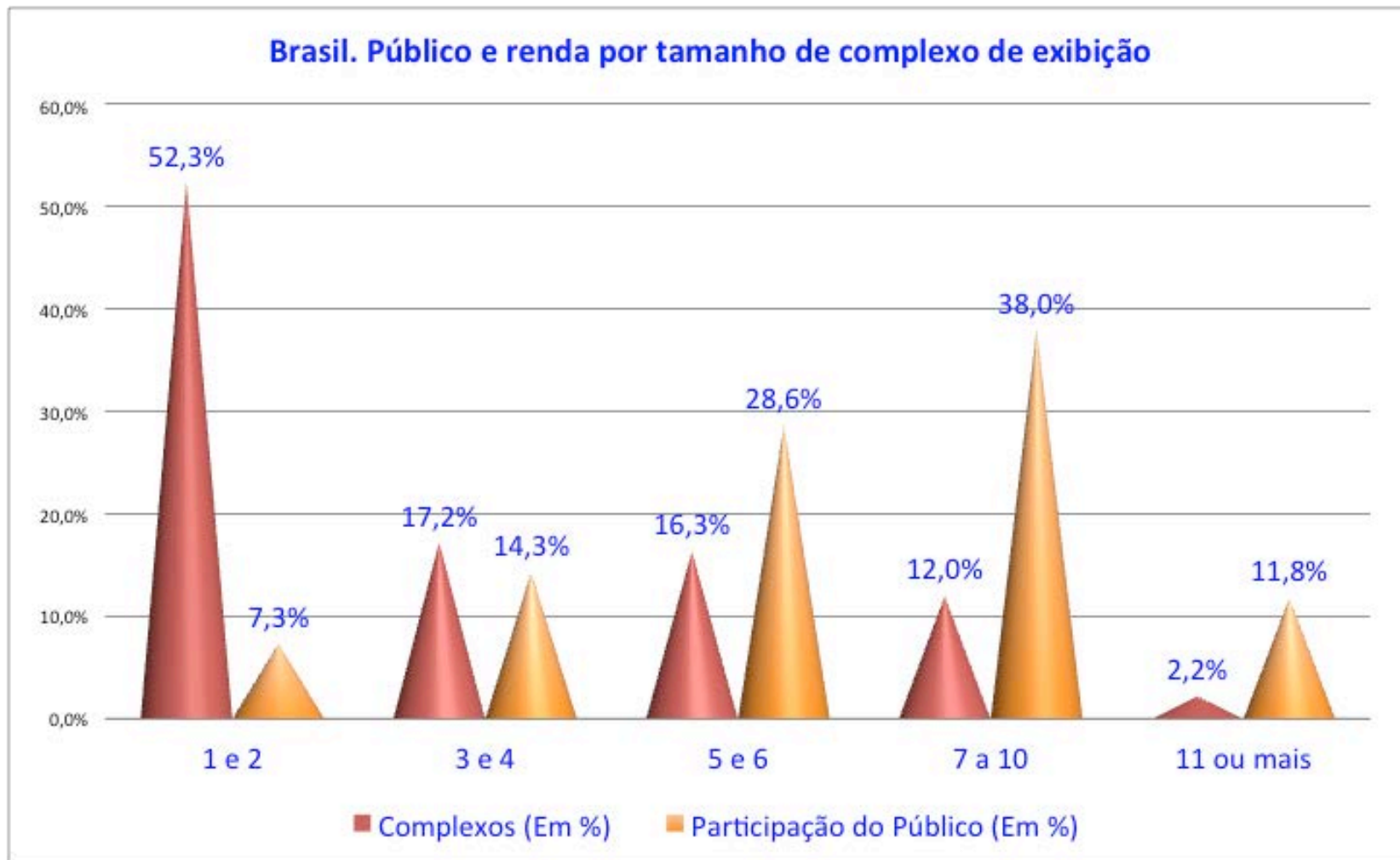
Salas por Complexo	Número de Complexos	Salas	Salas Digitais	Complexos com Equipamento Digital	% Complexos com Equipamento Digital
1	242	242	10	10	4,1%
2	117	234	20	19	16,2%
3	61	183	26	25	41,0%
4	57	228	51	45	79,0%
5	60	300	77	51	85,0%
6	52	312	74	49	94,2%
7	28	196	51	27	96,4%
8	31	248	67	29	93,6%
9	9	81	20	9	100%
10	14	140	32	14	100%
11	6	66	14	6	100%
12	4	48	11	4	100%
13	2	26	5	2	100%
15	2	30	5	2	100%
18	1	18	4	1	100%
Total	686	2.352	467	293	42,7%

CENÁRIO BRASILEIRO - 2011

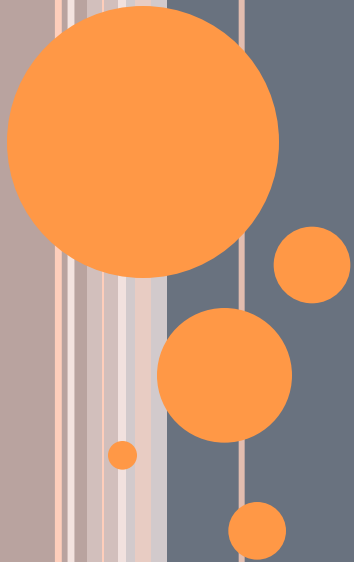
- Salas D-Cinema (padrão DCI)
 - Em 2011
 - Salas 3D: 467 (2011)
 - Crescimento de 78% em um ano.
 - Salas Digitais não 3D: ~40
 - Em agosto de 2012:
 - 601 Salas de Exibição
- Sala e-cinema
 - Salas AUWE: 180
 - Aproximadamente: cerca de 30%
- Salas de grupos estrangeiros
 - (~650): processo de digitalização encaminhado.
- Grupo de 16 maiores exibidores brasileiros:
 - Administrando: 900 salas com ~750 a serem digitalizadas.
 - Buscando solução conjunta de financiamento.



PREÇO MÉDIO DOS INGRESSOS



POLÍTICAS PARA A EXIBIÇÃO



PROGRAMA DE DIGITALIZAÇÃO

- Parte do Programa Cinema Perto de Você, constituído basicamente de oferta de crédito subsidiado (juros negativos) a **integradores brasileiros** para a compra e instalação de projetores digitais em larga escala.
- Os juros do programa estão no patamar de **3% a.a**
- Para **novas salas**, o Programa Cinema Perto de Você prevê linhas de crédito e investimento, inclusive para os equipamentos, com recursos do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), que passará a participar dos rendimentos da sala digitalizadas.



PROGRAMA DE DIGITALIZAÇÃO

- O Projeto de Digitalização também promove a redução de custos dos projetores com a implantação do RECINE:
 - Início da operação em 2012
 - Regime especial que desonera todos os tributos federais incidentes, reduzindo custos de 25% a 30%, sobre a importação ou o comércio interno de equipamentos e materiais de construção para salas de cinema.



RECINE - REGIME ESPECIAL DE TRIBUTAÇÃO PARA DESENVOLVIMENTO DA ATIVIDADE DE EXIBIÇÃO CINEMATOGRAFICA

- Implantação e modernização de salas de cinema.
- Redução de cerca de 30% dos custos de implantação de um cinema.
- Tributos sobre Importação de projetores digitais
 - Sem RECINE: 62,20% de impostos
 - Com RECINE: 21,95% de impostos



PROPOSTA: LINHA DE CRÉDITO DO FSA / DIRETRIZES

- Foco:
 - Grupos exibidores nacionais.
 - Aquisição e instalação de equipamentos compatíveis com os padrões DCI.
 - Objetivo: a digitalização de 1.400 salas até 2015



PREMISSAS FINANCEIRAS

- Período de Investimento: 24 meses
- Custo do equipamento por sala (R\$ 1,80 por USD): R\$ 110.000,00 (com RECINE e 18% ICMS)
- Investimento total: R\$ 86.625.000,00
- Contratos de VPF de 6 anos;
 - 650 US\$ por VPF;
 - limite de 17 VPFs por projetor: 66,300 dólares= R\$ 119.340,00.
- Taxa de administração: 5% do valor do preço de aquisição e instalação do equipamento



CONDIÇÕES GERAIS

- Financiamento máximo: R\$ 110.000,00 por projetor instalado;
- Taxa de juros: 3% ao ano;
- Prazo de amortização: 6 anos;
- Prazo de carência: 30 dias do início da operação do equipamento;
- Prazo de início da operação do equipamento: 90 dias do desembolso dos recursos;
- Itens financiáveis: projetores digitais novos, padrão DCI, unidades de processamento, partes e acessórios, despesas de instalação, seguro e transporte.





DESAFÍOS Y RIESGOS

RETOS

- Exibidores mais frágeis precisam de recursos
- adicionais
- Atender os pequenos exibidores após a
- constituição de empresas integradoras.
- Acelerar o processo de negociação do VPF.
- Pouco tempo disponível
 - – AL chegou tarde nesse processo
 - – Necessidade de organizar exibidores e outros
 - agentes
 - – Volume geral de VPF proposto pelas majors é
 - insuficiente.



RETOS REGULATÓRIOS

- Coleta de informações sobre bilheteria para acompanhamento e controle público.
- Normatização da distribuição dos filmes digitais:
 - normas e padrões técnicos adotados;
 - decisões que envolvem aspectos tributários e de proteção aos agentes nacionais (CONDECINE, uplink dos filmes etc.)



PARADOXO

- Possibilidade técnica de ampliar o número de filmes exibidos
- Risco de lançamentos demasiado amplos.



Gracias!



**GLAUBER PIVA
ANCINE - DIRETOR**

glauber.piva@ancine.gov.br

Tel.: +5521 30376336

www.ancine.gov.br

[Twitter.com/glauberpiva](https://twitter.com/glauberpiva)

www.facebook.com.br/glauber.piva



**Prosperidad
para todos**

PANORAMA DE LA DIGITALIZACIÓN EN LATAM

Mesa de trabajo octubre 11 de 2012



Ministerio de Cultura
República de Colombia

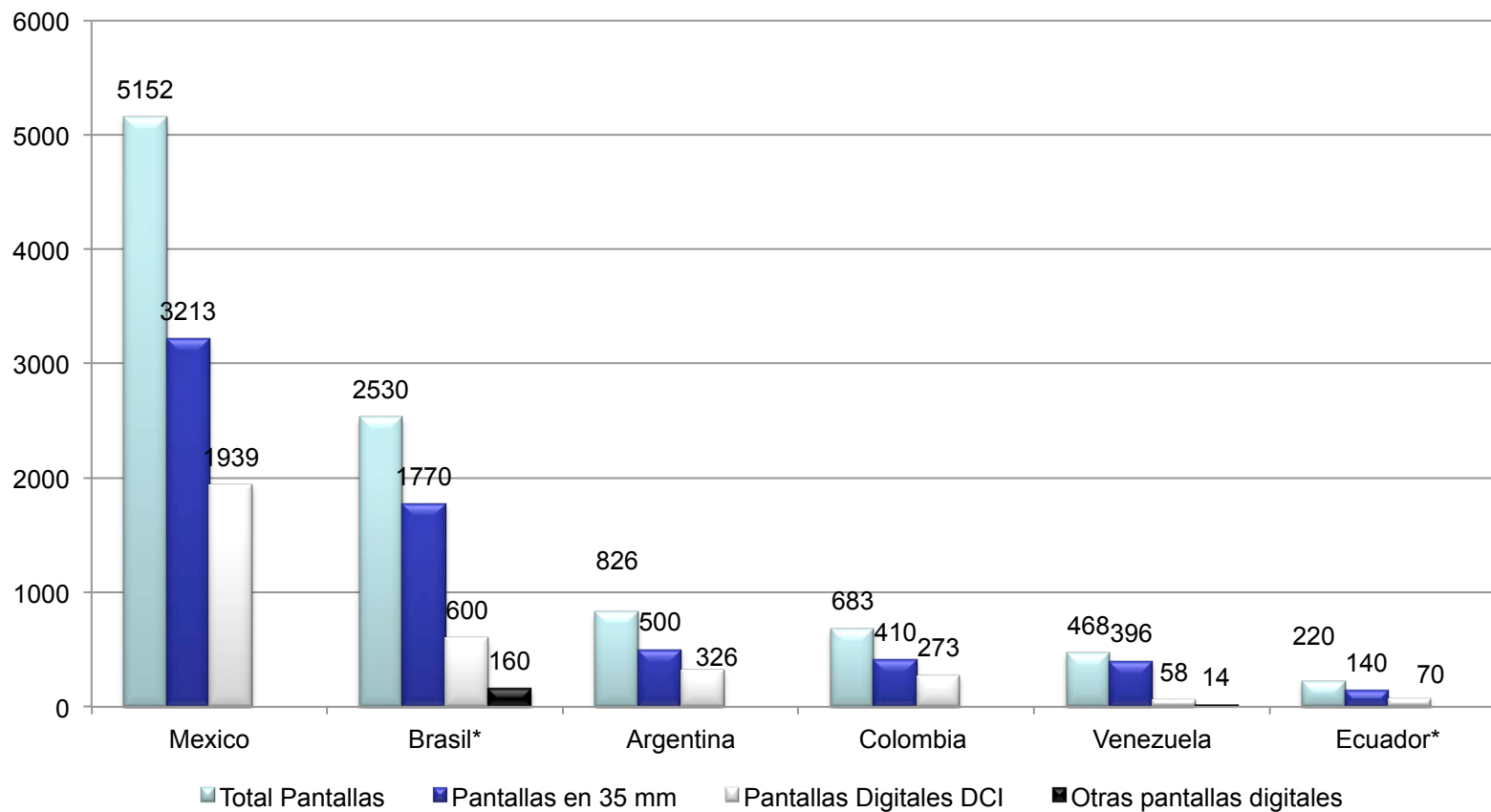
Prosperidad para todos



Preguntas orientadoras:

- 1.Estado de la digitalización de los exhibidores
- 2.Iniciativas y acciones en materia de política pública para apoyar la digitalización
- 3.Principales retos que presenta la digitalización atendiendo a la norma DCI, especialmente para el sector más débil financieramente
- 4.Puntos críticos.

Panorama Parque exhibidor LATAM



Ministerio de Cultura
República de Colombia

Prosperidad para todos

Iniciativas y acciones en materia de política pública para apoyar la digitalización

México

- En México existen pocos apoyos estatales a la exhibición comercial. La única exhibidora que cuenta con recursos públicos es la Cineteca Nacional ya que es una entidad del Estado que recibe presupuesto anualmente.
- El Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (FIDECINE) puede apoyar al sector exhibición a través de su convocatoria, ya sea a través de capital de riesgo, crédito, garantías y estímulos. Sin embargo, el FIDECINE se enfoca mucho más a apoyar la producción por lo que en los 10 años que lleva de operación, únicamente ha aprobado un proyecto de exhibición.

Iniciativas y acciones en materia de política pública para apoyar la digitalización

México

- IMCINE está evaluando la situación y el impacto que pudiera tener la digitalización, estudiando las estrategias que están llevando a cabo otros países, cómo se puede adaptar al caso de México y cómo puede el Estado contribuir y ayudar a la industria en este proceso de manera que no impacte en la distribución de cine nacional.
- Se está solicitando una ampliación al presupuesto que permita apoyar a los pequeños exhibidores en la inversión que deben de realizar.
- En el caso del VPF, está buscando acercar a los diferentes sectores de la industria que permita llevar a acuerdos.
- Además, durante el 2012 se cuenta con un fondo por casi 6.2 millones de dólares USD, que se destinará a otorgar apoyos de hasta 155 mil dólares USD para la distribución de películas mexicanas. Este apoyo podrá ser utilizado para absorber el costo del VPF de las cintas nacionales estrenadas en 2012 y 2013.

Iniciativas y acciones en materia de política pública para apoyar la digitalización

Ecuador

- Aunque en la actualidad no existe ninguna política para la digitalización, El CNCINE viene trabajando en la propuesta de reforma a la Ley de Cine, a través de la Ley de Cultura, con el fin de que el Consejo logre tener competencias reguladoras. Pese a la inexistencia de políticas públicas, el crecimiento de pantallas digitales ha ido del 6 al 8% anual.
- Una propuesta que el CNCINE podría considerar sería la apertura de líneas de crédito, canalizadas a través de entidades de la banca pública, como la Corporación Financiera Nacional (CFN), para que las salas puedan cambiar sus pantallas y demás equipos tecnológicos hacia la digitalización, pero, bajo condición de que permitan multiplicar las oportunidades para la proyección del cine nacional.
- El cambio de tecnología en Ecuador ha dependido exclusivamente de las salas. Los costos del traslado hacia la digitalización son bastante altos y no están al alcance de las pequeñas salas de cine. Dentro del contexto de la digitalización, también podría señalarse que se estima que en Ecuador habrá una baja en el consumo de cintas en 3D, un vaticinio, que se derivaría del efecto que ha tenido últimamente este formato en los públicos del resto del mundo.

Iniciativas y acciones en materia de política pública para apoyar la digitalización

Venezuela

- El Estado Venezolano a través del CNAC, órgano rector en materia cinematográfica en el país, está llevando a cabo medidas de evaluación y análisis de financiamiento de aportes financieros a las salas alternativas e independientes, las cuáles a nivel mundial son las que quedan al margen de poder costear el cambio a cine digital.
- Actualmente el Proyecto de Reglamento de la ley de la Cinematografía Nacional contempla entre los planes de apoyo financieros preferenciales. El establecimiento, acondicionamiento y mejoramiento de las salas de exhibición cinematográficas.
- Una vez entrada en vigencia el nuevo Reglamento de la Ley de la Cinematografía Nacional, los exhibidores tendrán un plazo de 1 año para digitalizar totalmente las salas de exhibición cinematográfica en Venezuela, valiendo la pena acotar que dicho proceso se viene efectuando espontáneamente.

Iniciativas y acciones en materia de política pública para apoyar la digitalización

**Prosperidad
para todos**

Colombia

- Estudio de salas independientes y pequeños exhibidores para conocer sus formas de gestión, infraestructura, tecnología y programación.
- Dos conferencias de digitalización cinematográfica con el fin de comprender dicho fenómeno y convocar al sector en la reflexión
- Diseño en conjunto con Proimágenes Colombia de posibles mecanismos de apoyo para la digitalización de las salas pequeñas e independientes.
- Proyecto Plataforma de distribución online de cine latinoamericana

PLATAFORMA REGIONAL DE DISTRIBUCIÓN DE CINE LATINOAMERICANO

Prosperidad
para todos

PROBLEMAS REGIONALES DE DISTRIBUCIÓN LATAM

1.No existe un mercado regional consolidado: A pesar del enorme potencial de las industrias audiovisuales en América Latina, la industria del cine enfrenta fallas de mercado regionales, que restringen la posibilidad de aprovechamiento de sus oportunidades y fijan un techo a su desarrollo al impedir la formación de un mercado regional consolidado.

2.Productos nacionales exitosos en el mercado local no logran exhibirse ampliamente en mercados vecinos: Por ejemplo, mientras en Brasil, Argentina y Colombia al menos una película nacional ha logrado ubicarse entre las más vistas en los últimos años, ni siquiera esos éxitos locales llegan ampliamente a las pantallas de mercados vecinos.

3.No existen mecanismos de coordinación regional para la distribución de cine: Una de las principales fallas de mercado que está limitando el crecimiento del sector cinematográfico consiste en la ausencia de mecanismos de coordinación regional en la fase de distribución de la cadena de valor de la industria.

PLATAFORMA REGIONAL DE DISTRIBUCIÓN DE CINE LATINOAMERICANO

Prosperidad
para todos

Proyecto beneficiado a través de la convocatoria de Bienes Públicos Regionales del Banco Interamericano de Desarrollo-BID

La propuesta Plataforma de coordinación regional para la distribución audiovisual busca trabajar en red con otros países de Latinoamérica, para generar de manera conjunta estrategias para la distribución de productos cinematográficos latinoamericanos, a través de:

- 1.La constitución de un foro con autoridades cinematográficas de América Latina
- 2.La creación de un portal digital de distribución regional de cine de la región.

PARTICIPAN 6 países de América Latina

- Ministerio de Cultura de Colombia (COLOMBIA)
- Instituto Mexicano de Cinematografía (MÉXICO)
- Consejo Nacional de Cinematografía de Ecuador (ECUADOR)
- Ministerio de Cultura de Perú (PERÚ)
- Consejo Nacional del Cine de Bolivia (BOLIVIA)
- Instituto de Cine y Audiovisual de Uruguay (URUGUAY)

Iniciativas y acciones en materia de política pública para apoyar la digitalización

Prosperidad
para todos

Brasil

- La Ancine está implementando el Proyecto de Digitalización como parte del Programa Cinema Perto de Você, constituido básicamente por oferta de crédito subsidiado (intereses negativos) a integradores brasileiros para la compra e instalación de proyectores digitales a gran escala. Los intereses del programa están en el tope del 3% a.a.
- Además, para las nuevas salas, el Programa Cinema Perto de Você, tiene previstas líneas de crédito e inversión, inclusive para el equipamiento a través de los recursos del Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), que pasará a participar de los rendimientos de las salas digitalizadas.
- El proyecto de digitalización también promueve la reducción de los costos de los proyectores con la implementación de RECINE, que comenzó a operar en 2012, como un régimen especial que exonera de todos los tributos federales incidentes, reduciendo costos entre 25% y 30%, sobre la importación o el comercio interno de equipamientos y materiales para la adecuación y construcción de salas de cine

Iniciativas y acciones en materia de política pública para apoyar la digitalización

Argentina

**Prosperidad
para todos**



Ministerio de Cultura
República de Colombia

Prosperidad para todos

PUNTOS CRÍTICOS

**Prosperidad
para todos**

1. Mediar entre las formas ya impuestas por el negocio de la digitalización entre los diferentes agentes de la cadena, con el fin de lograr condiciones más equilibradas para los más pequeños.
2. Posibilitar un trato equilibrado en pantalla de producciones nacionales, latinoamericanas y otros contenidos.
3. Lograr la desconcentración y descentralización de los exhibidores y de los contenidos, ampliando su presencia y su oferta

PUNTOS CRÍTICOS

**Prosperidad
para todos**

1. Los altos costos que todavía implica la digitalización de los exhibidores, especialmente en el caso de los pequeños e independientes.
2. La incorporación tardía de América Latina en el proceso de digitalización.
3. La necesidad de contar con iniciativas públicas para contribuir a la digitalización especialmente para el sector más débil financieramente. La mayor parte de las entidades públicas de América Latina no cuenta con grandes presupuestos para poder asumir la digitalización de una manera masiva y equilibrada para el sector pequeño e independiente. Con excepción de países como Argentina y Brasil que ya tienen políticas implementadas y programas en marcha en este sentido.



**Prosperidad
para todos**

GRACIAS



Ministerio de Cultura
República de Colombia

Prosperidad para todos





La digitalización de las salas de cine en Francia

Julien EZANNO

Centre national du cinéma et de
l'image animée (CNC)

¿Por qué proyección digital?

- Es impuesta por Hollywood. Se entiende si se hacen cuentas: **mil millones de dólares** se economizan si se hacen copias digitales en lugar de copias en 35mm.
- El master digital cuesta 12 000 euros si la posproducción es digital (92% de las películas en Francia); 40 000 euros si se parte de una base en 35mm. Una copia digital cuesta **150 euros**, una en 35mm entre 750 (Blockbuster americano) y 2 200 euros (Le Ruban Blanc).
- Como consecuencia, los exhibidores en el mundo, al menos los que programan **cine norteamericano**, se ven directamente afectados por esta evolución.
- Es indiscutible, por otra parte, que con el paso al digital **la calidad de la proyección** tanto en el plano visual como en el sonoro mejora sensiblemente.

El equipo

- Un proyector (50 000 a 60 000 euros).
- Un servidor (15 000 euros).
- Un anamorfoseador u otro sistema óptico.
- Un ondulator.
- Un equipo de sonido.
- Un equipo de tercera dimensión sin las gafas.
- Extractor de aire – aire acondicionado en la cabina – trabajos eléctricos.
- Cableado – almacenamiento – servidor en la sala.
- **Total: aproximadamente 75 000 euros en Francia.**

Proyectores

- 5 marcas y 2 tecnologías:
 - NEC (Texas Instruments) - JP
 - CHRISTIE (Texas Instruments) - US
 - CINEMECCANICA (Texas Instruments) - IT
 - KINOTON (Texas Instruments) - DE
 - SONY (Sony en 4K) – JP
- Prácticamente un monopolio para los servidores: DOREMI.

Financiación

- **Privada** para la mayoría de los exhibidores: sistema de un tercer inversionista, como para UGC por ejemplo. Hoy, 3 191 pantallas tienen equipo digital (5 500 pantallas en Francia).
- Ampliamente **subvencionada** para la explotación más frágil que se beneficia poco de los VPF: 1 000 salas en 750 establecimientos:
 - Aportes propios (10%).
 - Ayudas de las administraciones locales.
 - Ayudas del Estado (CNC).
 - VPF.

Ley relativa al equipo digital

- Obliga a los distribuidores a desembolsar VPF para financiar el equipo de proyección digital de las salas (de 450 a 650 euros en promedio por película).
- Garantiza la libertad de programación de los exhibidores y la de los distribuidores en lo relativo a los proyectos de estrenos – Enmarca las negociaciones entre exhibidores y distribuidores.
- Esta ley fue promulgada el 30 de septiembre de 2010.

Ayuda CNC a la digitalización de las salas

- Decreto publicado el 2 de septiembre de 2010.
- Puede financiar hasta el 90 % del equipo.
- Bajo la condición de que el exhibidor haya solicitado el apoyo de las administraciones locales y de que con fondos propios financie el 10% del costo del equipo.
- Bajo la condición de que la sala tenga un mínimo de cinco funciones semanales.
- Progresivamente se hará más flexible este criterio para ayudar a las salas con menos funciones (las que están abiertas únicamente en ciertos períodos, las rurales, las de los centros culturales y las de los centros que albergan congresos, etc.) y los circuitos itinerantes.
- Tiene un tope de gastos: 74 000 euros mas 10 000 euros para gastos en los establecimiento con varias pantallas.

Ayuda CNC

- Para finales de septiembre de 2011, ayudas para 331 pantallas en 245 centros de exhibición que totalizan 15 millones de euros (5 en subvenciones y 10 en adelantos reembolsables).
- 300 solicitudes completamente diligenciadas serán examinadas por la comisión de selección.
- 400 solicitudes de exhibidores están completando los requisitos.
- No hay criterios culturales para la atribución de la ayuda.
- 1 comisión por mes.
- Presupuesto global para tres años: 125 millones de euros.
- Parte de la ayuda bajo forma de subvención y parte en forma de adelanto (crédito gratuito).

Debates actuales

- ¿Qué contratos a largo plazo son posibles entre los exhibidores y los distribuidores para los VPF?
- ¿Para los equipos qué porcentaje deben asumir los VPF: el 75%, el 90%? En la actualidad esas tasas se determinan de común acuerdo entre las partes.
- ¿Cómo manejar el problema del fin de los 35mm dado que los distribuidores quieren ya deshacerse de ellos? ¿Qué hacer con las salas no digitalizadas?
- ¡Mejor desempeño pero costos de mantenimiento altos!
- Constatación tranquilizante: a nivel macro no hay perturbaciones de la programación. (El sistema digital no afecta la diversidad).

Interrogantes

- La conservación: los estudios guardan una copia en 35mm de todas sus películas.
- Se sabe que ya ha ocurrido que archivos digitales se pierdan definitivamente.
- ¿Qué tipo de soporte asegurará la conservación en el futuro? No se sabe. Todo lo que conocemos es que las copias en 35mm se conservan por lo menos 100 años.
- El deposito legal de las películas: 35mm.

Digital cinema in Europe and the Swedish experience

Rickard Gramfors, Folkets Hus och Parker

Also representing Europa Cinemas today



Folkets Hus och Parker



- **DCI compliance - implications for the independent cinema sector**
- **National policies and support schemes in Europe**
- **Sweden and FHP – 10 years of digital cinema**



DCI – a global specification

DCI - Digital Cinema Initiatives

Association of Hollywood's biggest studios

Purpose

Investigate and enforce a global digital cinema standard

Result

2K (or 4K) projector

JPEG2000 server

Security/encoding

3D standards

Fact

No DCI equipment – no Hollywood film

No DCI equipment – no global film?



Equipment - cost and financing

Few approved projector/server manufacturers
No Moore's law ...but prices slowly going down

Cost today – projector and server

€ 40,000-70,000

3D: € 10,000



Financing – the big picture

Multiplex cinemas: increase in 3D revenue

VPF – Virtual Print Fee. Distributors participate

Independent cinemas:

Government/community/regional support schemes

VPF/own financing (increase in 3D revenue/live content)

Loans/sponsors/other

DCI-compliancy

No turning back. 2K/JPEG2000 is the standard

DCI standard recognized by the majority of the industry as well as most governments

Fast rollout = no more 35mm prints

Challenge: independent cinemas digital rollout worldwide

1. Public funding/other financing
2. Prizing of equipment

Development:

New, broad, diversified film repertoire

3D

Live alternative content



Before we continue:

Digital cinema is not a cost

It's an investment

It's a development

It's a financial opportunity



Digital cinema in Europe



Early developments

- 2002** Sweden – FHP: Europe’s pioneer digital cinemas
7 cinemas (1.3K/MPEG2)
Financing: LO (the union), foundation, local funding
- 2003** Holland – Docuzone/CinemaNet Europe (1.3K)
Circuit of digital cinemas for documentary films
Financing: Dutch Film Foundation
- 2005** Great Britain – first support scheme in Europe (2K)
250 screens, big and small cinemas
Financing: UK Film Council (lottery money)

Digital cinema in Europe today or: Digitize or die

Global

Big increase in digital screens

2011: 36 609 digital cinemas = 40% of global screens

Growth 2011:124%

Equals 32% of all digital cinemas

Europe

30% of European screens digital

Doubled in one year

15% of Europa Cinemas' screens digital

Fast decrease in 35mm prints in many countries

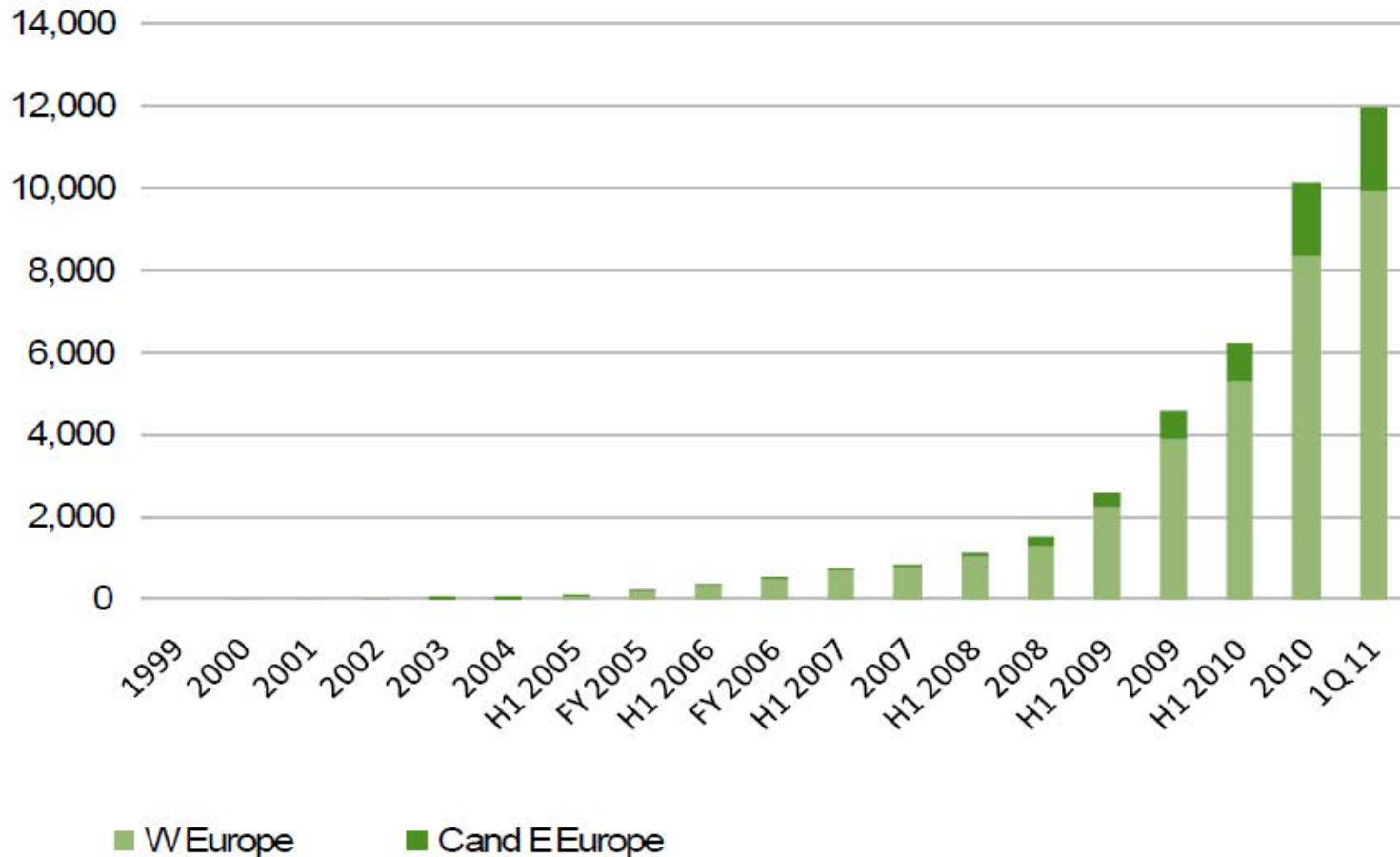


Total European d-screen growth



has
acquired

screendigest



Digital screen penetration of total screen base

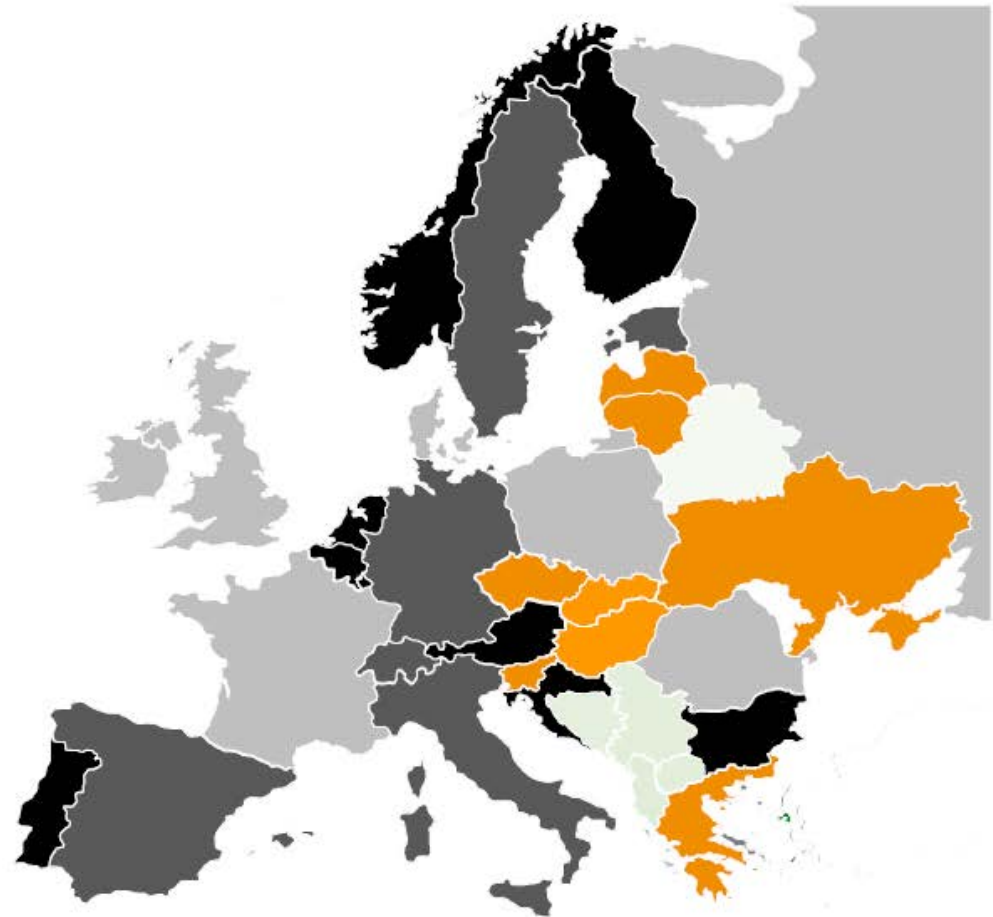
1Q 2011



has
acquired

screen
digest

- 0 to 10 per cent
- 10 to 20 per cent
- 20 to 30 per cent
- 30 to 40 per cent
- 40 per cent plus



Source: Screen Digest

Copyright © 2011 IHS Inc. All Rights Reserved.

National policies in Europe

New initiatives every day

To ensure the cinema infrastructure and cultural diversity

Governments concerned about the independent sector

VPF model not suitable for all independent cinemas:

EU and national support systems needed

Different models in different countries

Concerns

How to secure financing so no cinema is left behind?

Questions from competition authorities

Questions from the major exhibitors



Europa Cinemas view

Claude-Eric Poiroux, General Director, Europa Cinemas:

The diversity of European cinema is brought closer to European audiences via 2,000 screens in the network

400 of 815 theatres in Europa Cinemas: VPF financing
30% of cinemas in the network digital today

Europa Cinemas view

1 – Necessity of digitisation

Digital technology rapidly replacing 35mm

Digital projection: high quality, no degradation of quality

3D: commercial+arthouse (Wenders, Herzog, Godard...)

An end to transport, storing, mounting film reels.

Re-programme thanks to server storage

Diversify programming and enlarge offer with cultural contents (live and captured 3D)

Demanding audience, used to home entertainment

Europa Cinemas view

2 – The urgency of getting equipped

Rapid development in USA, Europe and China

Digital is the norm in multiplexes

Distributors: DCP' s as quickly as possible, no more 35mm

Cinemas with 35mm, risk closing down in a few months

The entire sector is looking to accelerate the transition

Latecomers are heavily punished and risk finding themselves sidelined

Europa Cinemas view

3 – The inequality of cinemas faced with digital technology

First-run theatres in ten large countries - VPF deals

Small markets and small cinemas - no VPF:

Not enough circulation to finance equipment

No private capital to finance digital equipment

European, national or regional funds need to step in

Urgency and necessity of helping these cinemas digitise, so that they may continue their cultural and social mission

Europa Cinemas view

Certain countries have already introduced support measures, others complementary support to certain types of theatre. Measures are insufficient or unequally distributed within Europe

Support on European level

Europa Cinemas: Funding for digital projection of European films. Maximum 5,000/year for single-screen
Maximum € 10,000/year for multiple screens
Maximum 5 years, and total € 20,000

MEDIA Programme

European Regional Development Fund

LEADER

EU structural funds

Europa Cinemas view

4 – The benefits of digitisation for European cinema

Diversified repertoire

Quick access to new film

Reach young audiences

More European film under better conditions

Digital makes cinemas more attractive

Helps European films reach larger audiences

Transformation goes hand in hand with the digital evolution of promotional methods

Europa Cinemas view

**Digital technology promotes the cinema:
a unique and prestigious location
for cultural encounters,
open to all films and all audiences**

Claude-Eric Poiroux

France

Largest number of digital screens in Europe

3,382 digital screens in 909 cinemas
(2,215 with 3D)

National support scheme + VPF



Great Britain and Ireland

Great Britain

More than 50% of all screens digital
2011: Most films digital only in



Digital Funding Partnership (industry initiative)

400 screens (10% of total) digital within 18 months

VPF system from XDC

8 year deal. Each cinema pays € 115/month

Ireland

Cinema Digitisation Scheme (CDS) 2009 and 2011

Financing: Cultural Council and Irish Film Board

2011: More digital films than 35mm

Many rural cinemas in danger, if no government scheme



Germany

Third place in Europe (after France and Great Britain)
12,1% of Europe's digital screens

Purpose of support

Preserve cultural diversity in German cinemas

Support small/mid-size cinemas

Screening German/European films

Support to cinemas with less than € 260,000 turnaround
and more than 8,000 tickets/year

Cumulative support from different bodies



Germany

BKM (Ministry for Culture and Media)

Maximum 25% of investment to select cinemas
(maximum 17 500 €/screen)

Maximum 30% of investment if:

50% EU films (revenue or no of titles) during 3 years,
or town with less than 20,000 inhabitants

Cinemas must contribute a maximum of 20%

Cinemas must be part of local funding scheme

FFA (German Federal Film Board)

Support from FFA, same criteria as BKM

Maximum 15% of investment (maximum 10,000 €)

No support for 3D



Germany

Federal governments

Support up to € 17,000-20,000 depending on government
Cinema must participate with 20% own investment

Commercial cinemas

Must invest themselves. (New industry initiative coming)
Less than 8,000 tickets/year. No support

Many independent cinemas can't raise the 20%

Some hope digital will not happen

Some believe that below 2K is enough

Sceptical to DCI, standard enforced by Hollywood,
not for arthouse film



Austria

AUSTRIA

388 digital screens, out of 578 (67%)

Mainly multiplexes

Government support: Ministry of Culture

2011: € 500,000 arthouse cinemas

2012: € 500,000 cinemas in rural towns

- Must screen at least 30% European (non-national) films, 10% Austrian films
- Maximum € 20,000/screen, up to 25% of total investment
- Support should be complemented with support from local authorities (20-40%)



The Netherlands

National support: Cinema Digitaal

Non-commercial independent organisation

Distributors, exhibitors, EYE Film Institute (Dutch film)

2011-2012: digitize all cinemas

VPF model (Arts Alliance) and government funding

The whole industry involved,
except the major players, who finance themselves

Total budget: € 38 million

(32 from private sector, 6 from government bodies)

64% from distributors, 22% from exhibitors

Cinemas also pay € 20/hour for alternative content

Scheme has been authorised by competition authorities



Spain

Government support planned
ICAA (Institute for film art and audiovisual media)
Nothing finalized

Independent cinemas waiting

Digital Output: All films still available in 35mm



Italy

900 screens digital (most in multiplexes) out of 3,217

Support scheme

Tax deductions

VPF deals between exhibitors and distributors

Local support available in some areas, more and more

Arthouse cinema: slow rollout

Very few film titles digital

Total digital rollout depends on results of tax deductions, VPF and regional support



Central and Eastern Europe

Government initiatives

The Czech Republic: national support. 50% of cost
170 digital screens, out of 720

Slovakia: Investigation before support scheme

Poland: national support: lack of financing

A number of screens digital. Support 50-70%

Croatia, Slovenia: plans for support, but no timeline

No government support

Hungary: growing gulf between multiplexes and
independents, who get no government aid

Romania, Estonia, Latvia, Lithuania, Bulgaria



No national support schemes

Belgium (some local funding)



Luxembourg



Greece (no plans because of financial crisis)



Portugal (some "cultural cinemas" support from EU's structural funds)



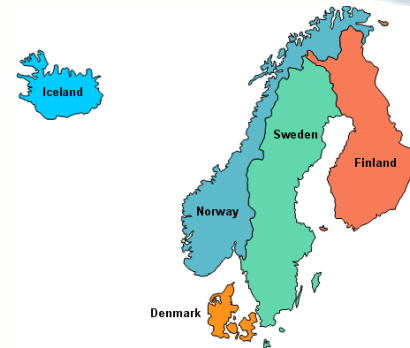
Scandinavia

Highest digital cinema growth rate in Europe 2011

Denmark (444%)

Norway (339%)

Sweden (308%)



Norway

All cinemas digital in 18 months
(January 2010-July 2011)

All 414 screens

Budget: 4,7 million €

Most cinemas community owned

Financing

Film & Kino (financially strong government body)

Exhibitors

Distributors: VPF model – all distributors involved

August 2011: no more 35mm prints in Norway!



Denmark

83 digital screens, out of 162

Danish Film Institute: plan support scheme, fall 2011

2 schemes (min 60 seats/40 screenings/year)

- Rural cinemas (maximum 20,000 inhabitants): support for digital projection of domestic films Based on screenings of Danish films (at least 25%). Maximum support € 20,000
232 2K/3D screens (total 819 screens)

- Specialised cinemas: min 60% non-US films
Maximum support/screen: € 20,000

Or: VPF support: € 250 per Danish film rewarded to cinema
Maximum support/screen: € 20,000



Finland

The Finnish Film Foundation

looks to digitize all screens before the end of 2013
30% of screens already digital

Support offered to cinemas in rural areas
Maximum € 25,000, or 60%,
if total cost less than € 50,000



Single-screen cinemas in rural areas: up to 70-80%

Total government budget for digital cinema per year:
€ 4,000,000



Digitala Hus

Folkets Hus och Parker

The cinema situation in Sweden

2002-2009:

Slow rollout: **SF Bio/Svenska Bio – monopoly**

80% of the market, 95% in the big cities

*No need for digital cinema when you get all films
The monopolist controls the market, film availability...*

2011: 50% of SF screens digital (driven by 3D)

2012 Q2: 100% of SF screens digital
(VPF deal/own financing)

No more 35mm film?



Digital rollout in Sweden

- 2002-2009: no subsidies for digital cinema
FHP rollout without support
- 2009: First support from SFI: pilot project
28 cinemas. 60% of investment
- No VPF in rural town cinemas
- 2010: 50% of investment for rural town cinemas
Limited amount/year
- 2011-2013: Government scheme: € 6,000,000
(€ 1,500,000/year during 4 years)
50% of investment to rural towns
and art house cinemas in big cities
- **November 2011:**
232 2K/3D screens (out of 819 screens)



Folkets Hus och Parker (FHP)

The National Federation of People's Parks and Community Centres

- Non-profit member organization
- 125 People's Parks, 533 Community Centres
- 200 cinemas. 97% single screens (mainly rural towns)
- 4 cinemas in main cities. Members of Europa Cinemas
- Seat capacity: 50,000
- 4.5% market share
- History:
long wait for new film releases
because of lack of 35mm prints



Digital cinema - a solution to a Swedish problem

Cheaper, easier, quicker distribution

Vast distances

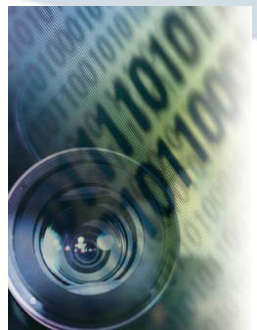
Many small town cinemas

New and broad film repertoire in rural communities

Live alternative content in the whole country

Live opera – not 3D drives rollout in Sweden

Many local communities finance digital cinema
to give cultural content to the people



Digitala Hus (Digital Houses)

FHP 2002: Europe's first digital cinema circuit

7 cinemas (1.4K/MPEG2)

FHP 2011: 65 digital cinemas

45 2K/3D

(Financing: SFI/Leader/local community/
sponsors)

20 1.4K (live events/Tvix/BluRay) Must invest in 2K

Co-operation live

45 independent partner cinemas (live events)



Digitala Hus

Folkets Hus och Parker

Broad repertoire

Digital 3D

Premieres of box office hits

European cinema available

Arthouse films available

Documentaries

Restored classics

Short films

Locally produced film

Film by young filmmakers



From cinema to experience centre

Alternative content

Connect digital equipment to satellite, broadband, Tvix, BluRay, video games, interactive meetings

Modernization of the cinema

Flexibility

Daytime use

New content

New audience groups



The Metropolitan Opera

Live in HD and surround sound

1pm New York = 7pm Sweden
English subtitles

More than 1,600 venues
54 countries
More than 2 million visitors/year
Increase of audience in New York 16%!

Sweden

110 venues
More than 60 000 visitors/year



National Theatre 2011-2012

5 plays

Thursdays, 8pm

English subtitles

Very high artistic and technical quality



Ballet 2011-2012

The Bolshoi Theatre, Moscow

5 live ballets

Sundays, 5pm

Royal Opera House, Covent Garden, London

3 live ballets

Mariinskij Theatre

St Petersburg

Giselle 3D, recorded



Berlin Philharmonics

Gala concert Dec 31 2011

Live from Berlin 6pm

Big success 2010!



Live rock 2011

August 30

Red Hot Chili Peppers

No continuous rock repertoire today
Some recorded events in 3D

Concerts 2003-2010

David Bowie

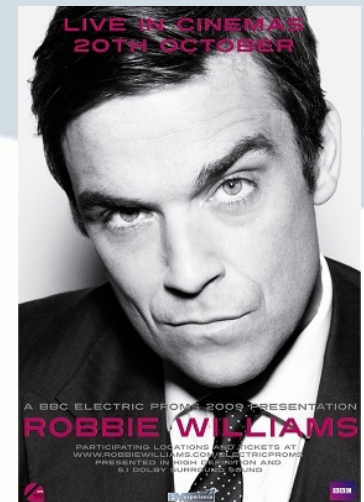
Robbie Williams x 2

Metallica, Slayer, Anthrax, Megadeth

Genesis

David Gilmour

Jean-Michel Jarre



Leonardo Live

Jan 18, 2012

Guided art exhibition from National Gallery, London

Unique exhibition containing the largest number ever in one place of da Vinci's surviving paintings.



Domestic live events

Growing number of live productions

HD + surround sound

5-7 cameras

High quality

Good box office results

Great audience response

Interactive Q&A

Available internationally!



Swedish live events 2011-2012

Aug 25: Sing-along musical, Stockholm Concert Hall

Nov 12: Madame Butterfly, The Folk Opera

Nov 13: Wear it Like a Crown, Cirkus Cirkör

Nov 26: Servant of Two Masters, Royal Dramatic Theatre



Live 2011-2012

Record number of live broadcasts

August 2011 – May 2012:

32 broadcasts



Live in cinemas Aug 2011- May 2012

25-aug	Singalong with Peter Jöback	Concert	18-jan	Leonardo Live	Art exhibition
30-aug	Red Hot Chili Peppers	Concert	21-jan	The Enchanted Island	Opera
15-sep	One Man, Two Guvnors	Theatre	9-feb	Travelling Light	Theatre
02-okt	Phantom of the Opera	Musikal	11-feb	Götterdämmerung	Opera
06-okt	The Kitchen	Theatre	25-feb	Ernani	Opera
09-okt	Esmeralda	Ballet	01-mar	The Comedy of Errors	Theatre
15-okt	Anna Bolena	Opera	11-mar	Le Corsaire	Ballet
29-okt	Don Giovanni	Opera	22-mar	Romeo and Juliet	Ballet
05-nov	Siegfried	Opera	29-mar	She Stoops to Conquer	Theatre
12-nov	Madame Butterfly	Opera	07-apr	Manon	Opera
13-nov	Cirkus Cirkör	Cirkus	14-apr	La Traviata	Opera
19-nov	Satyagraha	Opera	29-apr	The Bright Stream	Ballet
20-nov	Sleeping Beauty	Ballet	16-maj	La fille mal gardée	Ballet
26-nov	Servant of Two Masters	Theatre			
01-dec	Collaborators	Theatre			
03-dec	Rodelinda	Opera	3D - recorded		
10-dec	Faust	Opera	Giselle 3D		Ballet
15-dec	Sleeping Beauty	Ballet	Catwalk 3D		Documentary
18-dec	The Nutcracker	Ballet	Peter Gabriel 3D		Concert
31-dec	Berlin Philharmonics	Concert	The Cure 3D		Concert

Live events – special events

Premium price tickets: € 20-30

Pre-sales

Red carpet treatment

Audience dressed up

Intermission: champagne, wine, sandwiches, etc...



Marketing live events

e-mail/newsletters

Social media

Websites

Trailers

Posters

National sponsors

Competitions in newspapers/radio

Networking/Focus groups

Advertising



The Metropolitan Opera
HD LIVE

Rossini
Greve Ory
Lördag 9 april kl 19.00



Folkets Hus och Parker
Digitala Hus
www.fhp.nu/metropolitan

Interactive events on the big screen

Interactivity in HD quality via broadband in cinemas

Environmentally friendly communication between venues within Sweden and internationally

- **Q&A with directors, actors, authors, politicians...**
- **Conferences**
- **Debates**
- **Lectures**
- **Long-distance training**



Big Screen Championship

Youth project – January 2011

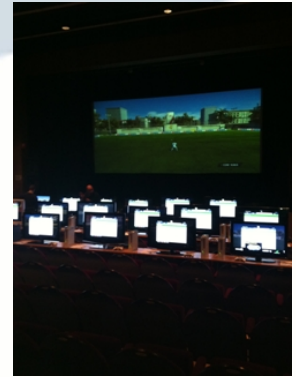
Tournament FIFA 11

22 simultaneous players

League

Tour to 5 cities

Video games/computer games:
great application for digital cinema



Digital cinema

Creates opportunities for a broad film repertoire, culture, entertainment, sports, games, interactivity for everyone, in the whole country

A question of survival for rural cinemas

A question of democracy and freedom of choice



Digitala Hus

Folkets Hus och Parker

Thank you!

Rickard Gramfors
rickard.gramfors@fhp.nu
+46-704-866008



Digitala Hus

Folkets Hus och Parker

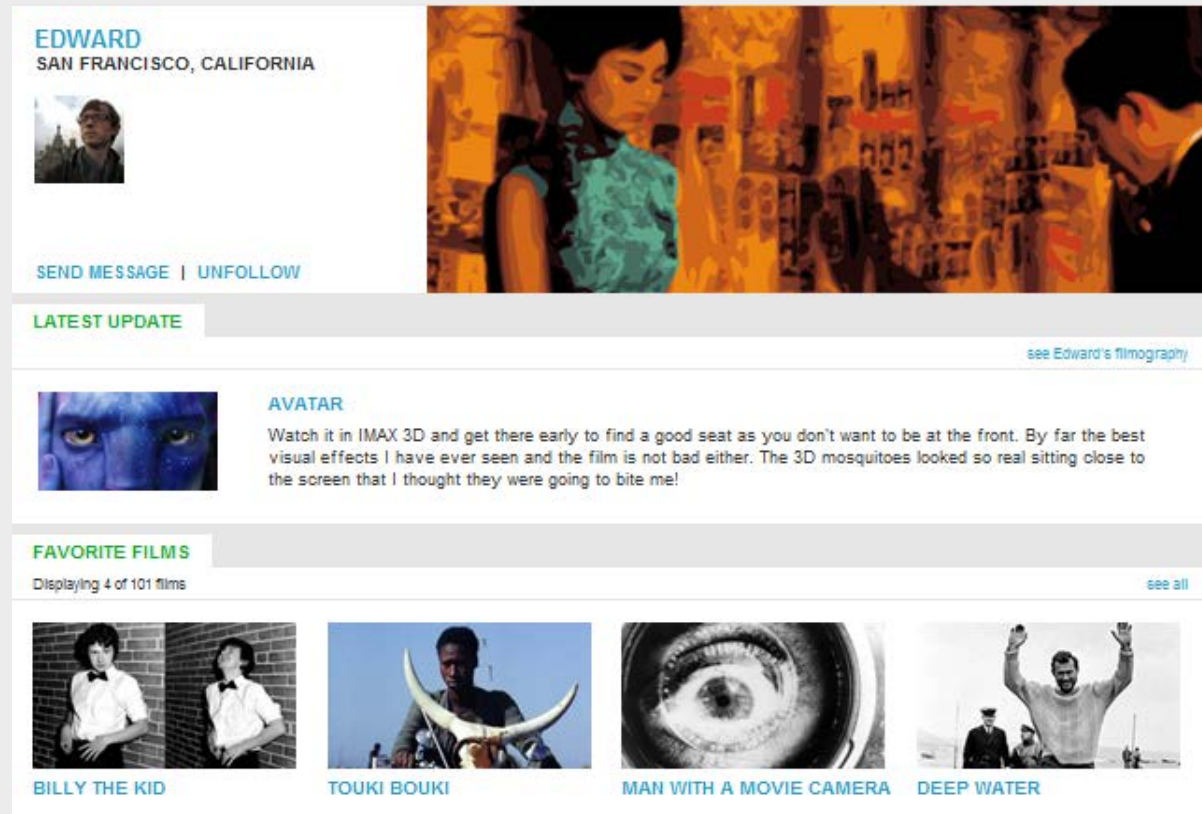
MUBI

OCTUBRE11

Qué es MUBI?

MUBI es uno de los destinos cinematográficos que más rápido ha crecido en Internet, se trata de un oasis para los amantes del buen cine, ya sea éste clásico, de autor o independiente. Es el espacio ideal donde poder ver, explorar y comprar acerca de una película.

- Más de 3 MILLONES de usuarios registrados
- Un espacio de actividad que se comunica automáticamente con redes sociales como Facebook y Twitter
- Una base de datos donde poder conocer aquellos aquello que los usuarios están viendo o quieren ver, donde poder descubrir los films favoritos y calificándolos



EDWARD
SAN FRANCISCO, CALIFORNIA

[SEND MESSAGE](#) | [UNFOLLOW](#)

LATEST UPDATE [see Edward's filmography](#)

AVATAR
Watch it in IMAX 3D and get there early to find a good seat as you don't want to be at the front. By far the best visual effects I have ever seen and the film is not bad either. The 3D mosquitoes looked so real sitting close to the screen that I thought they were going to bite me!

FAVORITE FILMS
Displaying 4 of 101 films [see all](#)

BILLY THE KID **TOUKI BOUKI** **MAN WITH A MOVIE CAMERA** **DEEP WATER**



Audiencia

MUBI es un sitio de destino para los creadores de tendencias y amantes del cine que son los primeros en conocer, ver y hablar de las películas más emocionantes en el mercado.

La audiencia de MUBI

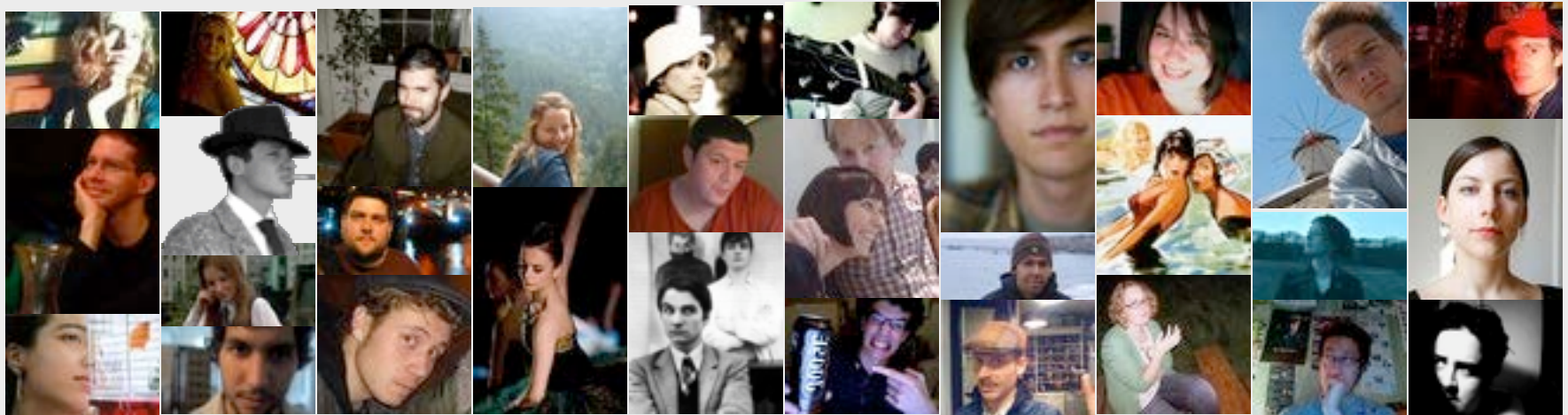
18-35 años

Activos en Facebook y Twitter

Apasionados sobre el cine

Ven más de un film por semana

Trabajan en la industria del cine, del arte o el diseño



Incremento global

MUBI ha crecido más de un 50% en visitantes cada trimestre desde su lanzamiento, y el aumento de socios sigue creciendo gracias a los acuerdos creados con Sony Playstation y la asociación con el Festival de Cannes entre otros.



Socios y colaboradores a nivel mundial

MUBI se ha asociado con socios únicos por su clase.

Creemos que una asociación con MUBI es hacerse muy buena compañía.

- Martin Scorsese
- World Cinema Foundation
- Cannes Film Festival's 'Critics Week'
- Lars Von Trier
- Agnès Varda
- Peter Tscherkassky
- [4+1 Fundación MAPFRE Festival](#)
- Criterion Collection



Ejemplo de Social Media



1

- Un usuario suma un film a su MUBI Watch List y comparte la noticia automáticamente linkiándolo en Twitter y Facebook



2

- La página de la película y el trailer son accesibles desde MUBI, Facebook y Twitter, recibiendo una rápida propagación en cada sitio



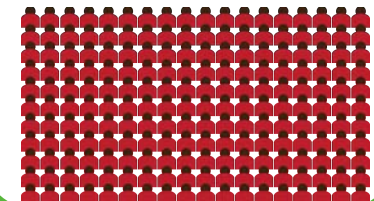
3

- Amigos miran el trailer, comparten la noticia promocionando la película en su propio muro al mismo tiempo que en el de sus seguidores y amigos



4

- La integración de Social Media crea automáticamente una campaña viral orientada a un público directo y en contacto con aquel que sencialmente oprimió WATCH FILM en MUBI



Caso paradigmático: Exhibición durante 48hs

Mediometraje de Spike Jonze - Scenes from the Suburbs

Exclusivo, gratuita durante 48 horas Lunes 27 y Martes 28 de Junio de 2011

MUBI

- *Scenes from the Suburbs* se ofrece de manera gratuita por MUBI durante 48 horas
- Promoción a través del Newsletter, el site Banners y un artículo en el Notebook



Promoción en redes sociales

- Promoción en Facebook:
 - Evento en la página
 - Página del film
- Promoción en Twitter:
 - El Link recibió más de 6,500 clicks



Cobertura en los medios internacionales

- Artículos en diversos medios, entre ellos The Washington Post, IndieWire, Bleeding Cool News, Short of the Week, La Nación, Otrosines.com y Flavorwire entre otros



Resultado

- 40,000 views en MUBI
- 19,000 Facebook likes
- 6,500+ Twitter Clicks
- 3000+ sitios referidos
- Recibiendo 19,000 likes en Facebook y Twitter

Orientación

Puntos claves de navegación



El espacio de la inspiración

La página de inicio del usuario de MUBI destaca los mejores films y la mejor información sobre el cine actual. Comparte recomendaciones basadas en la experiencia del usuario teniendo en cuenta las preferencias y mantiene actualizado a los miembros acerca de las acciones de sus amigos a través del muro de redes sociales.

Ofertas curadas, que van desde festivales, hasta muestras gratuitas o colaboraciones. Desde Cannes hasta el Festival de Mar del Plata. Ya sea Agnès Varda o Lars Von Trier

Los mejores films basados en tu gusto y preferencias

The screenshot shows the MUBI user interface with a navigation bar at the top containing 'FILMS', 'NOTEBOOK', 'LISTS', 'FESTIVALS', 'PEOPLE', 'FORUM', and 'GARAGE', along with a search bar. The main content area is divided into several sections:

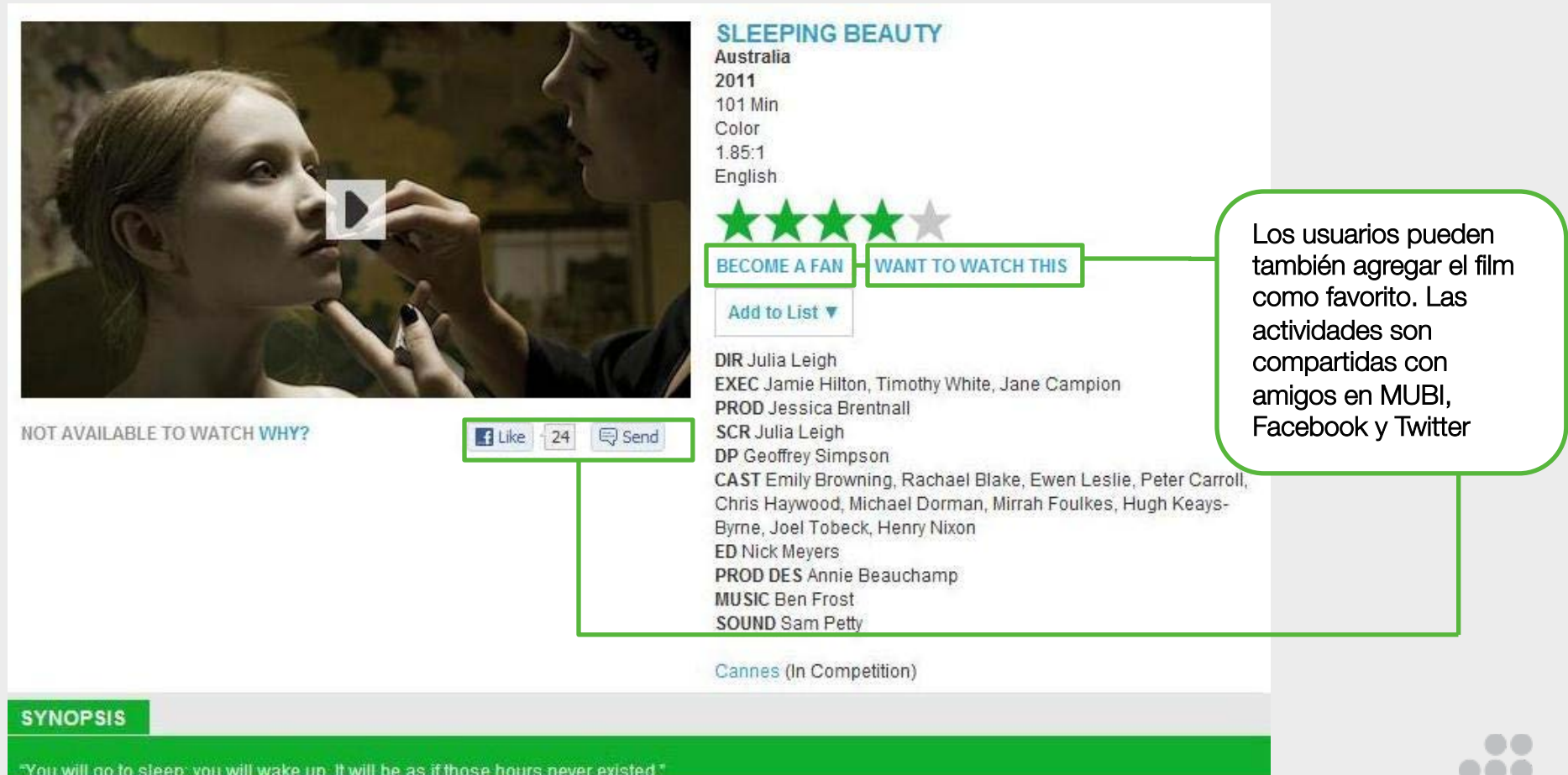
- FESTIVAL DE MAR DE PLATA**: A featured section for the 'FESTIVAL DE MAR DE PLATA' in November 2011. It includes a 'Next Cinema' link and a description: 'Nos hemos asociado con el Festival de Mar de Plata para mostrar las cintas de su programa 2012. Éste, el festival latinoamericano más importante fue creado en 1954 para mostrar lo mejor del cine argentino y mundial.' To the left is a graphic for 'FILM FESTIVALS' with a stylized '26' and 'FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE MAR DEL PLATA'.
- Manuel Ferrari**: A profile section for 'Manuel Ferrari' with an 'EDIT PROFILE' link. It shows 'FOLLOWERS 12' and 'FOLLOWING 13' with small profile pictures.
- RECOMMENDATIONS FOR YOU**: A section displaying three film recommendations:
 - REPULSIÓN**: United Kingdom 1965, DIR Roman Polanski, 5 stars. Includes a 'WATCH FILM' button and a 'Not interested' link.
 - OUTRAGE**: Japan 2010, DIR Takeshi Kitano, 4 stars. Includes a 'WATCH FILM' button and a 'Not interested' link.
 - CELEBRACIÓN**: Denmark 1998, DIR Thomas Vinterberg, 5 stars. Includes a 'WATCH FILM' button and a 'Not interested' link.A 'Refresh all' link is located at the bottom right of this section.
- ACTIVITY UPDATES**: A section titled 'See all recent activity' showing a post from 'Cinesthesia (aka Duncan)' in the 'Directors' Cup Semifinals - Revised Schedule' forum topic. The post text reads: 'Excellent. Also, I'd like to recommend that anyone voting in the Mizoguchi v. Lang seek out a good quality copy of Scarlet Street. The public domain version on the blog is watchable, but much harder...'. Below the post is a 'JOIN THE DISCUSSION' link with a timestamp of 'about 2 hours ago'.

Información sobre las últimas actividades, calificaciones o comentarios



Página de cada film

Cada página de una película en MUBI es única. Permite convertirse en un fan o “desear verla” en caso de no estar disponible para tu territorio. Son páginas fáciles de navegar y amigables con trailers disponibles. Al mismo tiempo permite interactuar con Facebook y Twitter para difundirla.



SLEEPING BEAUTY
Australia
2011
101 Min
Color
1.85:1
English

★★★★☆

BECOME A FAN **WANT TO WATCH THIS**

Add to List ▾

DIR Julia Leigh
EXEC Jamie Hilton, Timothy White, Jane Campion
PROD Jessica Brentnall
SCR Julia Leigh
DP Geoffrey Simpson
CAST Emily Browning, Rachael Blake, Ewen Leslie, Peter Carroll, Chris Haywood, Michael Dorman, Mirrah Foulkes, Hugh Keays-Byrne, Joel Tobeck, Henry Nixon
ED Nick Meyers
PROD DES Annie Beauchamp
MUSIC Ben Frost
SOUND Sam Petty

Cannes (In Competition)

NOT AVAILABLE TO WATCH [WHY?](#)

Like 24 Send

Los usuarios pueden también agregar el film como favorito. Las actividades son compartidas con amigos en MUBI, Facebook y Twitter

SYNOPSIS

"You will go to sleep, you will wake up. It will be as if those hours never existed."



Páginas de Directores o Actores

Los Directores o Actores o Guionistas son una fuente de promoción y descubrimiento.

FILMS NOTEBOOK LISTS FESTIVALS PEOPLE FORUM GARAGE SEARCH



JIM JARMUSCH

DIRECTOR

Like 19 Send
+1 2

“I always start with characters rather than with a plot, which many critics would say is very obvious from the lack of plot in my films - although I think they do have plots - but the plot is not of primary importance to me, the characters are.”

BECOME A FAN

Posibilidad de asociarse como usuario de MUBI o Facebook o Twitter.

BIOGRAPHY

With his trademark shock of white hair and ultra-cool rock star persona, Jim Jarmusch is the archetypal auteur of American independent film. Born on January 22, 1953, in Akron, OH, Jarmusch was the son of a former film critic for the Akron Beacon Journal. In University, he went to Paris as an exchange student and spend most of his time at the Parisian Cinemas. Upon his return to New York, Jarmusch transferred to Columbia University, where, though he eventually received a degree in English literature. With no film experience, he was accepted into New York University's Tisch School of the Arts and soon found himself a teaching assistant to legendary maverick filmmaker Nicholas Ray. Ray helped him get funding for his thesis project, Permanent Vacation (1980). Though the film was later released to critical acclaim, his professors were underwhelmed by his final project and Jarmusch never got a degree from N.Y.U.

FILMS ON MUBI



DON'T EXPECT TOO MUCH



LOS LÍMITES DEL CONTROL



JOE STRUMMER: THE FUTURE IS UNWRITTEN



FLORES ROTAS

Pueden referirse a los films del director y acceder a ellos



Interacción

MUBI plataforma social dedicada a fans del cine. Es también un medio para que muchos puedan interactuar, obteniendo así posibilidad de discutir sobre cine... como Marty quien es usuario de MUBI.

MARTIN SCORSESE
NEW YORK, NEW YORK




[SEND MESSAGE](#) | [FOLLOW](#)



Los fans pueden “seguir” su actividad y escribir en su muro

LATEST UPDATE

[see Martin Scorsese's filmography](#)



THE FLOWERS OF ST. FRANCIS
I've never seen the life of a saint treated on film with so little solemnity and so much warmth.

Compartir actualizaciones con los fans

FAVORITE FILMS

Displaying 4 of 7 films [see all](#)



THE 400 BLOWS



THE HOUSEMAID



DRY SUMMER



2 OR 3 THINGS I KNOW ABOUT HER



Cinemateca MUBI

MUBI CINEMAS ARE CURATED, ROTATING ONLINE FILM FESTIVALS. CHECK BACK EACH WEEK FOR NEW SHOWS



Diferentes programadores que van desde críticos hasta directores como también programadores de festivales internacionales colaboran con MUBI curando la librería en festivales que están disponibles en la Cinemateca.

La Cinemateca tiene diferentes cines virtuales que rotan constantemente lo cual genera una atmósfera creativa para explorar más profundamente la librería pudiendo así descubrir films de la misma manera que en un Festival tradicional.



El Notebook



DISREPUTABLE VISION: FRANK MILLER'S "THE SPIRIT" AND ZACK SNYDER'S "SUCKER PUNCH"

11Apr11
by Joe McCulloch

Cinematic visions of comics and superheroes transformed.



SIDNEY LUMET, 1924 - 2011

9Apr11
by David Hudson

Our roundup of coverage, commentary, and obituaries of director of 12 ANGRY MEN, DOG DAY AFTERNOON and NETWORK.



TALKING HEADS: "VISITOR FROM THE LIVING", "WUNDKANAL", "OUR NAZI"

4Apr11
by David Phelps

Ways of seeing and not seeing Nazis and the Holocaust in docs by Claude Lanzmann, Thomas Harlan and Robert Kramer.



MOVIE POSTERS OF THE WEEK: 5 JAPANESE DIVAS

1Apr11
by Adrian Curry

A New York retrospective of films starring Setsuko Hara, Kinuyo Tanaka, Isuzu Yamada, Machiko Kyo and Hideko Takamine inspires this curation.

El [Notebook](#) es nuestra revista online reconocida internacionalmente.

Incluye cobertura de películas, festivales grandes y pequeños, artículos, revisiones, y videos.

El Notebook es una guía para nuestra audiencia para estar al tanto de las novedades sobre el estado del cine contemporáneo.



MUBI Forum

FILMS FESTIVALS NOTEBOOK **FORUM** SEARCH

THE AUTEURS' FAKE CRITERION COVERS [back to criterion topics](#) [rss](#)


PHAT MAGIK
7 DAYS AGO
[DELETE](#)

Brandon, your cover for The Fountain is what i always wanted to see for a Criterion release, which I believe it should get. And now I need to see Come and See even more.
Drew, I am in love with The Thing. Another movie I must see.

MATT NOLLER
7 DAYS AGO
[DELETE](#)

My first try.

MATT NOLLER
7 DAYS AGO
[DELETE](#)



2006 THE CRITERION
Écrit et Réalisé par

PREV 1 2 3 ... 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 NEXT

[REPLY TO TOPIC](#)

Nada mejor que la experiencia de discutir en torno a cuestiones que surgen luego de ver un film.

¿Querés saber cuestiones relativas a películas que están en el cine o video?

¿Quién irá a Cannes o qué película no puedes creer que haya sido exhibida en Sundance?

El Forum es el espacio donde poder discutir acerca de todas estas cuestiones.



GRACIAS 😊

manuel@mubi.com




Visibilizando lo digital: la experiencia peruana.



- El actual cine peruano le debe mucho al impulso que le dio la Ley de Fomento de la Industria Cinematográfica, promulgada en el régimen militar de Velasco (Decreto Ley 19327) que facilitó el acceso de las películas peruanas de 35 mm. a las salas de cine, tanto de corto como largometraje, y que se beneficiaban con una derivación a las productoras del impuesto municipal a los boletos de entrada de los cines comerciales.




- La legislación buscaba capitalizar a las empresas nacionales de producción, para que reinvirtieran en la actividad e impulsen el cine como industria.
- Como resultado de esta Ley, que tuvo una vigencia de 20 años (1972-1992), se produjeron 60 largometrajes, y alrededor de 1200 cortometrajes
- Asimismo, se formaron y consolidaron equipos de técnicos, en diversas especialidades del audiovisual: creadores (guionistas, músicos) y artistas, con presencia en cine, teatro y TV.
- Pese a ello, no se consolidó el sector de servicios cinematográficos (laboratorios, postproducción).

- 
- Como en otros países, esta Ley de cine fue resistida por las empresas de distribución, principalmente norteamericanas (Majors) y sus socios locales, las salas de exhibición cinematográfica.
 - La aplicación de la Ley coincidió progresivamente con una fuerte crisis del negocio cinematográfico (desarrollo de TV, aparición del video, cierre de salas) que fue alejando al público del que era el espectáculo popular por excelencia.

- El gobierno de Fujimori derogó la Ley de cine, al no ajustarse a la política neoliberal y de eliminación de subsidios.
- Debido a la presión de los cineastas, el régimen aprobó en 1994 una nueva Ley de Cinematografía, 26370, que instaura con presupuesto del Estado un sistema de apoyo por concursos para cortos y largometrajes, pero se inhibe de intervenir en el negocio cinematográfico.
- En 1995 se inicia una reconversión de la venida a menos exhibición cinematográfica, con la aparición de las multisalas de 35 mm. en Centros Comerciales.

- La Ley 26370 define la obra cinematográfica como *“Toda creación expresada mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, fijadas, grabadas o simbolizadas en cualquier material, que esté destinada esencialmente a ser mostrada a través de aparatos de proyección o cualquier otro medio de comunicación de la imagen y del sonido”*.
- Sin embargo, los beneficios de la Ley se destinaron fundamentalmente para las obras fílmicas en 35 mm., porque se buscaba su exhibición en salas. Pero los cortos no volvieron a gozar del régimen de exhibición obligatoria de la Ley anterior y no llegaron a proyectarse pese a que la Ley los facultaba.

- 
- A fines de la década de los 90, la aparición de la tecnología digital en el campo audiovisual, empezó a transformar el sector, acortando las fronteras entre video y cine.
 - Los más entusiastas con las nuevas tecnologías de registro y edición fueron los jóvenes, y el formato priorizado el cortometraje.
 - También en la animación se impulsó de manera pionera cintas de procedencia digital, con software de tercera dimensión.
 - Adicionalmente, sirvió para impulsar la producción de cine regional, desatendida en Lima, y que fue evolucionando del video analógico al digital, con obras populares de gran resonancia local.

- El cine regional ha crecido exponencialmente en los últimos 20 años en Perú, en buena parte por las facilidades de las nuevas tecnologías.
- Las regiones del Perú con mayor actividad audiovisual son: Ayacucho, Arequipa, Cusco, Junín, La Libertad, Lambayeque y Puno.
- Esta producción ha motivado la creación de salas alternativas en regiones, con un flujo importante de asistentes. Las tres películas regionales más taquilleras han contado con más de 200,000 espectadores (superior al 70% de obras de Lima).

- Según estimados, la producción de cine regional se divide en 37% cortometrajes, 32% en largometrajes de ficción y 15% documentales.

- Algunos ejemplos de cine regional digital exhibido en sistema DCP :

- El Último Guerrero Chanka

<http://www.youtube.com/watch?v=qOS3S36E9DU>

- Reshinn Sangre De Anaconda

<http://www.youtube.com/watch?v=prod6q2LuCs&feature=related>

- Otro de los efectos del avance de la tecnología digital es el crecimiento exponencial del negocio de la piratería.
- Según datos de la International Intellectual Property Alliance (IIPA), las empresas de producción norteamericanas han perdido por efectos de la piratería en soporte DVD –en una muestra de 68 países- 2 mil millones de dólares.
- Para esta misma organización, la piratería en el cine alcanzó el 2005 en Perú el 75% del negocio del DVD, lo que habría significado para los productores USA una pérdida de ingresos de alrededor de 4 millones.

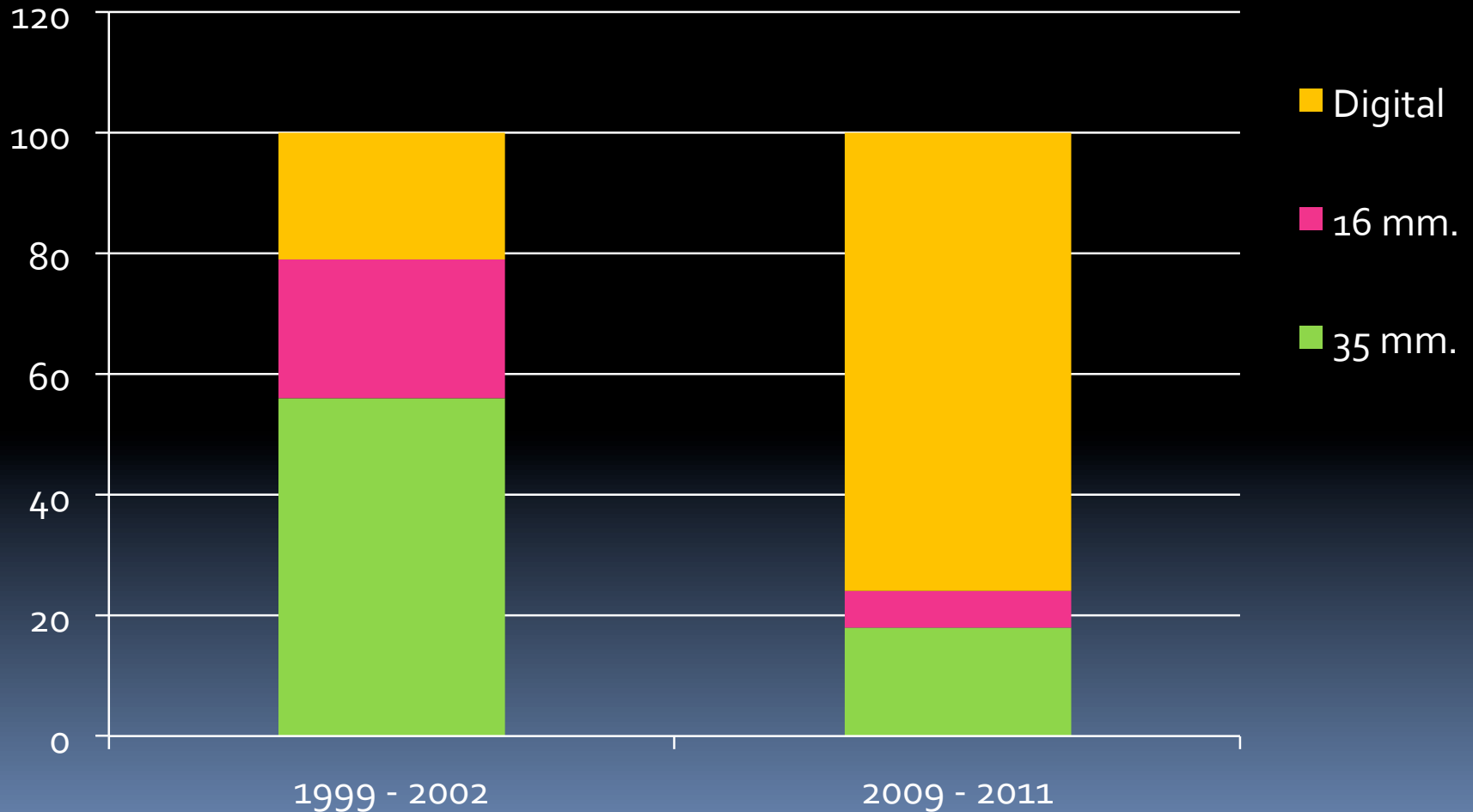
- La Ley de cine 26370 tuvo muchos problemas para su ejecución, porque el Estado incumplió con entregar la asignación presupuestal establecida en el texto (del 8 al 65%).
- Eso determinó que sus beneficios se vieran limitados y reducidos, obligando a que una parte de la producción se realice por fuera de los concursos establecidos en la Ley.
- Algunos largometrajes premiados se realizaron en Digital HD y Red One, pero se exhibieron en celuloide. Los cortometrajes y documentales si fueron admitidos desde el 2004 en soporte electrónico por el CONACINE (hoy Ministerio de Cultura).

- El cine digital se ha convertido también en plataforma técnica del llamado cine independiente en el Perú, un movimiento de realizadores alternativos al sistema de concursos del Estado y la exhibición comercial.
- Incluso realizadores experimentados y productores con trayectoria, cada vez más se adhieren al trabajo con equipos y soporte digital
- Para el próximo año, la Dirección de Industrias Culturales del Ministerio de Cultura ha anunciado que las copias finales de las películas premiadas en los Concursos podrán presentarse en 35 mm. o en DCP.

- El uso del DCP es un ahorro significativo para el cine filmado en digital al no requerir transfer y copias de exhibición en 35 mm.
- Permitiría el desarrollo de una industria local, dado que en Perú no existe laboratorio fílmico y la postproducción de imagen y sonido se hará en el país.

DCP con sonido 5.1		35 mm. con sonido 5.1	
Masterizado DCP	S/. 10,000	Transfer 35 mm.	S/. 84,000
Sonido 5.1	S/. 0.00	Sonido 5.1	S/. 30,000 (licencia Dolby)
10 o más copias DCP	S/. 0.00	10 copias 35 mm.	S/. 42,000
TOTAL	S/. 10,000	TOTAL	S/. 156,000

Formato de registro original de largometrajes ficción en Perú



EL INFORME > LAS CADENAS DE CINE ESTÁN AL FRENTE DE UNA DE LAS MEJORES OPORTUNIDADES PARA SU EXPANSIÓN. EXISTEN ALREDEDOR DE UNA QUINCENA DE PROYECTOS CUYA INVERSIÓN SERÁ DE UNOS US\$40 MILLONES

10% ES LA EXPECTATIVA DE CRECIMIENTO DE LA AFLUENCIA DE PÚBLICO A LAS SALAS DE CINE DURANTE EL PRÓXIMO AÑO

US\$3 ES LA INVERSIÓN PROMEDIO EN UN MULTICINE CON CINCO SALAS

35% DEL PÚBLICO QUE ASISTE A LOS CINES SON NIÑOS (ENTRE 6 Y 10 AÑOS) Y PERSONAS DE LA TERCERA EDAD

Cine de otra dimensión

Escrito por **MANUEL MARTICORONA**
Ilustración de **ALFREDO OSORIO**

Muchos peruanos no habremos ido a Nueva York pero podemos decir que como en la Quinta Avenida y la Estatua de la Libertad, por el cine. Probablemente tampoco jamás asistimos en Teberín, Praga o mucho menos en una ciudad imaginaria del futuro, pero podemos tener la suerte de ser trasladados a ellas y vivir sus conflictos, divertidos con sus contradicciones o simplemente intentar entenderlas, todo esto gracias a que en el Perú el cine está cada vez más al alcance de una mayor pública.

La costumbre de ir al cine se ha revitalizado en el país, pasando de una situación penosa como la de 1995 y 1996 —donde prácticamente se declaró la muerte de las salas de cine—

a una en franco crecimiento. En esos años, las salas registraban apenas 3.4 millones de asistencias, lo que significaba una drástica caída respecto a los casi 15 millones que solían visitar los cines de barrio en 1981.

Esta historia, que ya es parte de la anécdota, fue totalmente superada el año pasado cuando las salas de cine llegaron a captar 17.2 millones de espectadores, lo que evidencia una situación de franca recuperación. Hay muchos aspectos que son obvios en este resultado: mayor número de salas de cine, un precio por entrada que se adecuó a la economía de los peruanos (una de las más bajas de la región) y una oferta cada vez más agnóstica de estrenos que han logrado que más público invierta su tiempo y se entregue a la fantasía del séptimo arte.

Pero su crecimiento no queda ahí. Existen muchos elementos para pensar que

este negocio seguirá con su desarrollo de expansión, vamos porqué.

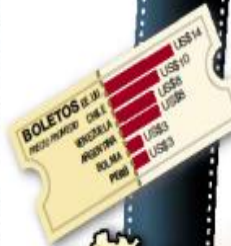
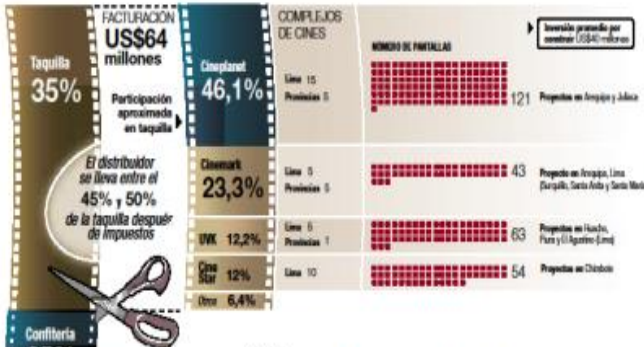
¿Y la piratería?
Por qué la piratería no está afectando el crecimiento de los cines? Los operadores creen que por una sencilla razón: cada vez se hacen más películas mundiales en el Perú. En ese sentido, antes de ver una más copia de películas en DVD (para el público) prefiere ir al cine. El gerente comercial de Cine Planet, Álvaro Sedano, señala que esta situación

mejora en la medida en que más salas de cine se convierten al formato digital.
El sociólogo Santiago Alfaro, sostiene que las cadenas quieren tener a apostar por nuevos públicos, como aquellos que gustan del cine indie y coreano, que banan como única opción para substituirse a la piratería.
En ese sentido, el hecho de que un multicine tenga solo una sala de 3D resulta insuficiente. Manay calcula que por el número de estrenos que se ven en 3D los multicines tendrán casi la

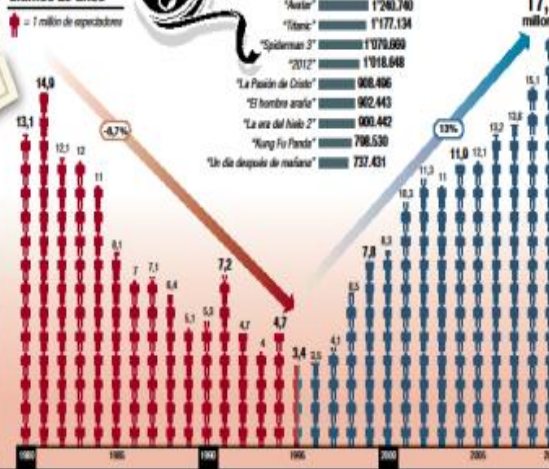
mitad ahí, Álvaro Sedano, gerente comercial de Cineplanet, cree que el triple del 3D aún no ha alcanzado su mayor magnitud, la cual podría ser lograda en los próximos tres años—donde habrá una preeminencia de películas animadas—con la inclusión de géneros como el cine de terror y ciencia ficción, que usarían este soporte.
Esto generaría algunos cambios de boquilla en la proyección de películas 3D. Este problema incluso se ha detectado este año considerando que varios multicines tuvieron que reducir el tiempo de proyección de algunas películas de cinco a tres semanas para poder incluir más títulos en la cartelera.

El soporte del 3D no que el crecimiento del cine sea muy agresivo en los últimos dos años: el principal es el ingreso del cine tridimensional (3D) que dio un nuevo aliciente al sector logrando, por ejemplo, una curva de crecimiento de 17% el 2009, paradójicamente en un año de crisis. El auge del 3D no que

Ingresos del cine



Asistencia a cines en Lima en los últimos 29 años



obligación de orientar hacia tres salas para proyectar filmes con esa característica, lo que se traducirá en una mayor inversión.

CINE DIGITAL. Sin embargo, la inversión no solo está de ese lado. Las exigencias respecto a la proyección de las películas en el mundo están cambiando. Mónica Ubilla, gerente administrativa de UVK Multicines, indica que están orientando sus esfuerzos también a implementar el cine digital que, a diferencia del actual formato de 35 milímetros, permitiría más estrenos mundiales simultáneos. Según manifiesta Ubilla, la inversión en tener una sala digital oscila entre US\$150 mil y US\$200 mil y solo el 25% de las 257 pantallas de Lima tienen esta tecnología.

Álvaro Sedano estima que convertir una sala digital requiere entre seis y siete veces el capital desembolsado en una de 35 mm. En el caso de Cineplanet han logrado que 19 salas tengan tecnología digital de las 121 que actualmente operan.

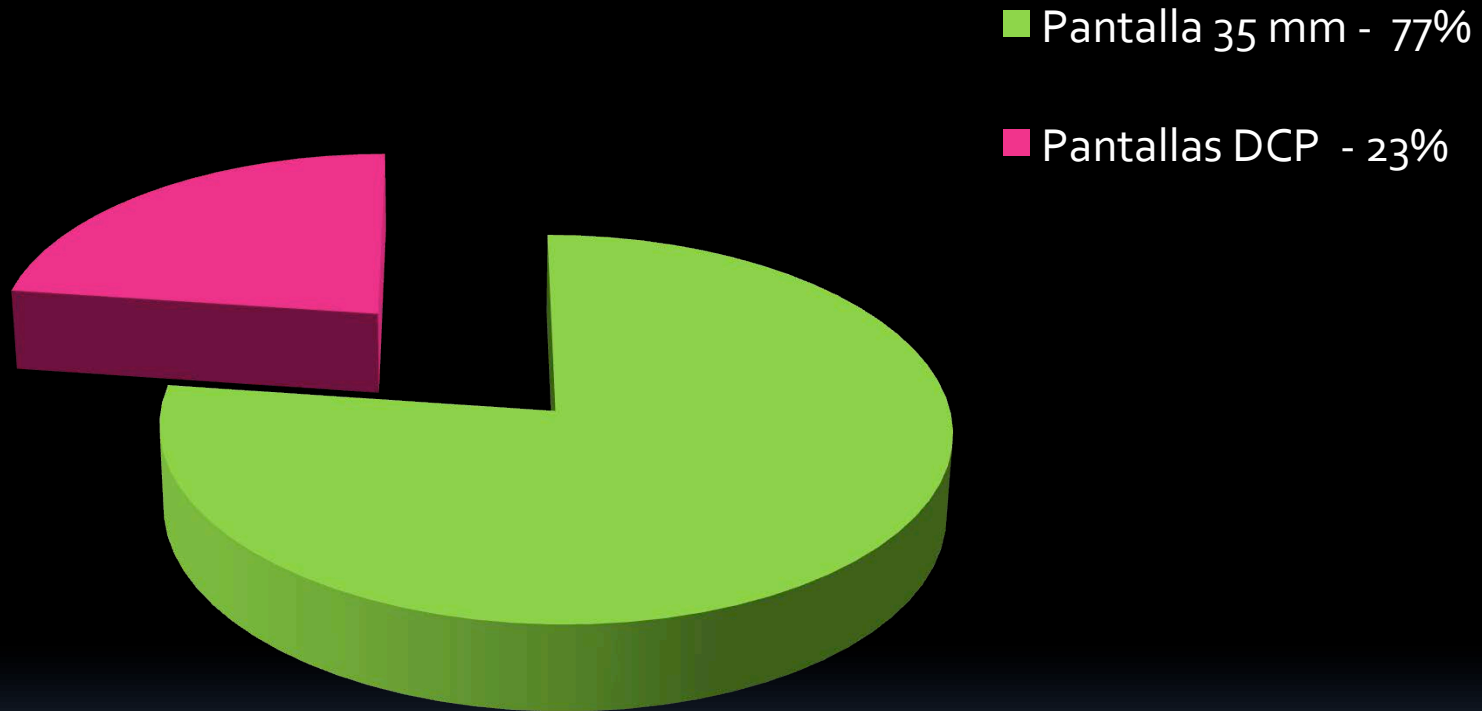
INVERSIÓN DE VARELO. Sin embargo, la mayor inversión que están por desplegar estas empresas es en la construcción de multicines. En suma parte de los casos, ello está siendo de la mano con la construcción de centros comerciales en Lima pero, en especial, en provincias. UVK ya ha programado su ingreso a cuatro proyectos de centros comerciales, dos de ellos ubicados en

SOAT DELIVERY AHORA 30 MINUTOS O SOAT GRATIS TODOS LOS AÑOS QUE TENGAS TU AUTO. 415-1515

PACIFICO COMPARTIMOS TU VESIDO

- Las cadenas de exhibición inauguraron en Lima, en junio del 2008, las primeras pantallas con proyección DCP, centradas sobretudo en la películas en 3D, de gran éxito comercial.
- En diciembre del 2009 se proyectó en DCP en 2D la primera película peruana, el documental “De ollas y sueños”.
- En el 2011 se estrenan dos largometrajes regionales en DCP en 2D: “El último guerrero Chanka” y “Reshinn Sangre De Anaconda”. Otros filmes peruanos se han proyectado de manera simultanea en formatos de celuloide y digital.
- Se estima que para el 2013, el 50% de las pantallas comerciales en el Perú serán en DCP.

Distribución pantallas cine al 2011

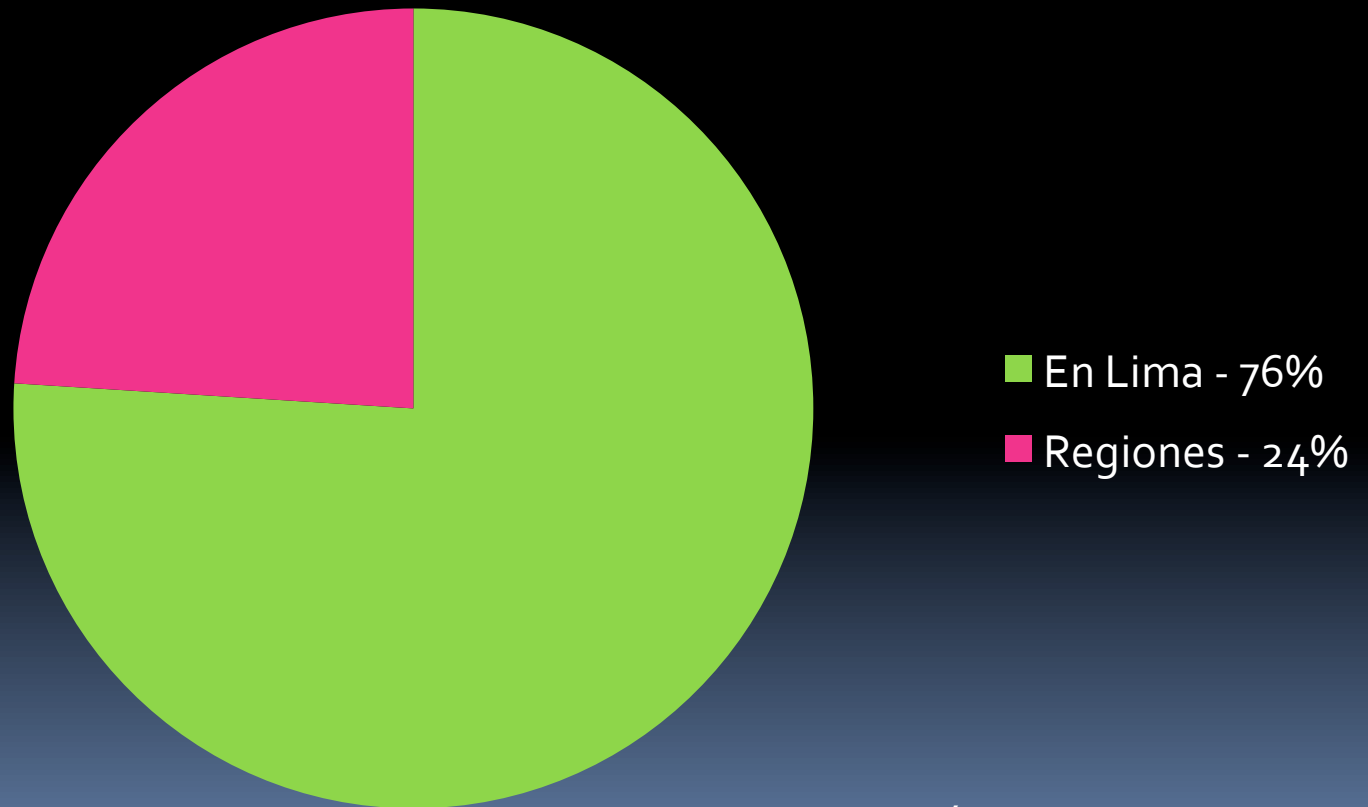


Datos Asociación Guarango Cine y Video

Las pantallas en DCP están destinadas en un 85% de las ubicadas en Lima a la proyección en 3D, y el 100% de las pantallas en regiones.

Las salas de cine están concentradas en Lima (68%), con un lento crecimiento en algunas regiones en los últimos años

Pantallas DCP al 2011



Datos Asociación Guarango Cine y Video

- La difusión cultural audiovisual también se ha beneficiado del desarrollo de la tecnología digital.
- Los festivales de cine, con excepción del Festival de cine latinoamericano de Lima, que exhibe mayoritariamente largometrajes en 35 mm., proyectan obras de formato DVD o Blue Ray. Tal es el caso del Festival Internacional de Cortometrajes del Cusco, FENACO; la Noche de los Cortos en Lima, el proyecto de Microcines del Grupo Chaski y el grupo itinerante Nómadas.
- Similar es el caso de los Cine Clubes y Salas de Arte y Ensayo aun en funciones, que hoy casi todo lo que muestran se encuentra en soporte digital (incluyendo piratería).

- La introducción del cine digital ha permitido la ampliación y democratización del registro, edición y producción para muchos más personas, a nivel nacional. Con ello se gana en variedad y diversidad creativa en el cine peruano (por costos y facilidades de acceso).
- A nivel de exhibición, también permite que mucho mayor cantidad de producciones accedan a ella, y que se incrementen las ventanas de exhibición con salas alternativas provistas de esta tecnología, así como en Internet y celulares.
- Facilita una más rápida difusión de las copias, tanto a nivel nacional como internacional.
- Pero si no se aborda la digitalización desde las políticas culturales del Estado, los grandes beneficiarios de toda esta transformación seguirán siendo los mismos, es decir las Majors que dominan nuestros mercados.



FIN

Christian Wiener Fresco

Lima, 2011



a construção de um modelo para a digitalização dos cinemas no Brasil

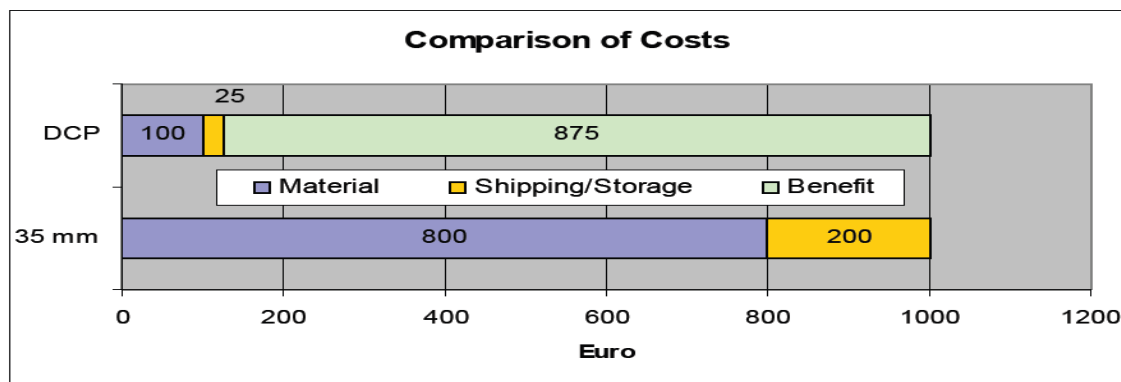
Esta apresentação está dividida em 5 partes:

1. aspectos gerais da digitalização da projeção cinematográfica
2. situação do processo de digitalização
3. as ações do Programa Cinema Perto de Você
4. o projeto para a digitalização dos cinemas brasileiros
5. questões remanescentes sobre a digitalização

- 1. aspectos gerais da digitalização da projeção cinematográfica**
2. situação do processo de digitalização
3. as ações do Programa Cinema Perto de Você
4. o projeto para a digitalização dos cinemas brasileiros
5. questões remanescentes sobre a digitalização

A projeção digital, iniciativa dos distribuidores

- A projeção digital é uma **tecnologia de reposição**. Em princípio, não se trata de insumo para um novo produto ou um novo negócio.
- Originalmente, o modelo **não** acrescenta novas receitas para o exibidor. Ao contrário, envolve **custos mais altos de manutenção** dos equipamentos.
- A motivação econômica da renovação tecnológica está nas vantagens percebidas pelo **distribuidor**.
- Os custos de copiagem e transporte dos filmes são **reduzidos** em mais de **80%**, podendo chegar a um custo marginal próximo a **zero**.
- Por isso, a modelagem de um **padrão** tecnológico e o **financiamento** da digitalização foram pautados pela iniciativa dos distribuidores.



Estudo feito por consultoria alemã (RMC) sobre a diferença de custos entre a cópia em película e a digital.

Oportunidades e ameaças aos exibidores

- Sobre a característica econômica inicial, foram agregados alguns elementos que mobilizam o interesse dos exibidores:
 - A **tecnologia 3D** gerou um novo circuito de exibição, com serviços e preços específicos e vantagens econômicas para o exibidor.
 - **Conteúdos alternativos**, como espetáculos esportivos e musicais, passaram a ser distribuídos, formando um novo serviço de exibição.
- A digitalização permite, também, a inclusão de novas salas no circuito de **lançamentos** (*first run*), possibilitando melhorias na operação.
- No Brasil, por exemplo, embora haja 2.300 salas, cerca de 500-600 não conseguem cópias no lançamento. A digitalização proporciona um **aumento** expressivo das receitas desses cinemas.
- A **obsolescência** acelerada do 35mm, para alguns exibidores, põe em risco a própria **existência** do negócio.

Os padrões tecnológicos

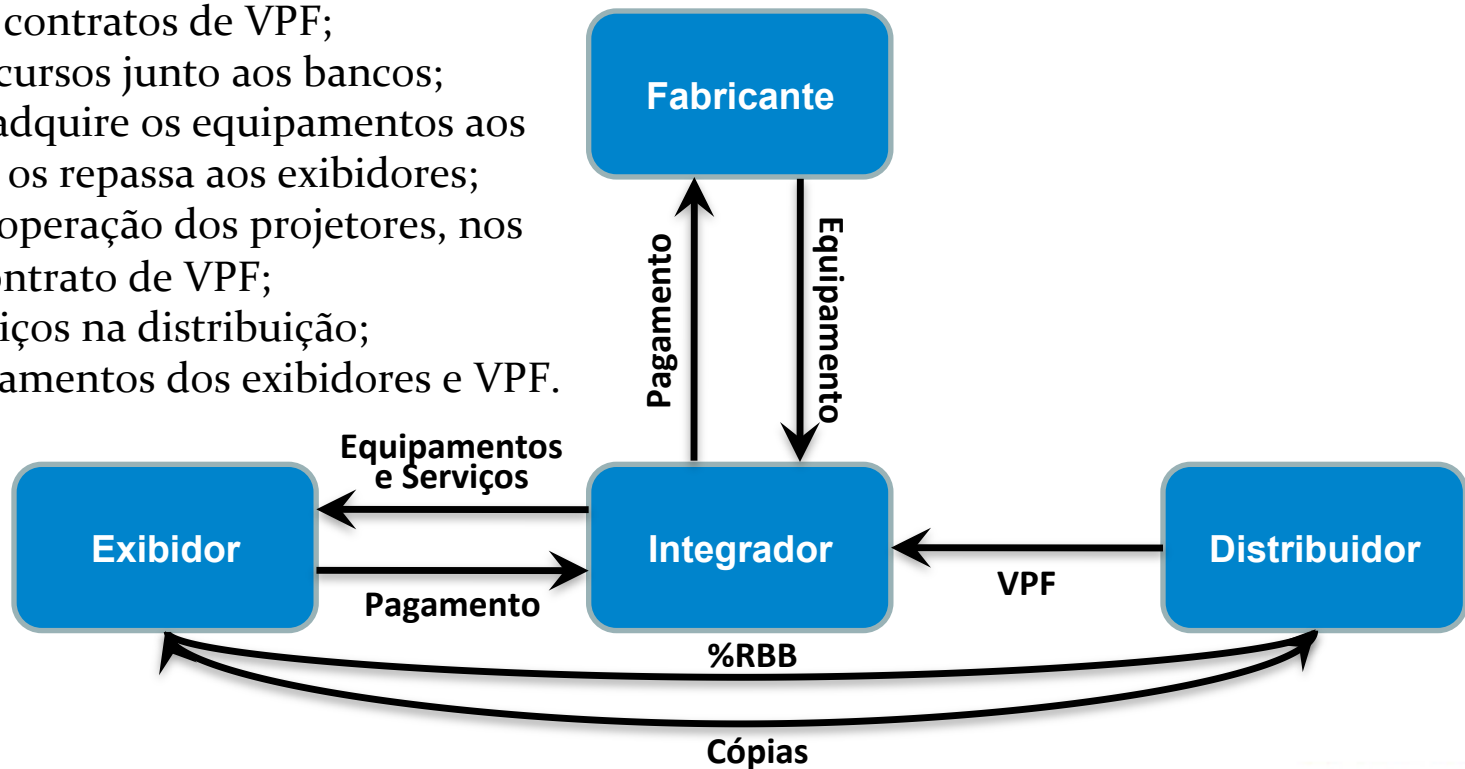
- Atualmente, as normas DCI são o **padrão universal** para a projeção cinematográfica.
- **Digital Cinema Initiatives – DCI** é uma joint venture organizada por sete grandes estúdios (Warner, Fox, Universal, Paramount, Disney, Sony e Metro) com o objetivo de estabelecer uma arquitetura padrão para a digitalização da projeção cinematográfica.
- As normas DCI utilizam padrões da SMTPE (Society of Motion Picture and Television Engineers) e da ISO: resolução mínima 2K, imagens em formato JPEG 2000, padrões de criptografia e chaveamento dos pacotes.
- Além da projeção com base nos padrões DCI, há outros sistemas em operação com resolução mais baixa, denominados *e-cinema*. Estima-se haver 4.000 telas *e-cinema* na Índia. No Brasil, há uma rede com projetores 1,4K (Rain/Auwe).
- Como regra, os grandes estúdios **não** produzem nem autorizam distribuição digital fora das normas DCI.

O modelo-padrão de financiamento: VPF

- *Virtual print fee* (VPF) é um mecanismo em que os distribuidores participam do financiamento do projetor, na medida da redução de seus custos.
- Os primeiros contratos foram concebidos para uma estrutura de custos **neutra** em relação à distribuição em 35mm.
- De parte dos distribuidores, o modelo foi escolhido por limitar seu compromisso ao processo de transição para a projeção digital (subsídio à compra), sem relação com a operação de longo prazo dos projetores.
- Além disso, o modelo permite uma grande flexibilidade nesses compromissos. Atualmente, VPF cobre apenas parte dos custos dos equipamentos.
- Algumas condições:
 - exigência de pagamento de taxas similares por outros distribuidores;
 - equipamento compatível com os padrões DCI;
 - exigência de contratos de assistência técnica;
 - controle do funcionamento dos equipamentos por meio de NOC;
 - VPF por título exibido com período mínimo de exibição.
- Além do VPF para os filmes, há outros modelos de contrato: ACF para conteúdo alternativo, por exemplo, pago por hora de exibição.

A figura do integrador

- O repasse do VPF acontece em prazos longos, de 5 a 10 anos, demandando financiamento bancário. Além disso, a negociação direta de VPF pelo exibidor raramente pode acontecer. Por isso, essas operações, em geral, são feitas por meio de uma terceira parte, denominada **integrador**.
- O integrador age em todas as pontas do negócio:
 - negocia os contratos de VPF;
 - toma os recursos junto aos bancos;
 - financia e adquire os equipamentos aos fabricantes e os repassa aos exibidores;
 - controla a operação dos projetores, nos termos do contrato de VPF;
 - presta serviços na distribuição;
 - recebe pagamentos dos exibidores e VPF.



Este modelo apresenta algumas dificuldades

- A modelagem de um operador em condições de atuar como integrador não é simples; precisa agregar expertise em várias áreas.
- O financiamento dos equipamentos por meio de uma terceira parte não é forma usual de operação bancária. Os bancos tendem a ver o assunto como muito complexo e com riscos maiores do que os reais.
- A apresentação de **garantias** por parte dos exibidores nem sempre é possível. Eles não são proprietários das salas, quando localizadas em *shopping centers*. Além disso, essa hipótese pode **fragilizar** sua capacidade de investimento em novas salas.
- A garantia dada pelos contratos de VPF é muito frágil. Desaparece se a sala fechar. Por sua vez, os equipamentos tendem a ter pouca liquidez como garantia real.

Este modelo apresenta algumas dificuldades

- Os escritórios nacionais das majors **não têm autonomia** para negociar contratos de VPF. E a América Latina é vista como mercado periférico.
- Muitas vezes, os distribuidores negam-se a pagar VPF para muitos **pequenos exibidores**. Hoje, no Brasil, mesmo dispondo de cópias em 35 mm, eles recusam-se a repassá-las, em *second run*, a salas isoladas, ou do interior.
- A manutenção do filme em cartaz durante o período mínimo para receber VPF (3 semanas) pode representar **perda** de receitas para algumas salas.
- As dificuldades econômicas e de operação das salas de pequenos exibidores exigem a intervenção do Estado, inclusive com **recursos públicos**, para evitar o fechamento.
- Filmes nacionais e distribuidores independentes nacionais precisam de regras de VPF mais **flexíveis**.

A digitalização traz algumas possíveis mudanças na distribuição dos filmes e na programação das salas

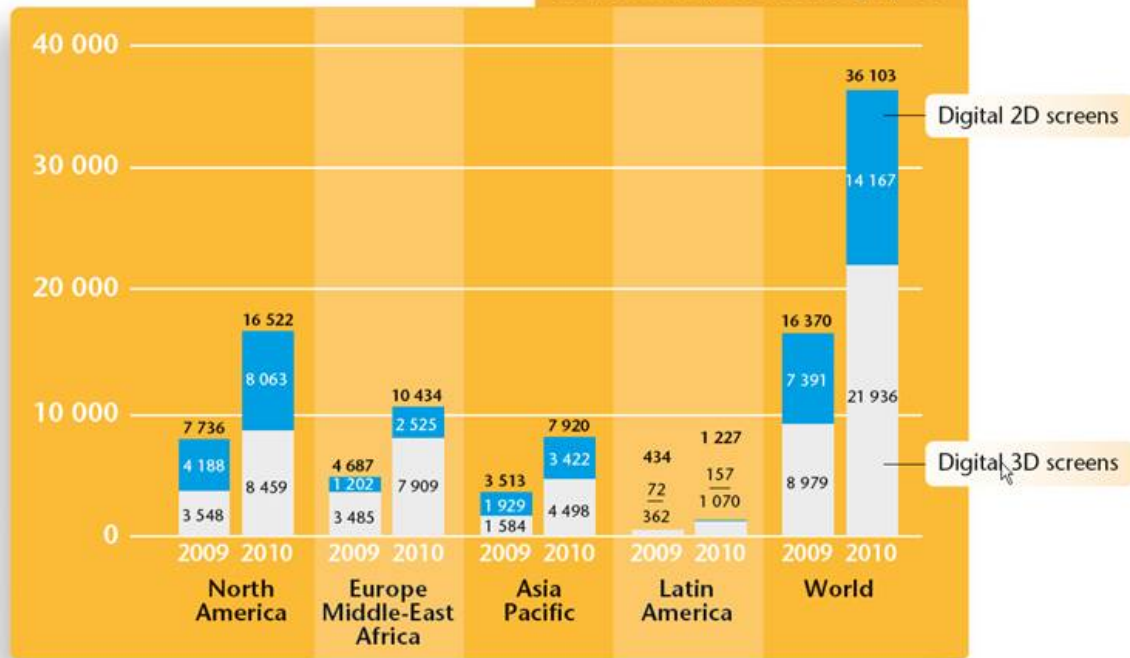
- O serviço de exibição de cinema pode receber alterações importantes nos próximos anos, especialmente para os complexos menores.
- A maior facilidade na distribuição física das cópias permite outras alternativas para a **multiprogramação**.
- Complexos com menos salas ampliam sua **sustentabilidade** econômica, reduzindo os riscos dos investimentos.
 - podem dispor dos filmes no período de **lançamento**.
 - podem realizar multiprogramação com **menos** salas.
 - podem planejar exibição para grupos específicos de **espectadores**.
- A atividade de **programação** das salas passa a ter mais complexidade e importância.
 - maior **especialização profissional** dessa atividade.
 - sala de cinema pode deixar de ser vista como commodity.

1. aspectos gerais da digitalização da projeção cinematográfica
- 2. situação do processo de digitalização**
3. as ações do Programa Cinema Perto de Você
4. o projeto para a digitalização dos cinemas brasileiros
5. questões remanescentes sobre a digitalização

Desde 2009, a digitalização se acelerou.

Worldwide number of digital and 3D screens | 2009-2010^e

Sources: MPAA, IHS Screen Digest, OBS



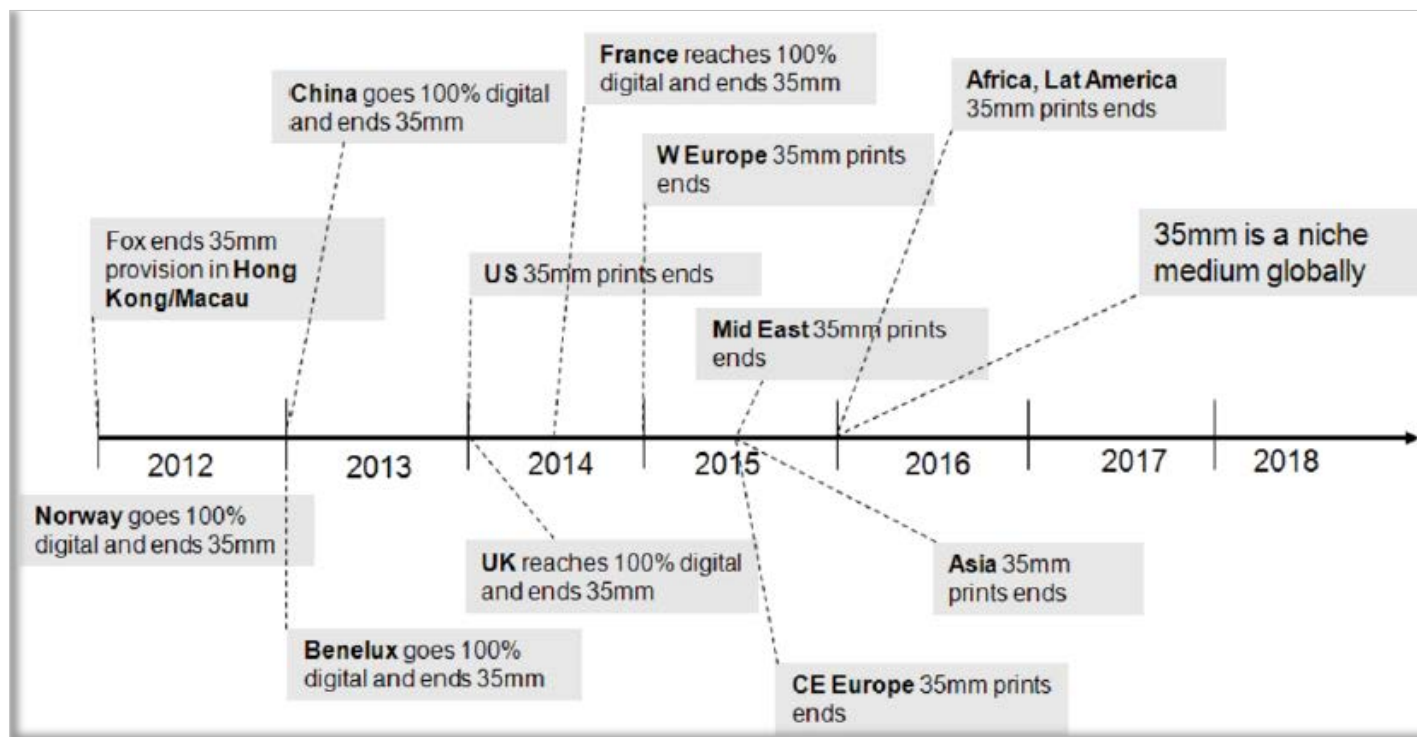
Fonte: Relatório Focus 2011.
Observatório Europeu do Audiovisual.

Há três aspectos a destacar neste gráfico:

- a atualização tecnológica **acelerou-se** em todo o mundo;
- o processo na América Latina é o **mais atrasado**;
- na AL, a digitalização é comandada pelo **3D**, depende da iniciativa dos exibidores.

Os sinais de alerta têm se multiplicado.

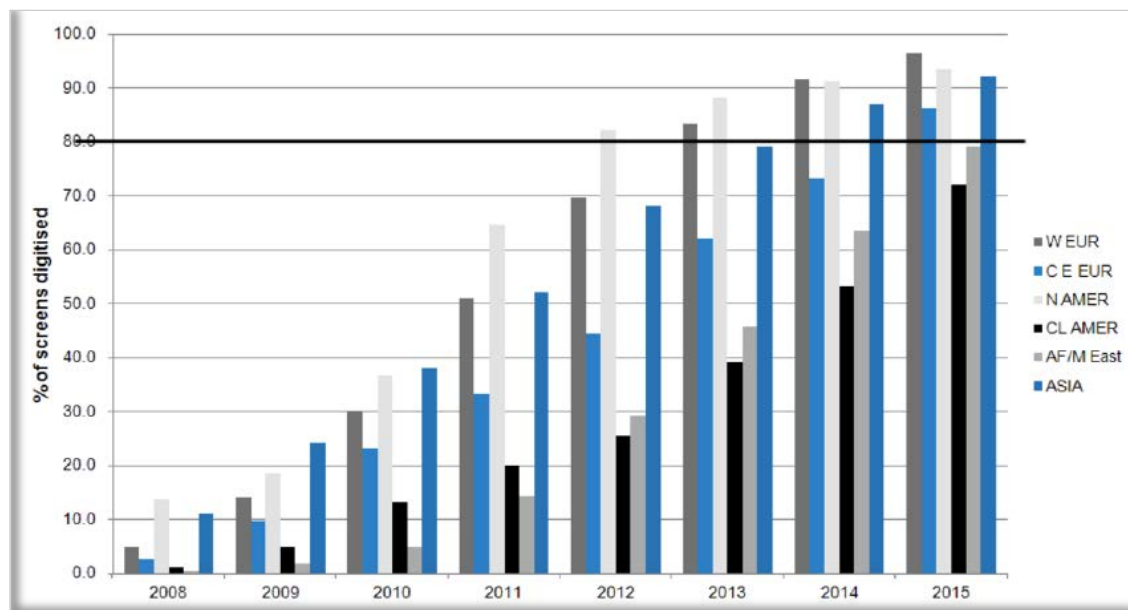
Previsões para a evolução da digitalização dos cinemas e o fim das cópias em 35mm.



Fonte: David Hancock. IHS Screen Digest.

A digitalização precisa ser acelerada na AL.

- Há um risco real da obsolescência de parte significativa das salas em operação.



Fonte: David Hancock.
IHS Screen Digest.

Um cenário contraditório: crescimento e risco

- Em breve, fora de nichos específicos, não será viável um modelo de serviços de exibição comercial baseado na convivência dos dois sistemas tecnológicos.
- EUA e Europa devem completar a digitalização dos cinemas em 3 anos. De regra, há acordos com distribuidoras e foram implementadas políticas públicas para atender a todo espectro de exibidores.
- Na América Latina, até agora, o ritmo da digitalização foi marcado:
 - pelo **interesse** dos exibidores na construção do circuito de exibição em 3D;
 - pela **inércia** dos distribuidores na busca de uma solução para a questão.
 - pela **desarticulação** de exibidores nacionais e governos na construção de uma solução adequada.
- O mercado latinoamericano de cinema, ao lado do asiático, é um dos que **mais crescem** no mundo. Isto é significativo especialmente pelo contraste com a estagnação de Europa e Estados Unidos.
- A digitalização é um dos vetores importantes para se planejar o crescimento do cinema nos próximos anos.

O Programa Cinema Perto de Você

O Programa Cinema Perto de Você foi lançado em 2010 com os desafios estratégicos de:

- melhorar a **oferta de capital** para investimento
 - acesso ao crédito
 - custo de capital
 - redução dos riscos
- fortalecimento do **ambiente de negócios**
 - rentabilidade das operações
 - equilíbrio entre agentes
 - **atualização tecnológica**

Seu objetivo geral:

- diversificar, descentralizar e expandir a oferta de serviços audiovisuais para a população brasileira por meio da ampliação do parque exibidor de cinema.

Entre seus objetivos específicos, está a **renovação tecnológica** dos cinemas.

O Programa Cinema Perto de Você e a digitalização

- A digitalização foi prevista num dos eixos de ação do Programa:
 1. Projeto de investimento e crédito:

linha financeira de investimento e crédito subsidiado, operada pelo BNDES, com R \$500 milhões destinados à implantação de novas salas de cinema
 2. Projeto Cinema da Cidade

ação dirigida à implantação de salas de propriedade pública e gestão preferencialmente privada, em cidades com menos de 100 mil habitantes que não tenham cinemas
 3. Projeto de desoneração tributária

criação do RECINE, regime tributário especial que desonera de tributos federais os investimentos na implantação ou modernização de cinemas
 4. Projeto Sistema de Controle de Bilheteria

implantação de instrumento regulatório que disciplina a coleta e transmissão de dados primários relativos às receitas dos cinemas
 5. **Projeto de digitalização**
- O desenho de um modelo de negócios para o processo de digitalização aparece nesse quadro geral de planejamento.

1. aspectos gerais da digitalização da projeção cinematográfica
2. situação do processo de digitalização
3. as ações do Programa Cinema Perto de Você
- 4. o projeto para a digitalização dos cinemas brasileiros**
5. questões remanescentes sobre a digitalização

O cinema e a digitalização, no Brasil, hoje

- Há **2.300 salas** de cinema no Brasil. Todo ano, são abertas pouco menos de 200; cerca de 50 são fechadas.
- A bilheteria tem crescido vigorosamente: em 2011, serão vendidos cerca de 140 milhões de bilhetes com receitas de 850 milhões de dólares.
- 450 salas possuem projeção digital em padrão DCI; quase todas 3D.
- Outras 166 salas têm projetores digitais com resolução de 1,4K (Auwe).
- 700 cinemas pertencem a **grupos estrangeiros**. Estão com o processo de digitalização resolvido.
- Entre as demais, pertencentes a **empresas brasileiras**, cerca de **1.400 salas** ainda demandam uma solução para o processo e o modelo de digitalização.
- Um grupo de 16 exibidores brasileiros articula-se para buscar uma solução conjunta do problema do financiamento. Esse grupo administra cerca de 900 salas com 750 a serem digitalizadas.
- As 650 salas restantes pertencem a mais de uma centena de pequenas empresas. Em geral, formam complexos de uma ou duas salas.

Dificuldades para a digitalização no Brasil

- A **organização contábil e de gestão** de muitos exibidores brasileiros impede-os de contratar com instituições financeiras, em particular com o BNDES.
- Em geral, a capacidade de investimento e de **crédito** das empresas é **baixo**.
- Nestes aspectos, há uma **assimetria** entre exibidores nacionais e internacionais. A **fragilidade financeira** de alguns exibidores nacionais, exposta pela necessidade de renovação tecnológica, poderá induzir um processo de **concentração** do parque exibidor nas mãos de **grupos estrangeiros**.
- Não houve iniciativa das distribuidoras estrangeiras para a digitalização no Brasil. As filiais **não têm mandato** para realizar acordos de VPF.
- O **custo** dos equipamentos é **inflado** pelos tributos incidentes na importação. A redução deste custo depende da implantação do RECINE.
- Ausência de **políticas públicas específicas** para o financiamento da digitalização das salas em operação.
- A **volatilidade** do dólar americano traz um elemento adicional de risco, uma vez que os equipamentos de projeção digital são importados.

Diretrizes políticas para a digitalização

- O modelo deve abranger apenas os **grupos exibidores nacionais**.
- **Todos** os exibidores brasileiros devem poder ser integrados ao modelo de financiamento.
- Deve-se evitar a contratação direta de financiamento do BNDES com cada exibidor.
- O financiamento deve envolver a aquisição e instalação de equipamentos compatíveis com os padrões **DCI** e com as regras editadas pela ANCINE.
- Os distribuidores devem compartilhar o financiamento.
- Os exibidores e integradores devem comprometer-se com mecanismos de controle e segurança nos pagamentos e com o repasse à ANCINE de **informações** sobre suas operações.
- O modelo deve possibilitar a digitalização de **1.400 salas**: 750 em dois anos (2013) e outras 650 em quatro anos (2015).

As políticas para a digitalização em planejamento

- A estratégia brasileira para a digitalização tem alguns capítulos:
 1. a **redução dos custos** de importação dos equipamentos.
 2. o **financiamento** à digitalização.
 3. a indução à organização de agentes **integradores**.
 4. o compartilhamento dos custos da digitalização dos cinemas mais vulneráveis.
- Algumas ações políticas estão sendo modeladas para enfrentar essas questões:
 1. a implantação do RECINE – Regime Especial de Tributação para Desenvolvimento da Atividade de Exibição Cinematográfica (MPV545);
 2. a provisão de recursos do Fundo Setorial do Audiovisual para crédito à digitalização (PLN 11/2011);
 3. a implementação de uma linha de crédito às integradoras, operada pelo BNDES;
 4. a articulação de compromissos com os distribuidores.

Primeira ação: o RECINE

- O RECINE foi criado pela MP 545. Compõe o projeto de desoneração tributária, um dos eixos de ação do Programa Cinema Perto de Você.
- Suspende a exigência de **todos** os tributos federais incidentes na importação ou no comércio interno de equipamentos e materiais de construção para salas de cinema.
- Tributos desonerados: PIS, COFINS, PIS-importação, COFINS-importação, IPI incidente na importação ou no comércio interno e Imposto de Importação. A base de cálculo do ICMS (imposto estadual) também fica reduzida.
- Abrange implantação e **modernização** de salas de cinema.
- **Redução de 25% nos custos** de importação dos equipamentos. Para as 1.850 salas que precisam ser digitalizadas (exibidores brasileiros e estrangeiros), isso significa uma renúncia fiscal de **R\$60 milhões**.
- Para ser implantado e gerar efeitos, o RECINE depende de decreto presidencial. A minuta do decreto foi elaborada pela ANCINE; o texto já recebeu avaliação favorável do Ministério da Cultura e da Receita Federal.

RECINE

Custos de importação de projetores digitais

Tributo	Base de cálculo	SEM RECINE			COM RECINE		
		Alíquota	Valor	%	Alíquota	Valor	%
	Valor inicial do equipamento (CIF) em reais	-	90.000,00	100%	-	90.000,00	100%
II	Valor Aduaneiro (valor CIF)	2% (*)	1.800,00	2%	0%	0,00	0%
IPI	VA + II	20%	18.360,00	20,4%	0%	0,00	0%
ICMS	VA + II + IPI + ICMS + IOF + desp. aduaneiras	18% (**)	24.181,46	26,9%	18%	19.756,10	21,95%
COFINS-imp.	VA + II + IPI + ICMS + PIS + COFINS (***)	7,60%	9.562,30	10,6%	0%	0,00	0%
PIS/PASEP-imp.	VA + II + IPI + ICMS + PIS + COFINS (***)	1,65%	2.076,03	2,3%	0%	0,00	0%
TOTAL	Valor do equipamento com tributos	-	145.979,79	162,20%	-	109.756,10	121,95%

(*) Projetores digitais incluídos na lista de exceções tarifárias do Imposto de Importação.

(**) A alíquota padrão de ICMS é 18%. Há exceções: RJ= 0%; PR=6%; RS=17%.

(***) PIS-importação e COFINS-importação geram créditos tributários.

A redução de custos, para além do RECINE

- A importação de equipamentos por meio de um integrador pode ter outras **vantagens** em termos de custo.
- A importação em larga escala permite uma redução significativa nos **custos aduaneiros e de frete e seguro**.
- Em alguns Estados, há isenção ou redução de **ICMS** para a importação de projetores através de seus portos e aeroportos. Esse imposto estadual acrescenta 22% ao preço CIF do projetor, na maioria dos Estados brasileiros.
- ICMS não incide sobre as operações de *leasing* que, em princípio, é a forma contratual que une integrador e exibidores.
- Com os benefícios do RECINE e a operação por meio do integrador, o custo total de importação e instalação dos projetores podem ser aproximadamente os seguintes:
 - 51,500 dólares, no caso de projetores para telas menores;
 - 62,300 dólares, projetores para telas de tamanho médio;
 - 73,000 dólares, projetores para telas maiores.

Segunda ação: linha de crédito para integradores

- Condições básicas preliminares para a **primeira etapa (750 salas)**:
 - recursos do Fundo Setorial do Audiovisual (CONDECINE e FISTEL);
 - linha financeira destinada exclusivamente a integradores;
 - ação administrada pelo BNDES em operações diretas;
 - financiamento de um valor máximo em reais para cada sala digitalizada: R\$70 mil (valor ainda não fixado, corresponde a dois terços do montante necessário);
 - taxa de juros: 3% ao ano, sem *spread* (juros negativos);
 - proposta mínima de 250 salas;
 - garantias: vinculação dos contratos de VPF, equipamentos, possibilidade de securitização de rendas das salas;
- Neste formato de garantias, o FSA considera assumir um risco necessário para viabilizar o processo de digitalização.
- O integrador deve comprovar a disponibilidade dos recursos restantes (financiamento bancário ou pelos fabricantes, recursos próprios ou dos exibidores).

Condições para enquadramento das propostas

- Para enquadramento, as propostas deverão conter:
 - memorando de entendimento ou contrato de compromisso celebrado com exibidores nacionais, com a relação das salas a serem digitalizadas, o modelo dos equipamentos a serem instalados, o preço estimado e a forma de pagamento;
 - os termos pré-negociados com fabricantes de projetores;
 - resumo do orçamento estimado de aquisição e instalação dos equipamentos e as condições pactuadas;
 - os termos do acordo de VPF compromissado com as distribuidoras nacionais e estrangeiras;
 - cronograma de aquisição e instalação dos equipamentos;
 - plano geral dos negócios, com a previsão de implantação de centro de operações (NOC), controle de receitas, prestação de serviços de assistência técnica etc.
- Os exibidores contratados pelo integrador deverão ser empresas de capital nacional.
- Após o enquadramento, antes da contratação do crédito, o proponente deverá apresentar os contratos definitivos com os agentes envolvidos.

Outras condições

- O integrador deve estar disponível para operar com outros exibidores que quiserem aderir às mesmas condições de negócio.
- Se houver novas adesões de exibidores ao negócio, o contrato poderá ser ampliado desde que haja recursos disponíveis na linha financeira.
- Deverão ser repassadas à ANCINE informações detalhadas sobre a operação das salas: filmes exibidos, sessões, bilhetes vendidos, receitas etc coletadas pelo NOC.
- Deverá ser exigido dos exibidores a contratação de assistência técnica e manutenção dos equipamentos.
- A taxa de administração da integradora não poderá superar 5% do preço pactuado com os exibidores para a aquisição e instalação dos equipamentos.
- Os projetos para cada sala poderão envolver despesas diversas, mas apenas projetores, servidores, processador digital de som, despesas de instalação, frete e seguro serão financiadas pelo FSA.

Cronograma e estratégia

- O processo deverá ocorrer em duas etapas:
 - etapa inicial com 750 salas com base nas condições apresentadas: a referência é o grupo de 16 exibidores já organizados; conclusão da etapa no final de 2013;
 - segunda etapa com 650 salas: exibidores e salas mais vulneráveis; até o fim de 2015.
- Para a segunda etapa, são estudadas algumas **condições especiais**:
 - redução da taxa de juros;
 - cobertura pelo FSA do VPF dos filmes brasileiros de distribuidores brasileiros.
- Além disso, outras ações políticas são necessárias em relação à segunda etapa:
 - organização dos exibidores, informação sobre a digitalização, mandato do integrador;
 - provisão de recursos no FSA;
 - articulação de compromissos dos distribuidores em relação ao VPF do segundo grupo de salas e à disponibilidade de cópias no período de lançamentos.

1. aspectos gerais da digitalização da projeção cinematográfica
2. situação do processo de digitalização
3. as ações do Programa Cinema Perto de Você
4. o projeto para a digitalização dos cinemas brasileiros
5. **questões remanescentes sobre a digitalização**

Há diversos pontos que permanecem em aberto

- A digitalização dos cinemas brasileiros é um projeto em elaboração, que avança rapidamente. Os agentes econômicos têm se movimentado para a busca de soluções.
- Sobre as alternativas já construídas, alguns assuntos demandam análise sobre o seu impacto na atividade econômica, entre eles:
 - repercussão dos contratos de VPF sobre a distribuição dos filmes brasileiros e estrangeiros independentes;
 - iniciativa e coordenação das ações dos exibidores em relação à empresa integradora;
 - capacidade do integrador de negociar VPF e preços adequados ao modelo proposto;
 - nível de adesão dos pequenos exibidores às alterações necessárias no seu negócio;

Há diversos pontos que permanecem em aberto

- Independentemente da forma de financiamento da compra e instalação de projetores digitais, permanece a **exigência** de que os distribuidores internacionais banquem a parte mais expressiva da operação.
- O compartilhamento de custos da digitalização **não** é um assunto de interesse restrito de distribuidores e exibidores.
- O uso da posição dominante dos distribuidores internacionais, motivadores e beneficiários principais do processo, não pode pôr em risco o **funcionamento** de centenas de salas de cinema, ou o momento de **crescimento** do cinema na América Latina.
- Equalizar a relação desigual entre esses agentes é uma das funções dos governos. Por isso, a possibilidade de articulação de um compromisso nacional com as distribuidoras em torno do VPF e da disponibilização de cópias digitais será testada pela ANCINE.



a construção de um modelo para a
digitalização dos cinemas no Brasil

paulo.zilio@ancine.gov.br



CINE COLOMBIA



CONFERENCIA INTERNACIONAL DIGITALIZACIÓN CINEMATOGRÁFICA

NOVIEMBRE 09 DE 2011

INDUSTRIA NACIONAL

- CINE COLOMBIA
- INFRAESTRUCTURA PAÍS
- MERCADO NACIONAL POR EXHIBIDOR

PROYECCIÓN DIGITAL

- GENERALIDADES
- COMPONENTES
- DIGITAL 3D - GAFAS

INFRAESTRUCTURA EN EL MUNDO

- PANTALLAS
- DIGITALIZACIÓN

INFRAESTRUCTURA LATINOAMÉRICA

- PANTALLAS – DIGITALIZACIÓN Y PARTICIPACIÓN
- DIGITALIZACIÓN EN COLOMBIA

MERCADO DIGITAL



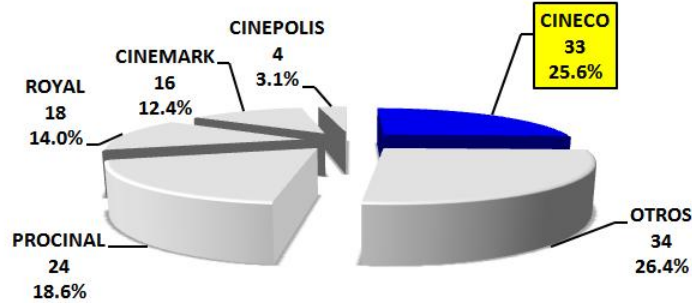
CINE COLOMBIA

**CINE COLOMBIA
INFRAESTRUCTURA PAÍS
MERCADO NACIONAL
POR EXHIBIDOR**

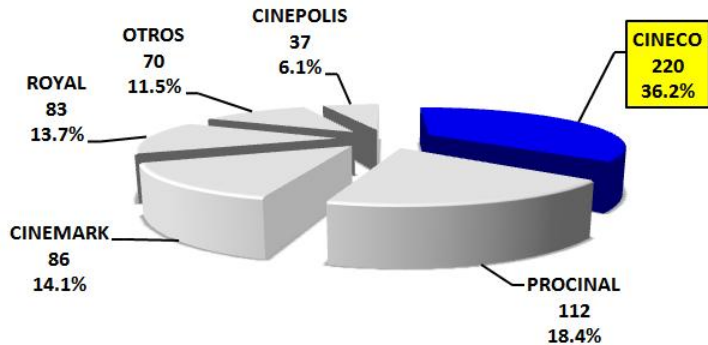


© www.123d.com

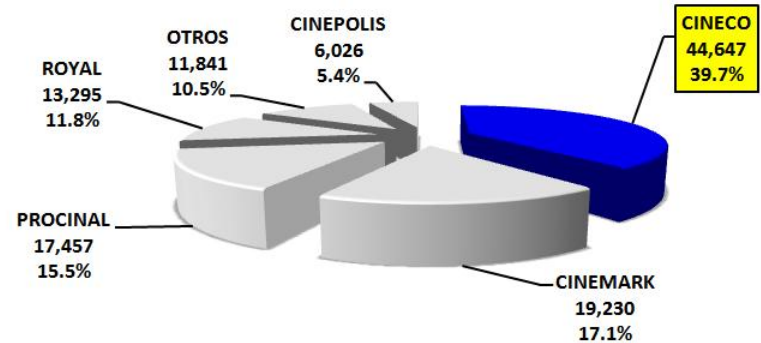
TEATROS: 129



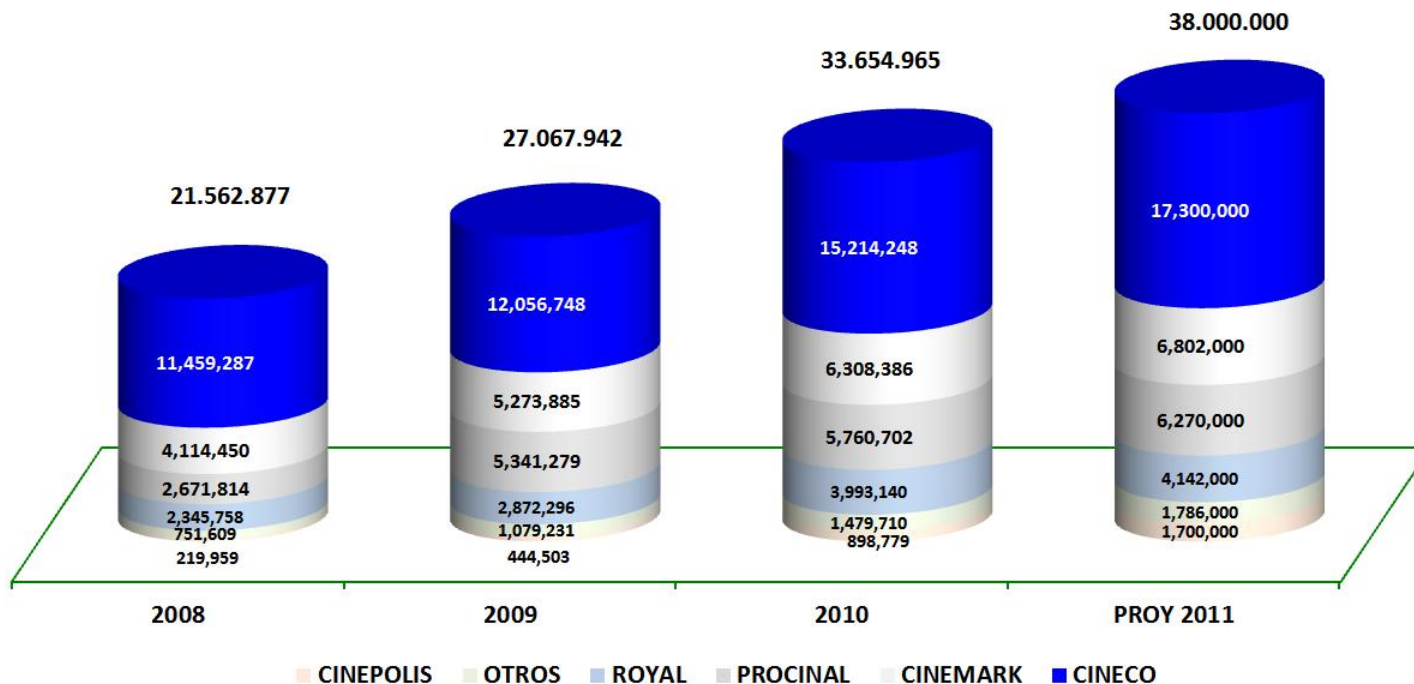
PANTALLAS: 608



SILLAS: 112.496

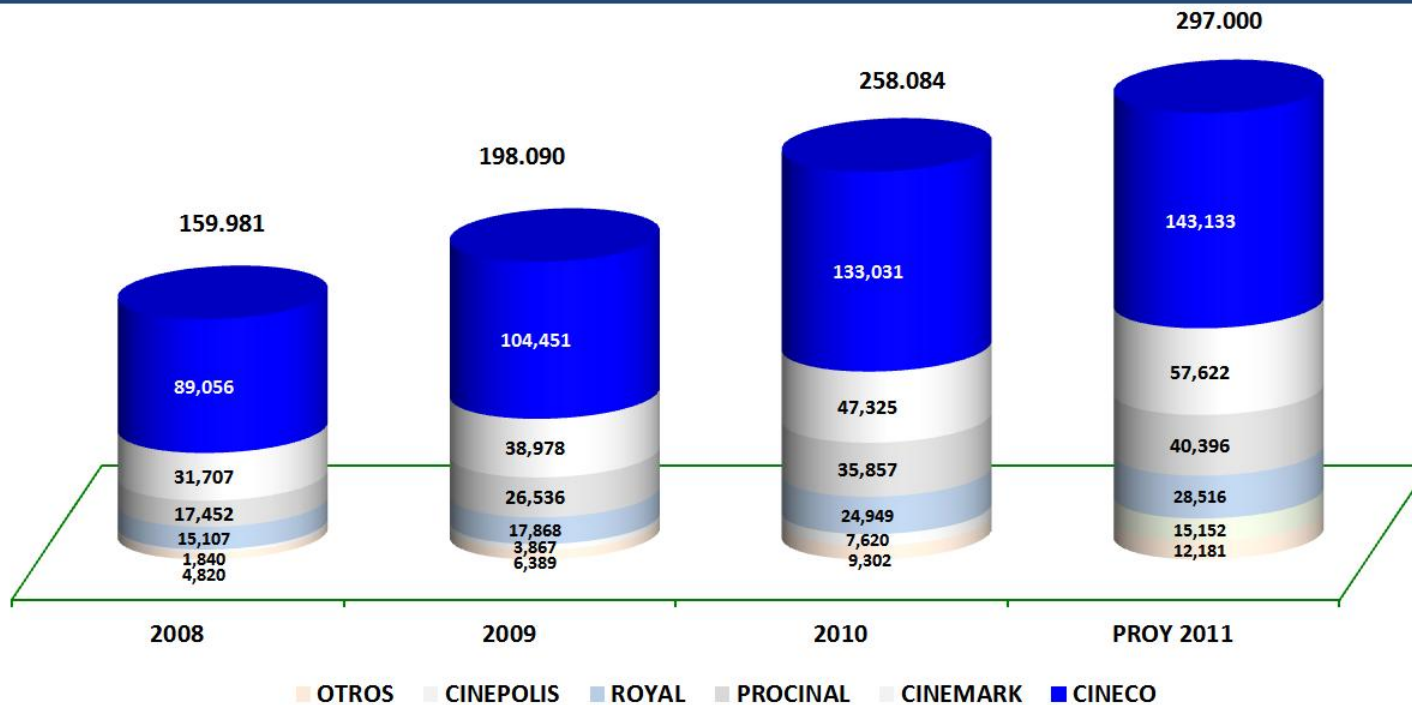


ESPECTADORES INDUSTRIA POR EXHIBIDOR



EXHIBIDOR	2,008	2,009	2,010	2,011
CINECO	53.1%	44.5%	45.2%	45.5%
CINEMARK	19.1%	19.5%	18.7%	17.9%
PROCINAL	12.4%	19.7%	17.1%	16.5%
ROYAL	10.9%	10.6%	11.9%	10.9%
OTROS	3.5%	4.0%	4.4%	4.7%
CINEPOLIS	1.0%	1.6%	2.7%	4.5%
TOTAL	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

BOX OFFICE (\$ MM) INDUSTRIA POR EXHIBIDOR



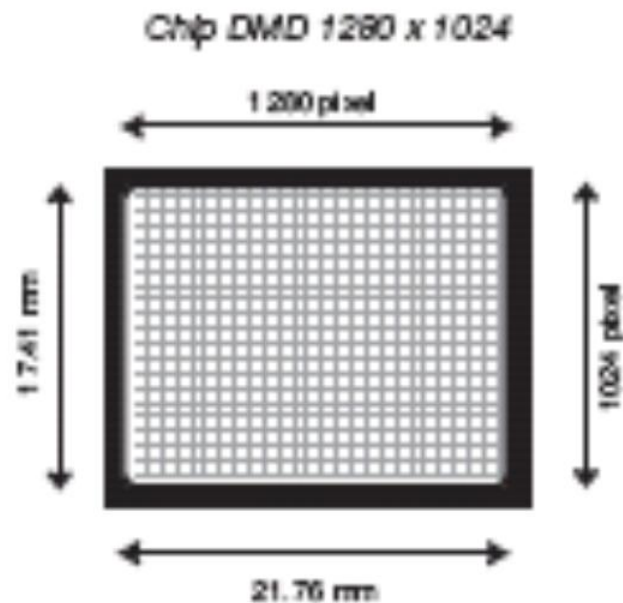
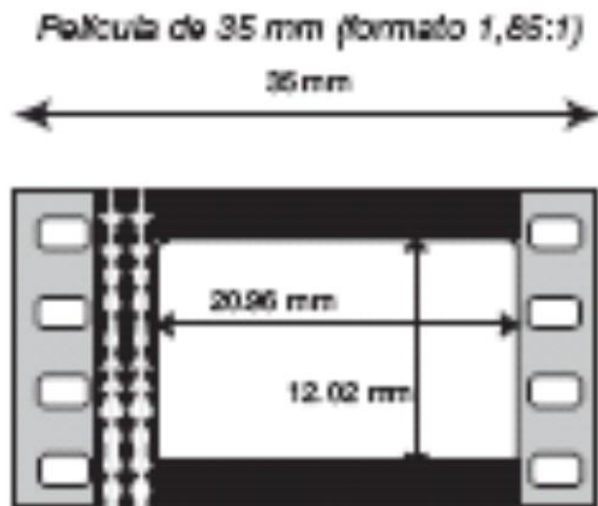
EXHIBIDOR	2,008	2,009	2,010	2,011
CINECO	55.7%	52.7%	51.5%	48.2%
CINEMARK	19.8%	19.7%	18.3%	19.4%
PROCINAL	10.9%	13.4%	13.9%	13.6%
ROYAL	9.4%	9.0%	9.7%	9.6%
CINEPOLIS	1.2%	2.0%	3.0%	5.1%
OTROS	3.0%	3.2%	3.6%	4.1%
TOTAL	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



CINE COLOMBIA

**PROYECCIÓN DIGITAL
GENERALIDADES
COMPONENTES**

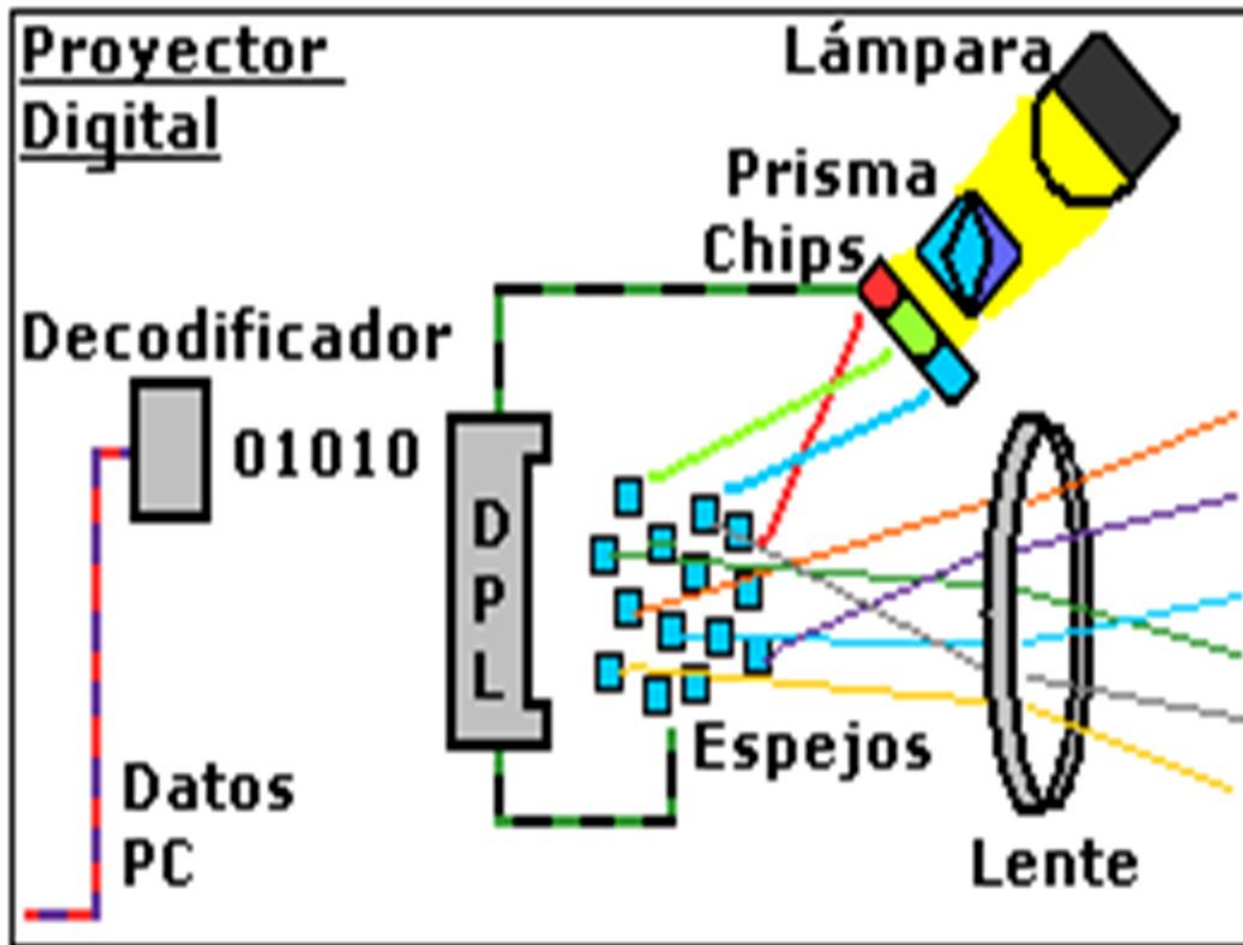
Fotograma de 35mm y DMD en la misma escala



FIDELIDAD DE LA IMAGEN

ALTA RESOLUCIÓN DE IMAGENES

CALIDAD, DETALLE, COLORES, IMPECABLE PESE AL USO

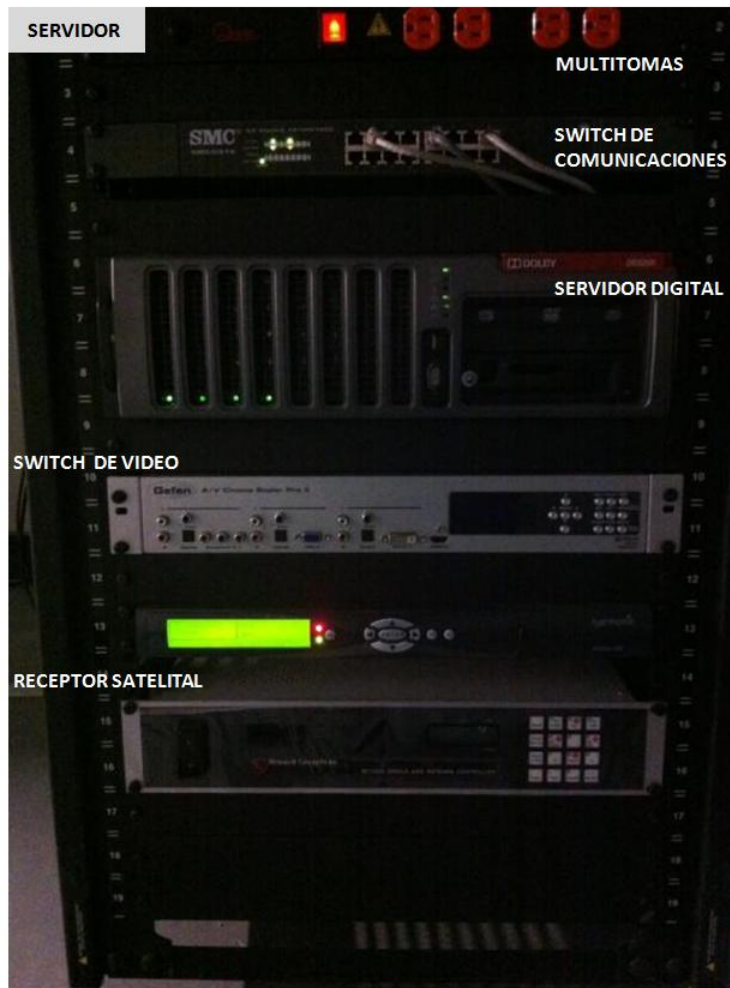




RODILLOS

ROLLOS DE PELÍCULA





CARACTERÍSTICAS

PANTALLA
FUNCIONAMIENTO EQUIPO
COPIAS
PROYECTOR
GAFAS

		
<p>PLATEADA LICENCIAMIENTO SISTEMA GHOSTBUSTED FÁCIL INSTALACIÓN PASIVAS POLARIZADAS DESECHABLES - REUTILIZABLES</p>	<p>BLANCA DE ALTA GANANCIA PROPIETARIO DEL EQUIPO NO REQUIERE GHOSTBUSTED INTERVIENE EL PROYECTOR PASIVAS POLARIZADAS SISTEMA DE LAVADO</p>	<p>BLANCA DE ALTA GANANCIA PROPIETARIO DEL EQUIPO NO REQUIERE GHOSTBUSTED FÁCIL INSTALACIÓN ACTIVAS PAÑO HÚMEDO</p>
<p>REAL D</p>	<p>DOLBY INFITECH</p>	<p>XPAND NUVISION</p>

CARACTERÍSTICAS

		
<p>DESECHABLES FACIL DE INSTALAR PASIVAS POLARIZADAS DESECHABLES</p>	<p>PASIVAS POLARIZADAS SISTEMA DE LAVADO PROYECCIÓN EN 70 MM REUTILIZABLES</p>	<p>EQUIPOS DE 35 MM LENTE ESPECIAL PANTALLA PLATEADA DESECHABLES</p>
<p>MASTER IMAGE</p>	<p>IMAX</p>	<p>TECHNICOLOR</p>



CINE COLOMBIA

**INFRAESTRUCTURA
DIGITAL EN EL
MUNDO**

WORLD WIDE – SCREENS 2011

A SEPTIEMBRE

WORLD WIDE

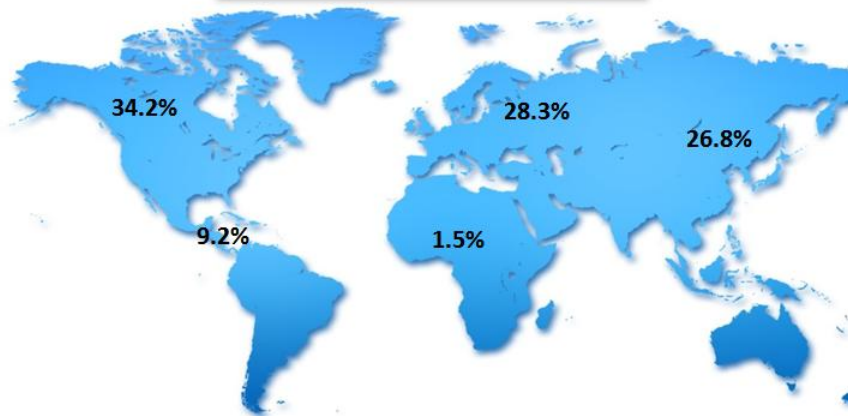
TOTAL	124.822
DIGITAL (56,5%)	70.560
DIGITAL 3D (76,4%)	53.876

NORTH AMERICA

TOTAL	42.635
DIGITAL (88,0%)	37.533
DIGITAL 3D (89,3%)	33.503

LATIN AMERICA

TOTAL	11.480
DIGITAL (21,1%)	2.423
DIGITAL 3D (86,5%)	2.097



EUROPE

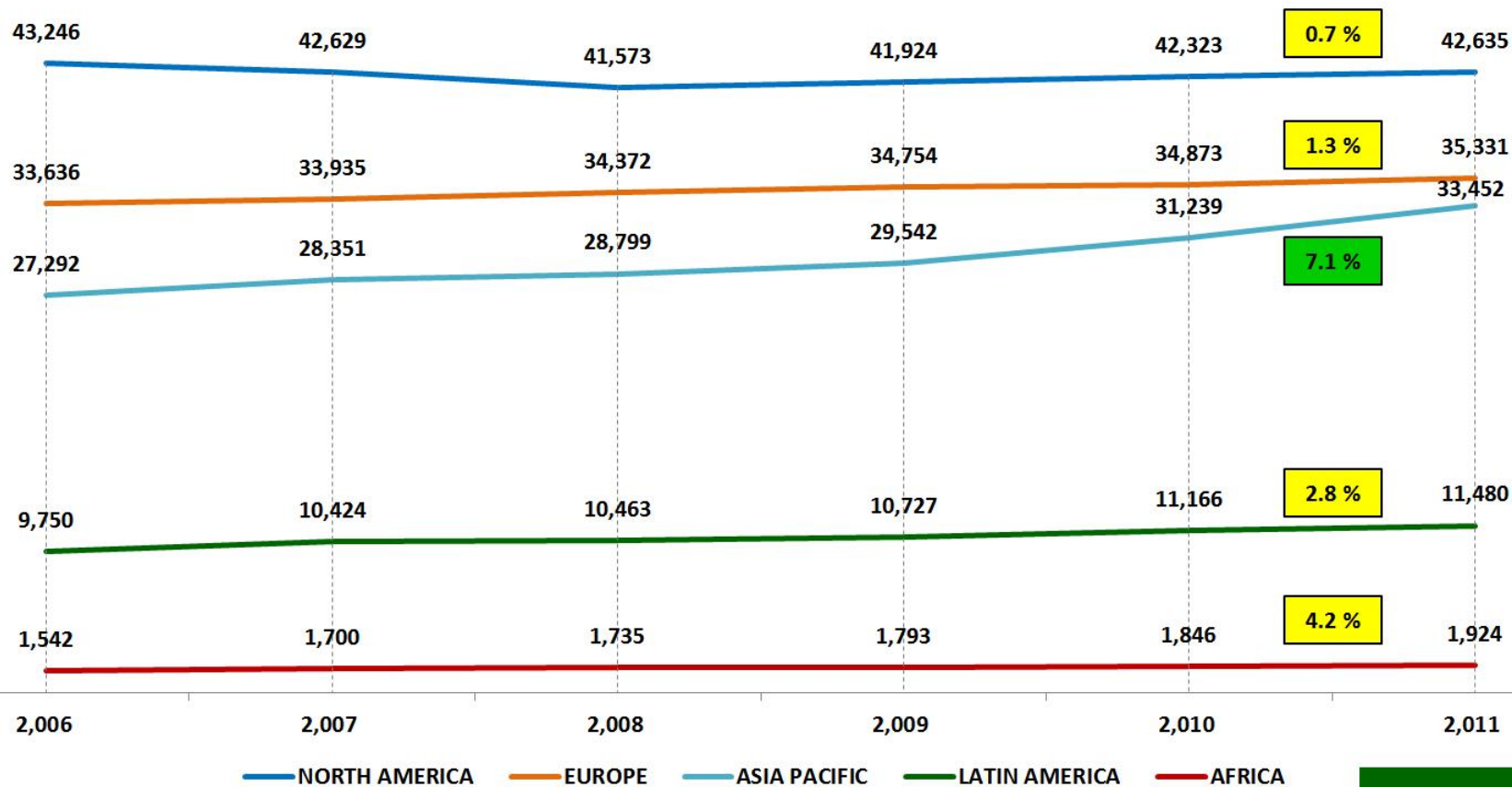
TOTAL	35.331
DIGITAL (48,9%)	17.293
DIGITAL 3D (59,7%)	10.331

ASIA PACIFIC

TOTAL	33.452
DIGITAL (38,4%)	12.833
DIGITAL 3D (58,8%)	7.550

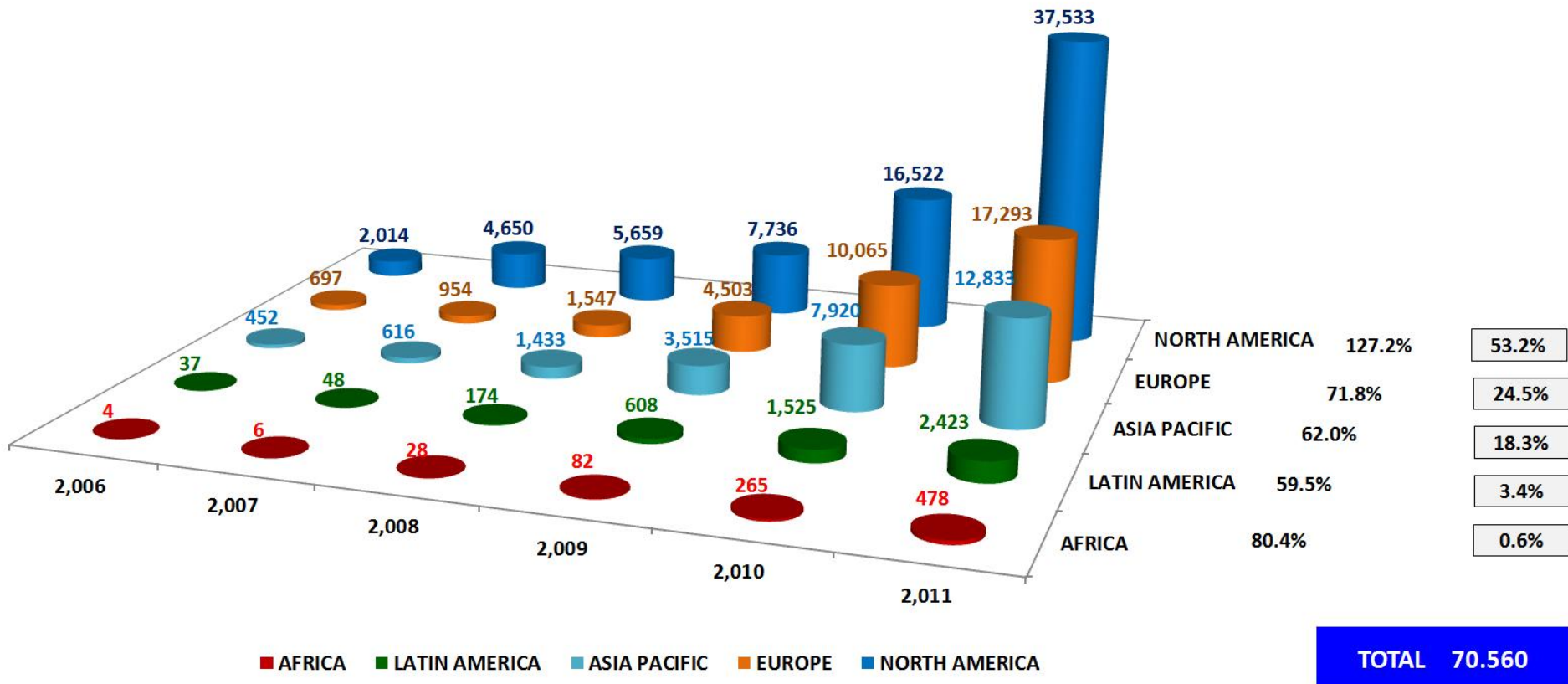
AFRICA

TOTAL	1.924
DIGITAL (24,8%)	478
DIGITAL 3D (82,6%)	395

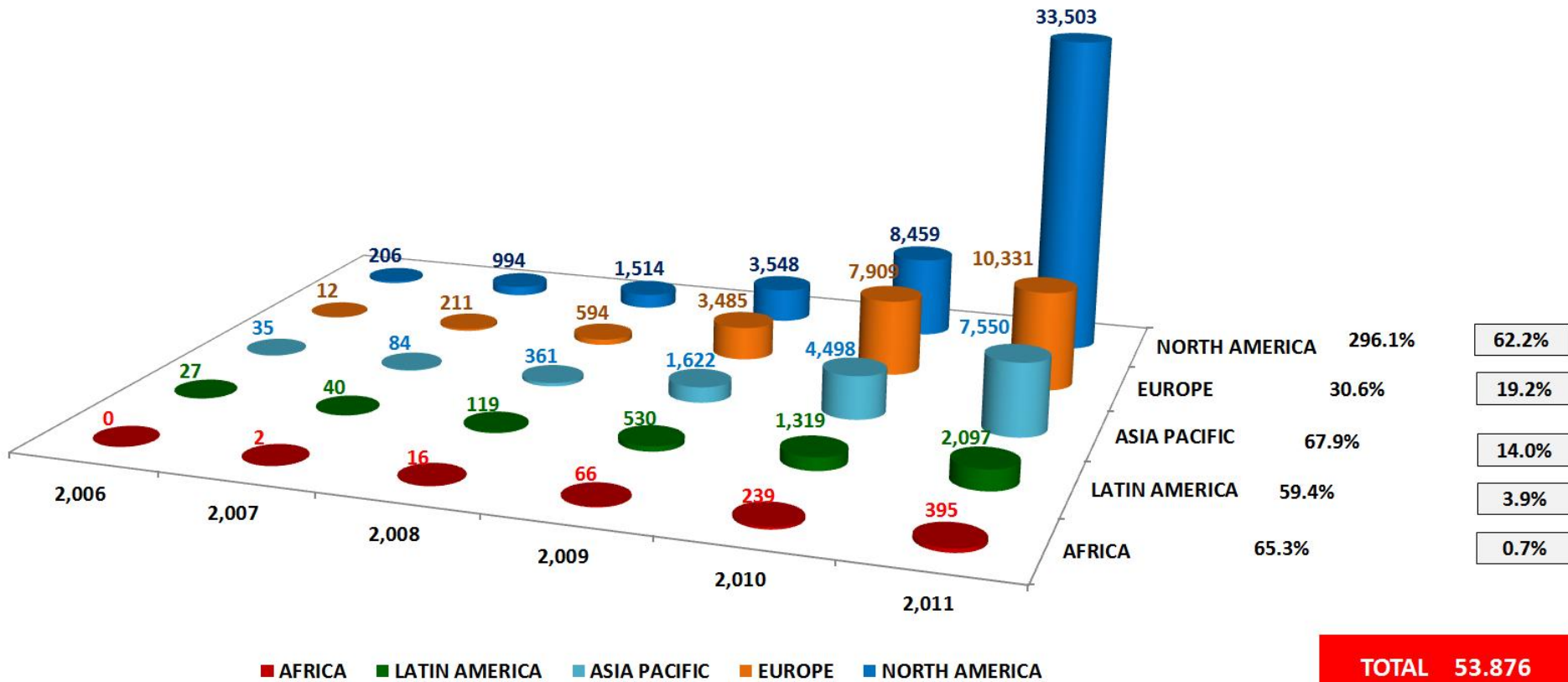


TOTAL 124.822

WORLD WIDE – SCREENS 2011 - PANTALLAS DIGITALES



WORLD WIDE – SCREENS 3D - PANTALLAS DIGITALES 3D





CINE COLOMBIA

**INFRAESTRUCTURA
DIGITAL EN
LATINOAMÉRICA**

LATIN AMERICA – TOTAL SCREENS 2011

TOTAL	2,006	2,007	2,008	2,009	2,010	2,011	% PARTC
MÉXICO	3,895	4,204	4,310	4,480	4,818	5,043	43.9
BRASIL	2,175	2,460	2,460	2,535	2,600	2,660	23.2
ARGENTINA	1,157	1,191	1,029	885	827	815	7.1
COLOMBIA	465	472	529	518	577	608	5.3
VENEZUELA	390	405	421	432	439	445	3.9
PANAMA & CA	465	456	442	462	470	423	3.7
PERÚ	262	272	291	339	341	373	3.2
PUERTO RICO	340	342	333	333	326	325	2.8
ECUADOR	175	195	196	234	273	305	2.7
CHILE	284	290	312	332	311	293	2.6
URUGUAY	99	93	97	103	101	106	0.9
BOLIVIA	43	44	43	74	83	84	0.7
LATIN AMERICA	9,750	10,424	10,463	10,727	11,166	11,480	100

NOTA: DATOS 2011 A SEPTIEMBRE

FUENTE: SCREEN DIGEST, WARNER BROS, MPAA, NATO, CINE COLOMBIA

DIGITAL	2,006	2,007	2,008	2,009	2,010	2,011	% PARTC	PENETRACIÓN
MÉXICO	5	9	95	241	674	1,102	45.5	21.9%
BRASIL	10	9	25	118	279	454	18.7	17.1%
ARGENTINA	0	0	3	30	115	216	8.9	26.5%
COLOMBIA	0	1	11	43	133	182	7.5	29.9%
PANAMA & CA	0	0	0	25	56	90	3.7	21.3%
PERÚ	0	2	3	34	48	83	3.4	22.3%
PUERTO RICO	0	0	1	41	85	88	3.6	27.1%
ECUADOR	22	26	29	43	55	76	3.1	24.9%
CHILE	0	1	3	15	39	56	2.3	19.1%
URUGUAY	0	0	1	6	14	37	1.5	34.9%
VENEZUELA	0	0	0	4	19	27	1.2	6.1%
BOLIVIA	0	0	3	8	8	12	0.6	14.3%
LATIN AMERICA	37	48	174	608	1,525	2,423	100	21.1%

NOTA: DATOS 2011 A SEPTIEMBRE

FUENTE: SCREEN DIGEST, WARNER BROS, MPAA, NATO, CINE COLOMBIA

DIGITAL 3D	2,006	2,007	2,008	2,009	2,010	2,011	% PARTC	PENETRACIÓN
MÉXICO	5	6	45	176	525	859	41.0	77.9%
BRASIL	0	5	23	114	262	450	21.5	99.1%
ARGENTINA	0	0	3	30	91	207	9.9	95.8%
COLOMBIA	0	0	11	43	132	170	8.1	93.4%
PUERTO RICO	0	0	1	40	85	87	4.1	98.9%
PERÚ	0	2	3	34	42	83	4.0	100%
ECUADOR	22	26	27	40	55	76	3.6	100%
PANAMA & CA	0	0	0	25	55	60	2.9	66.7%
CHILE	0	1	2	13	36	56	2.7	100%
VENEZUELA	0	0	0	3	14	21	1.0	77.8%
URUGUAY	0	0	1	6	14	17	0.8	45.9%
BOLIVIA	0	0	3	6	8	11	0.4	91.7%
LATIN AMERICA	27	40	119	530	1,319	2,097	100	86.5%

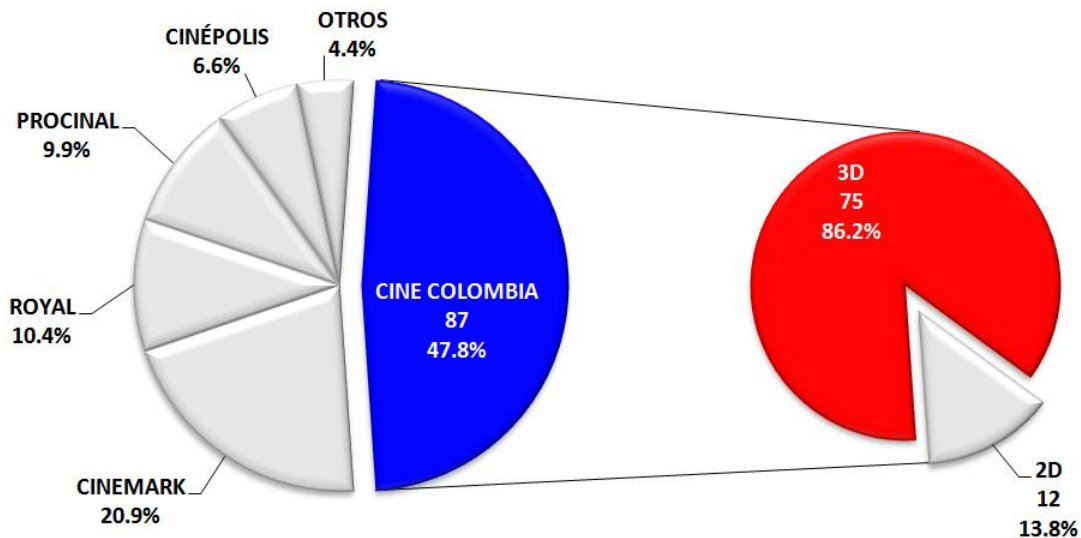
NOTA: DATOS 2011 A SEPTIEMBRE

FUENTE: SCREEN DIGEST, WARNER BROS, MPAA, NATO, CINE COLOMBIA



CINE COLOMBIA

**INFRAESTRUCTURA
DIGITAL EN
COLOMBIA**



DIGITAL	2,008	2,009	2,010	2,011	PENETRACIÓN	PANTALLAS
CINE COLOMBIA	8	28	74	87	39.5%	220
CINEMARK	2	7	19	38	44.2%	86
PROCINAL		2	10	18	16.2%	111
ROYAL		3	17	19	22.9%	83
CINEPOLIS	1	1	8	12	32.4%	37
IMAX		1	1	1	100%	1
OTROS		1	4	7	10%	70
COLOMBIA	11	43	133	182	29.9%	608

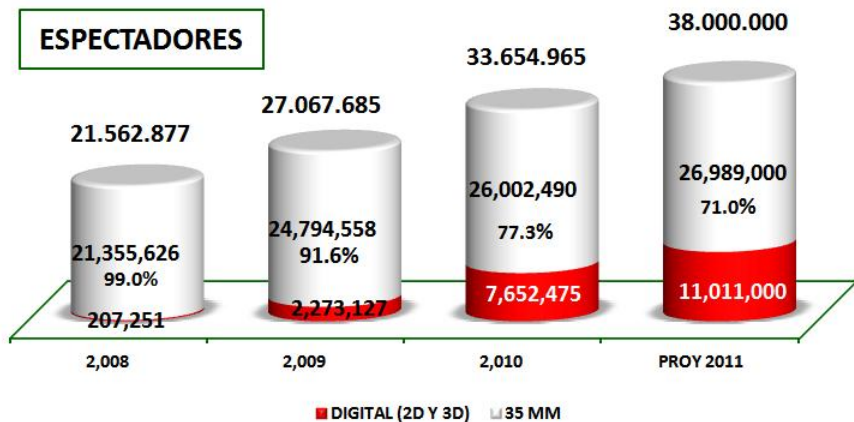


CINE COLOMBIA

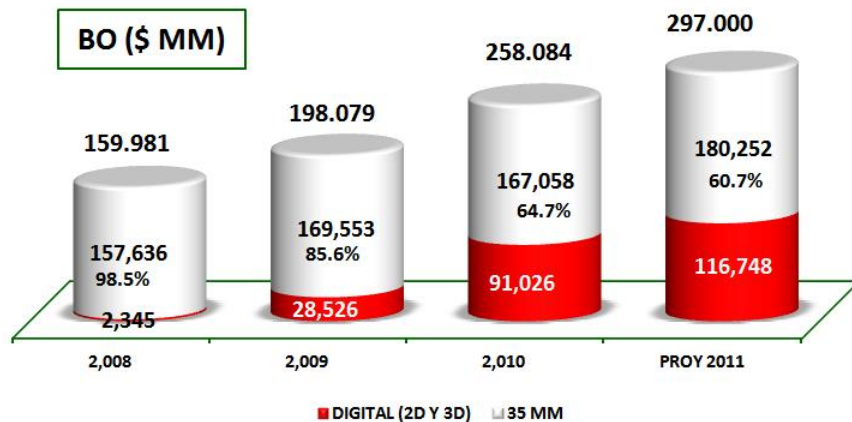
**MERCADO DIGITAL EN
COLOMBIA**

INFORMACIÓN HISTÓRICA - COLOMBIA POR FORMATO

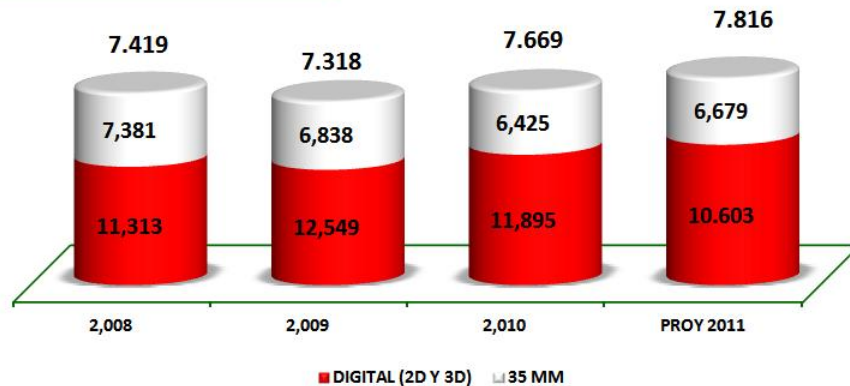
ESPECTADORES



BO (\$ MM)

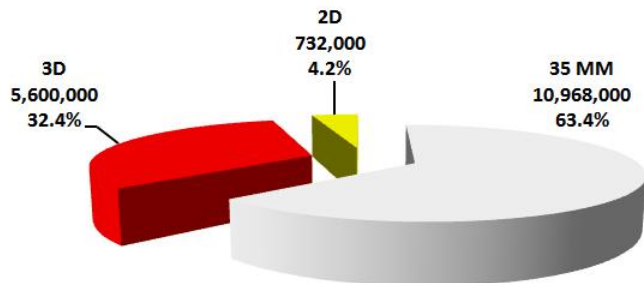


PRECIO PROMEDIO (\$)

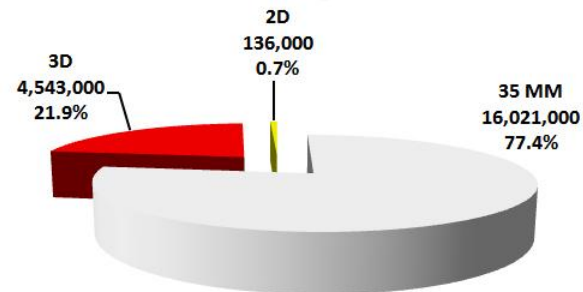


ESPECTADORES INDUSTRIA POR FORMATO PROYECCIÓN 2011

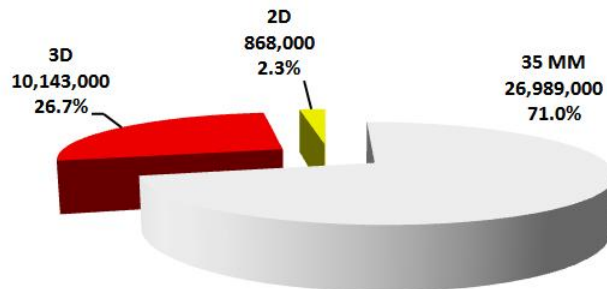
CINE COLOMBIA: 17.300.000



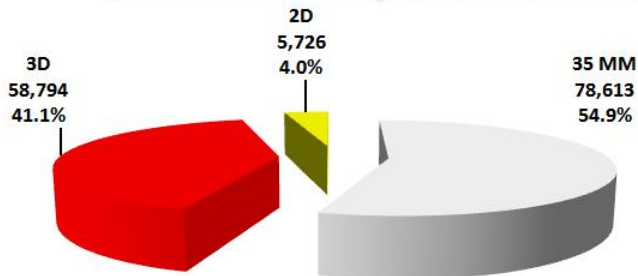
OTROS EXHIBIDORES: 20.700.000



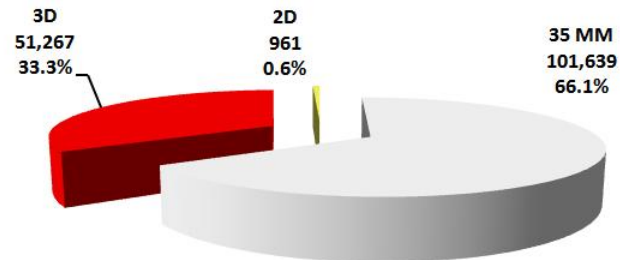
INDUSTRIA : 38.000.000



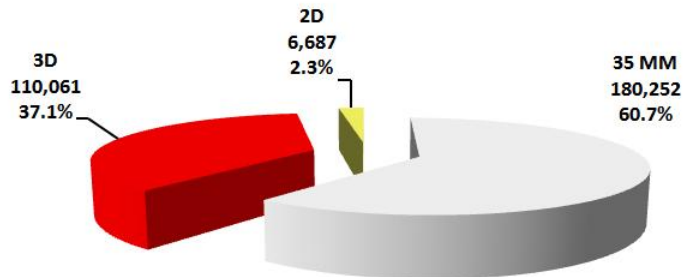
CINE COLOMBIA: 143.133



OTROS EXHIBIDORES: 153.867



INDUSTRIA : 297.000



ÚLTIMA
DIAPOSITIVA

CINEPLEX

La Opción en cine alternativo



18 Años
1993 - 2011

Presentando en Colombia
el mejor cine del mundo.

www.cineplex.com.co

DISTRIBUCION CINE INDEPENDIENTE EN AMERICA LATINA



CINEPLEX

QUIEN ES CINEPLEX

CINEPLEX COMIENZA LA DISTRIBUCION EN 1993 EN UN ESPACIO POCO DESARROLLADO EN COLOMBIA, *EL CINEARTE O ALTERNATIVO*, SUPLIENDO ASI UNA NECESIDAD DE LOS ESPECTADORES.



CON UN DELICADO CRITERIO DE SELECCIÓN, COMBINADO CON ACCIONES DE MERCADEO (*Tie-ins, Alianzas comerciales, Asocio con Embajadas y PR*), CINEPLEX ES RECONOCIDO TANTO EN COLOMBIA COMO A NIVEL INTERNACIONAL COMO UN DISTRIBUIDOR DE ALTA CALIDAD.

EN 2011 CUMPLE 18 AÑOS EN LA DISTRIBUCION DE CINE Y MAS DE 250 TITULOS.

EN 2002 CINEPLEX INICIA DISTRIBUCION EN CENTROAMERICA DE ALGUNAS DE SUS PELICULAS EXITOSAS EN COLOMBIA.

EN 2004 LOGRA UNA ALIANZA ESTRATEGICA CON MEXICO CON UN DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE DEL MISMO GENERO E INICIA LA ADQUISICION DE DERECHOS PARA EL CONTINENTE PERMITIENDO ENCONTRAR ALIADOS EN DIFERENTES PAISES.

EN MAYO DE 2005 PRECOMPRA PARA LATAM LAS PELICULAS *BROKEBACK MOUNTAIN* Y *BROKEN FLOWERS* LOGRANDO CONSOLIDAR ALIANZAS CON LOS PRINCIPALES DISTRIBUIDORES Y EXHIBIDORES DEL CONTINENTE.

PARALELAMENTE HA LOGRADO LA INCLUSION DE LA CINEMATOGRAFIA COLOMBIANA EN LA EXHIBICION EN SALAS EN ALGUNOS PAISES Y EN LA OFERTA DE TV EN LATAM.

CINEPLEX

FUENTES DE ACCESO CINE INDEPENDIENTE MUNDIAL



PALME D'OR
FESTIVAL DE CANNES



PRODUCERS GUILD OF AMERICA

EN FESTIVALES DE
CINE DE LAS
CATEGORIAS, A,B,
C y MERCADOS
ESPECIALIZADOS.

LAS OBRAS
CINEMATOGRA-
FICAS LAS
PRESENTAN LOS
PRODUCTORES Y
AGENTES DE
VENTAS PARA SER
CONSIDERADOS
EN LAS
DIFERENTES
CATEGORIAS.

CON EL ACCESO A
LAS PELICULAS
DESDE EL GUION
ESTAMOS
PENDIENTES DE
LAS PROXIMAS
PRODUCCIONES

RELACION CON
PRODUCTORES
INTERNACIONALES
Y LOS
COMPRADORES
DE LATAM

CINEPLEX

VENTANAS DE EXHIBICION



EN SALAS



VOD-DVD



STREAMING



PAN LATIN
SATELITE



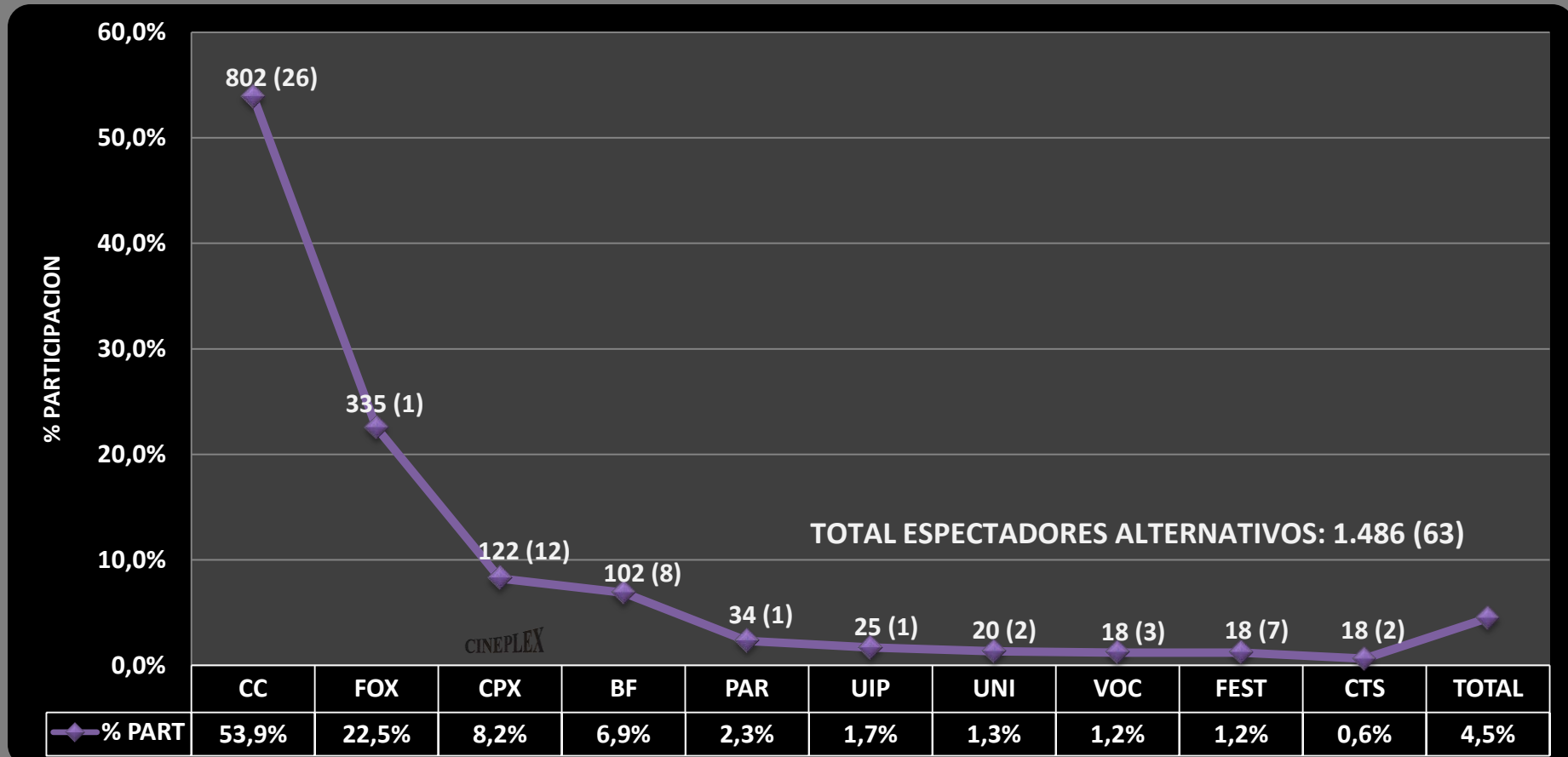
FREE TV

CINEPLEX

PROBLEMÁTICA COMERCIALIZACION CINE INDEPENDIENTE



ESPECTADORES CINE ALTERNATIVO 2011



ESPECTADORES TOTALES 2011: 33.177
 TITULOS EXHIBIDOS (SOLO 2011): 187

DIGITALIZACION CINE INDEPENDIENTE

VISION

CINEPLEX

Creemos que cuando se nos concede la distribución de material cinematográfico, debemos lograr el mejor resultado en todas las ventanas adquiridas, cine, video, TV en todas sus formas (Pan Satélite, VOD, Streaming, Cable, Free TV).

Queremos hacer de cada uno de los espectadores, exhibidores, amigos y colegas, una comunidad que permita potencializar el resultado de una película.

INICIATIVAS

Suplir material en el formato que requiera cada sala:

35mm

DCP

HD

Asegurar a las salas independientes el suministro de material en DCP o HD cuando se conviertan a salas digitales y continuar supliendo material en 35mm, hasta donde sea posible, a aquellas salas que económicamente no puedan convertirse.

GESTION LATAM

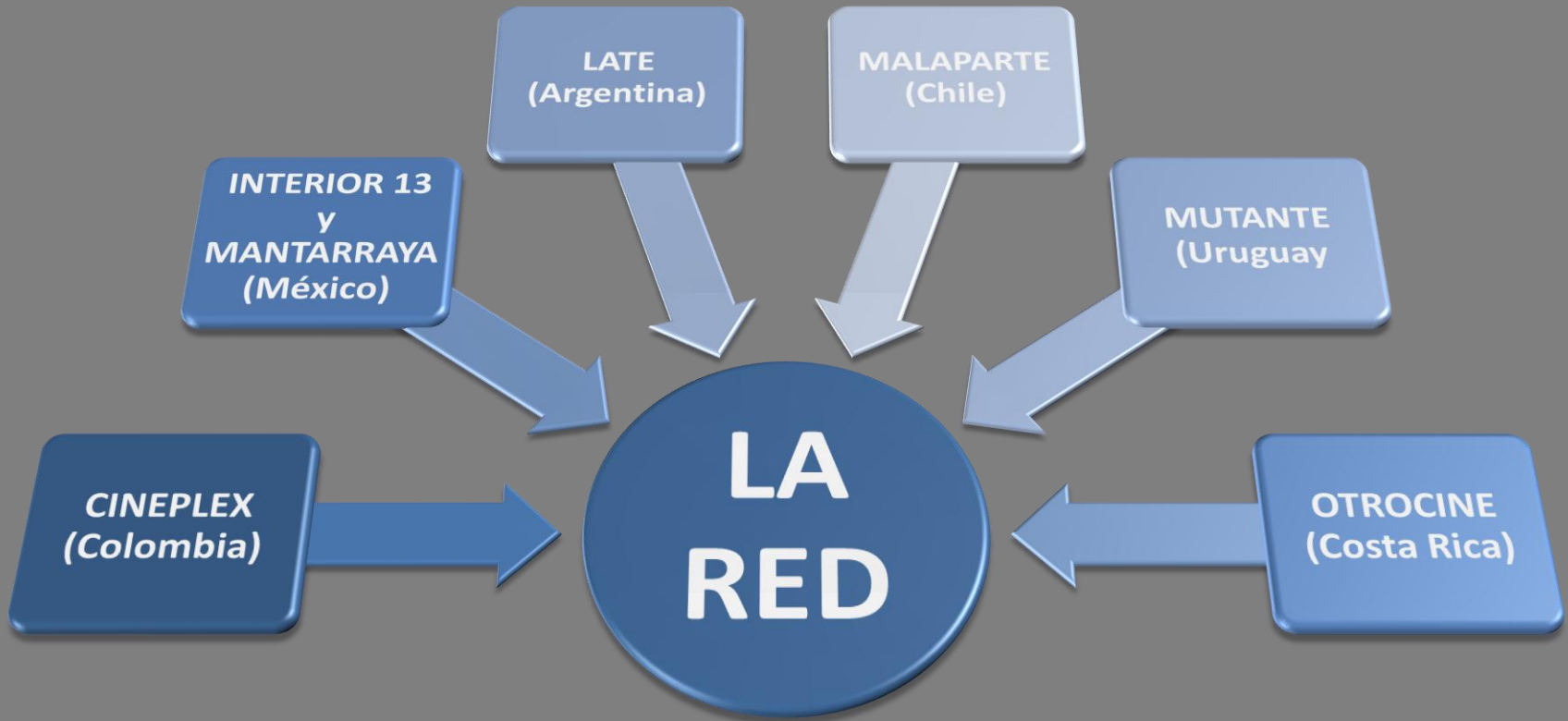
Apoyo creación
La Red (Latam)

Exhibición en Cámara
Alternativa – Cinépolis-
Cinemark (CentroAmérica)

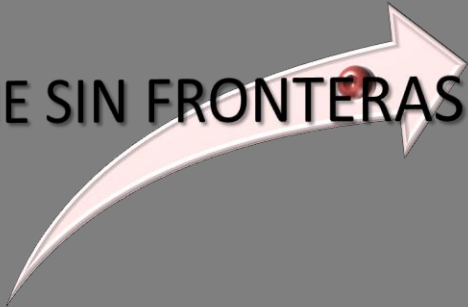
Exhibición en salas
Independientes
(Costa Rica)

Ocho y Medio / Supercines
(Ecuador), Grancine
(Venezuela) Cineplanet y
Cultural (Peru) Multicines y
Microcines (Bolivia)

LA RED



CINE SIN FRONTERAS



CINEPLEX

LA RED



DIGITALIZACION CINE INDEPENDIENTE

LOGROS

- Concientización a los exhibidores independientes de la necesidad del cambio a digital.

DIFICULTADES

- Falta de una política gubernamental de apoyo a las salas alternas.
- Intento de los estudios por establecer un patron que implicaría la desaparición de las salas independientes por el alto costo de los equipos.

NECESIDADES

- Soportar económicamente con estímulos las Salas Alternas siguiendo el ejemplo de Europa Cinema.
- Apoyar la propuesta de exhibición con medios alternativos (HD) para circuitos alternos, educativos que permitirán la formación de públicos y exhibición de contenido nacional, latinoamericano y europeo.

CINEPLEX

La Opción en cine alternativo



18 Años
1993 - 2011

Presentando en Colombia
el mejor cine del mundo.

www.cineplex.com.co

CONVERGENCIA

CROSS/TRANSMEIDA

UNA NUEVA MANERA DE CONTAR Y
DIFUNDIR CONTENIDOS

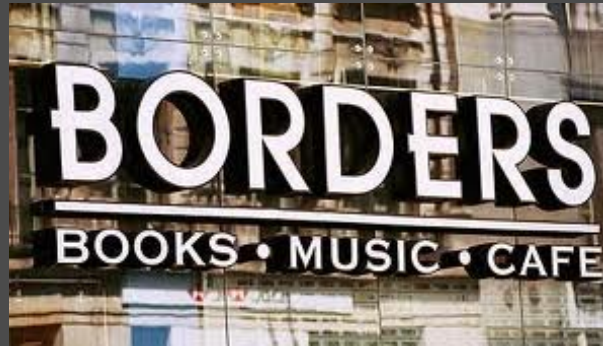
¿Qué está pasando?

- ⦿ Impacto de Internet en la industria.
- ⦿ Nuevas maneras de ver y de percibir el mundo
- ⦿ Internet y celulares hacen parte de la cotidianidad
- ⦿ Interacción a través de redes sociales



CONTEXTO industria

Bancarrota



Cambio
en la
exhibición



LA LEY DE CINE

PARA TODOS

Ley 814 de 2003, por la cual se dictan normas
para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia

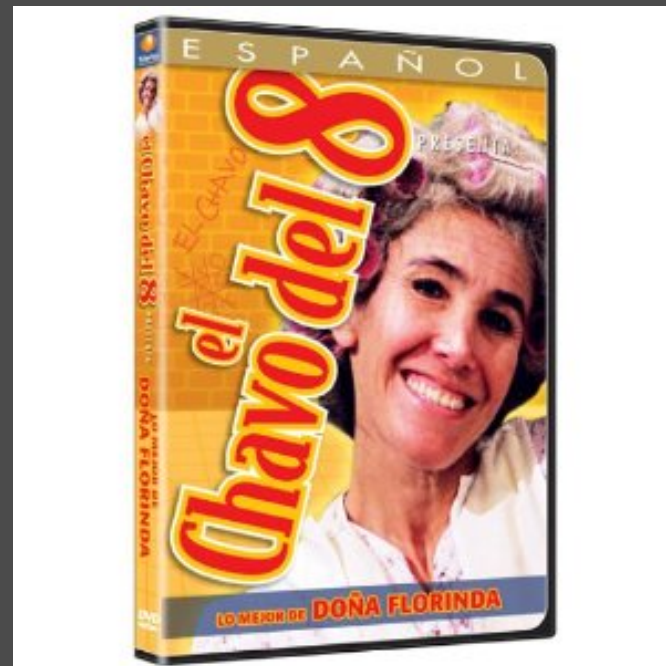
Era de los contenidos digitales

- Más de cuatro millones de suscripciones a internet.
- Más de 44 millones de abonados a celulares
- Redes sociales: más de 665 millones de usuarios de facebook en el mundo. En Colombia son más de 13 millones.
- Canales por Internet. Inversión de empresas como Google en canales tv por Internet.

“In today’s interconnected world, young adults, teens, and even kids have become so comfortable with media technology that they flow from one platform to the next. The problem is that their content is not flowing with them. As a discipline, transmedia provides us with a foundation for the development, production and rollout of entertainment properties or consumer brands across multiple platforms. Transmedia creates the flow” Jeff Gomez

Acercamientos al transmedia





Convergencia

```
graph LR; A[Convergencia] --- B[Audiovisual]; A --- C[Tecnología]; A --- D[Interactividad];
```

Audiovisual

Tecnología

Interactividad

Distrito Cinema

Cine, televisión, publicidad, televisión, video juegos

- Audiovisual

Tecnología: dispositivos (celulares, tabletas, computadores) internet,

- Tecnología

Transmedia, diversión

- Interactividad

Moving tales: Unwanted guest.

¿Qué es literatura, animación, dónde está el límite?



Interactividad



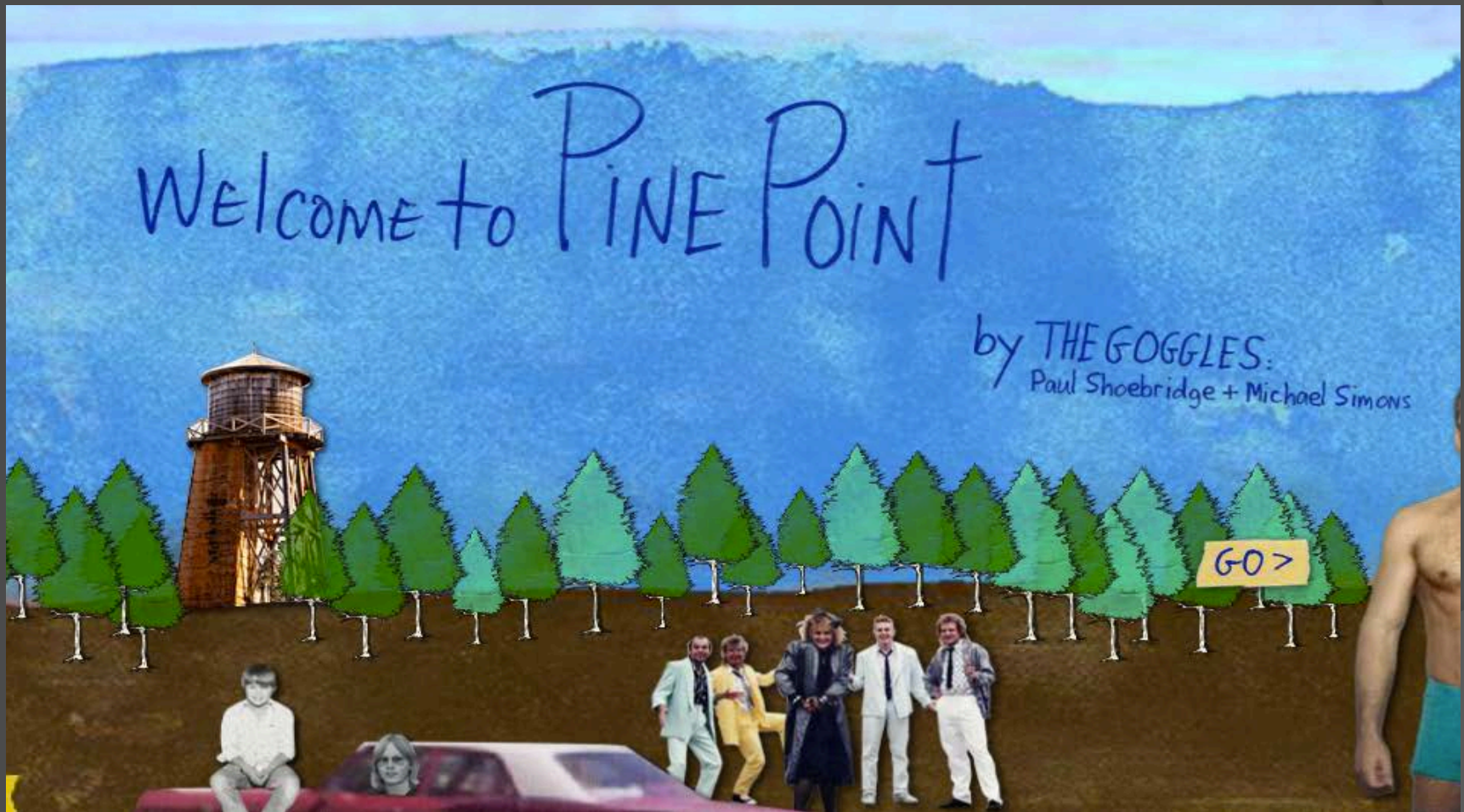
Video juego en en Festival de cine de Tribeca



Revistas cross media



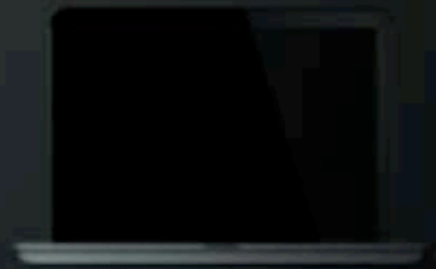
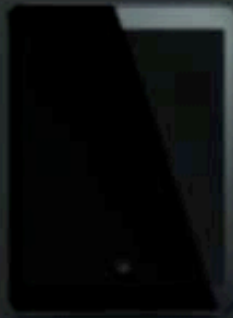
Documentales web interactivos



creación



twitter



Cross/transmedia

- ⦿ Interactividad
- ⦿ Inter y multidisciplinarios
- ⦿ Múltiples pantallas
- ⦿ Proyectos colaborativos
- ⦿ Varios autores

Dos casos de apropiación digital en el sector audiovisual: el documental y las salas alternas

**Cine digital
Octubre 2011**

Salas alternas y su relación con lo digital

Aspectos técnicos

	Número de salas	Porcentaje de salas
TIPO DE PROYECCIÓN		
Video proyector (video beam)	43	87,8%
Cine 35 mm	31	63,3%
Cine 16 mm	10	20,4%
Proyector digital profesional	4	8,2%
Otro	1	2,0%
DISPOSITIVOS DE REPRODUCCIÓN		
DVD	44	89,8%
Computador	41	83,7%
Cine	30	61,2%
Bluray	6	12,2%
HD	5	10,2%
Otro	2	4,1%
TIPO DE SONIDO		
Dolby Digital 5.1 o 7.1	18	36,7%
Otro	16	32,7%
Formatos de sonido consumo en hogar (Home Theater)	7	14,3%
Dolby Stereo	5	10,2%
DTS (Digital Theater System)	4	8,2%
SDDS (Sony Dynamic Digital Sound)	0	0,0%

Salas alternas y su relación con lo digital

Aspectos financieros

EGRESOS	Cantidad salas	Promedio participación en total de egresos
Salarios	41	44,50%
Inversión en Capital	9	28,90%
Pagos por derecho de autor	24	26,90%
Gastos administrativos	35	23,50%
Costos financieros	17	13,80%
Insumos intermedios	25	12,90%
Compra de películas	5	9,10%
Impuestos	22	4,70%

Salas alternas y su relación con lo digital

Aspectos de programación

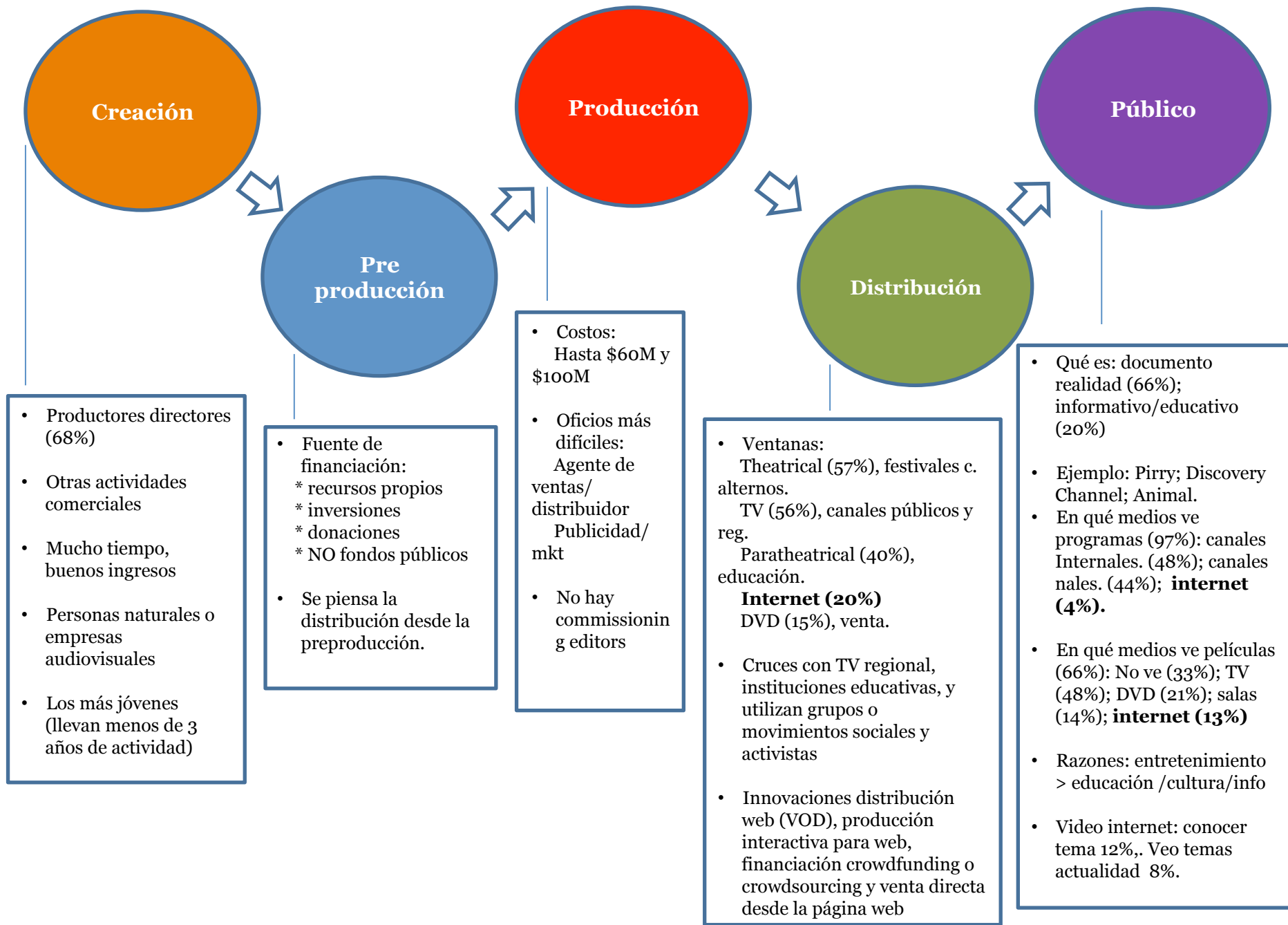
OBTENCIÓN TÍTULOS	Cantidad salas	% Salas	Promedio % participación sobre total
Distribuidor	28	57,1%	65,20%
Entidades culturales nacionales	27	55,1%	87,60%
Embajadas y entidades culturales internacionales	25	51,0%	30,80%
Otro	19	38,8%	30,40%
Productor	15	30,6%	9,30%
Tiendas de video	14	28,6%	39,80%
Mercados informales	6	12,2%	40,00%
Descargas por Internet	6	12,2%	19,50%

Salas alternas y su relación con lo digital

Aspectos de programación

ESTRATEGIAS DE DIVULGACIÓN DE CONTENIDO	
Redes sociales	87,70%
Correo masivo	83,60%
Página web de la entidad o sala	75,50%
Free press	71,40%
POP	65,30%

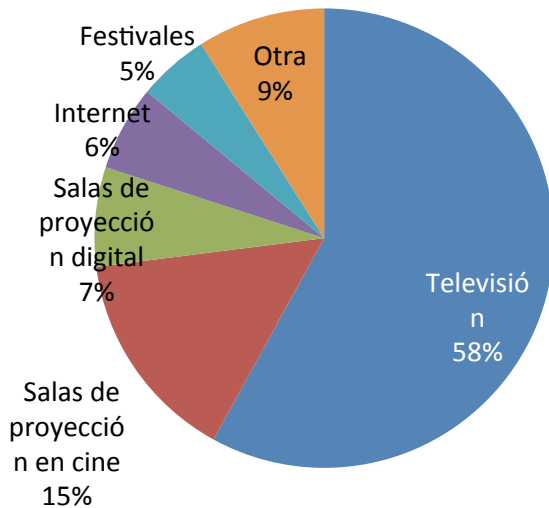
Documentales para ventana digital



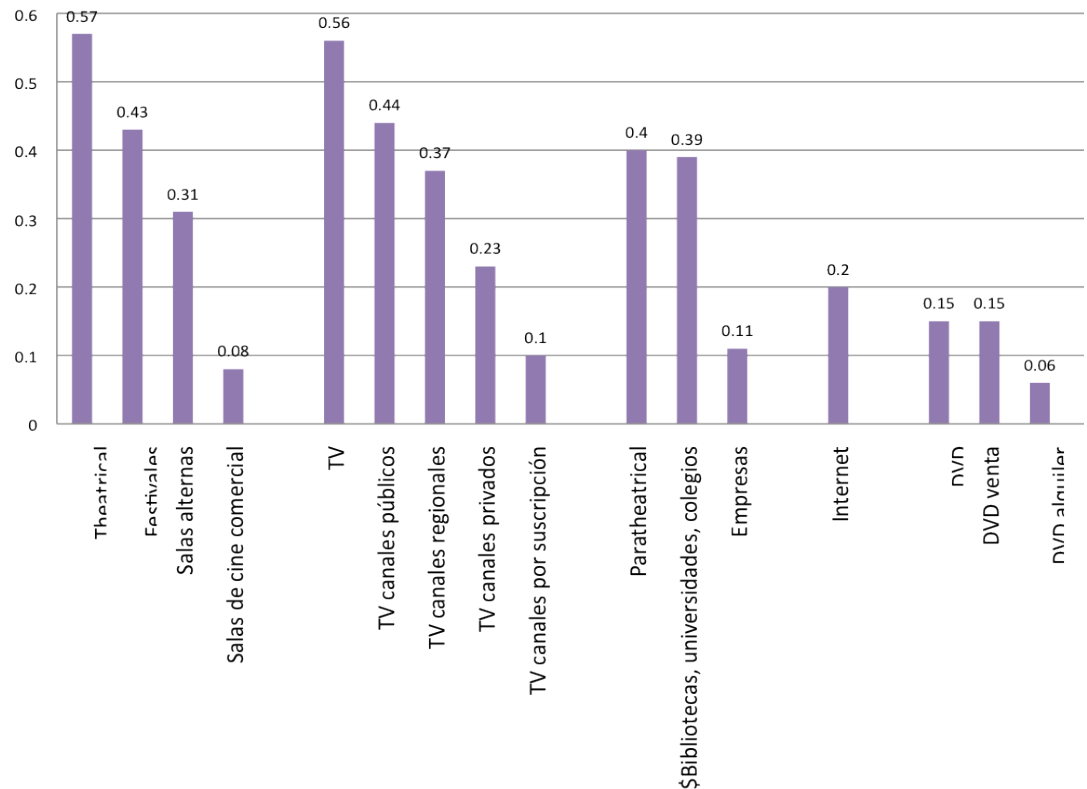
Circulación y distribución

Distribución en Colombia

donde piensan inicialmente los documentalistas distribuir sus películas

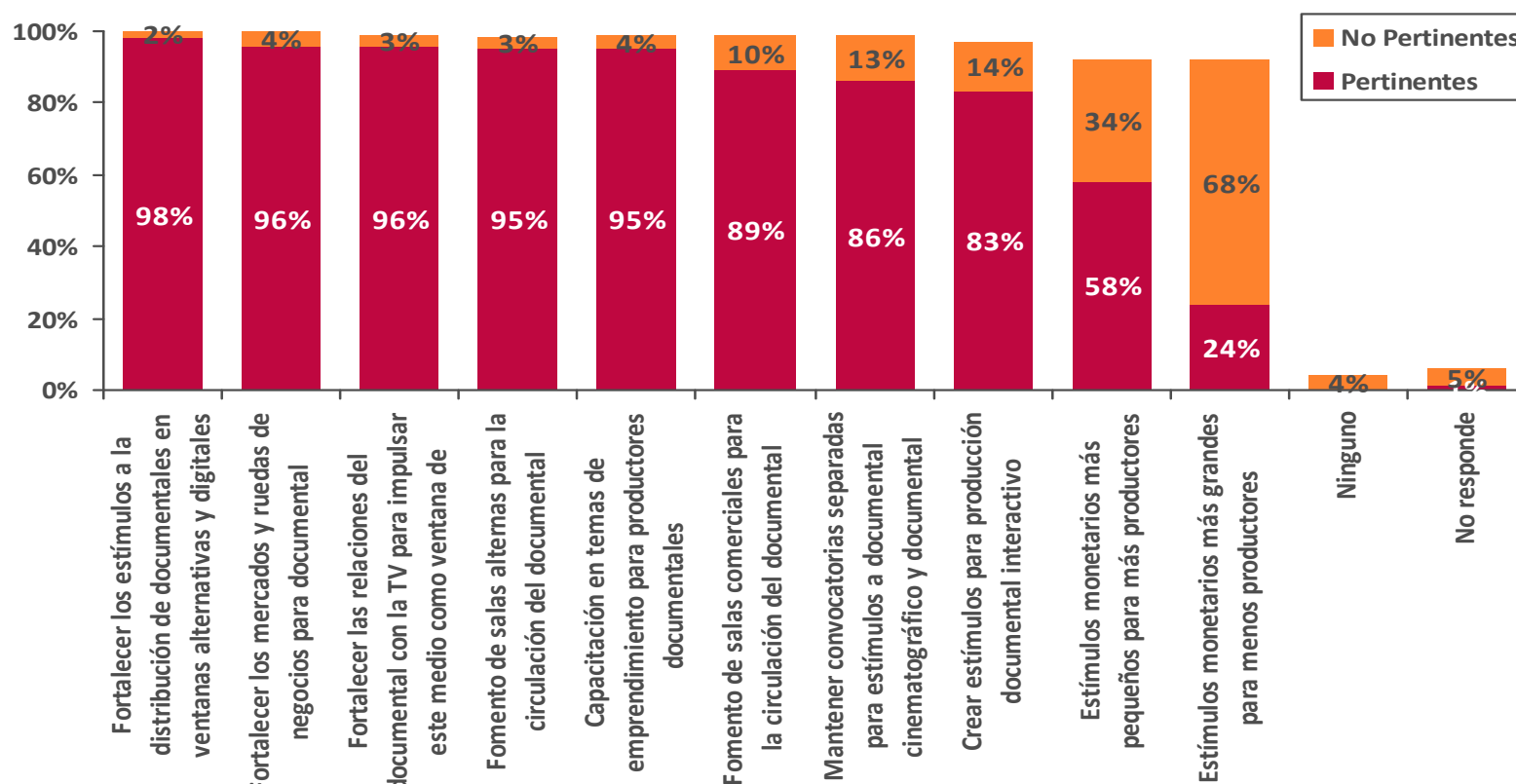


Estos son los espacios de recuperación finales



Percepción del sector frente a las políticas públicas para el documental

De los siguientes aspectos de la política para el documental, ¿cuáles considera pertinentes y cuáles no son pertinentes?



Fuente: Información producida por el estudio

Propuestas de acciones de política

	Problemática	Propuesta	Entidades involucradas
1	Escasez de mecanismos de distribución de proyectos documentales en ventanas digitales.	Estímulos directos para proyectos de distribución y venta digital de catálogo audiovisual colombiano, que incluyan documental.	FDC, MinTIC
2	La política no cubre necesidades de financiación de proyectos documentales interactivos para plataformas digitales.	Aunar esfuerzos políticos y financieros entre FDC y MinTIC para generar convocatorias de estímulos a la producción audiovisual interactiva (incluyendo documental) para plataformas digitales.	FDC; Mincultura; MinTIC

Nuevos modelos

Crossmedia o documental web

Nueva forma de pensar, producir y distribuir un documental.

Documentales y publicidad

- Campañas de marca documentales
- Serious games
- Plataformas publicitarias

DIY

Realizar recorridos para la generación de públicos directamente.

Apropiarse de los medios

Cada vez mas autores lo hacen, logrando tener control sobre cada etapa del proyecto.

Crowdfunding

Donaciones a partir de la página web de la película, páginas creadas para este fin o en general toda forma impulsar las donaciones colectivas.

Documental Crossmedia

"El documental web es un patio de recreo maravilloso para todos los creadores y autores", Alexandre Brachet, responsable de Upian,

"Todo es posible porque todos los negocios pueden reunirse allí: audio, vídeo, fotos, gráficos, etc".

"La definición misma de la literatura y el cine se están convirtiendo en algo más grande, más emocionante, más estimulante."

La tendencia tradicional es de "entretenimiento" pero luego se ramifica en su significado (entretenimiento es novelas o es: aprendizaje, nuevos medios, interacción). Las posibilidades que ofrece el Crossmedia refuerza esta diversificación.

PAGINAS RELACIONADAS

<http://gaza-sderot.arte.tv/>

<http://prisonvalley.arte.tv/?lang=en>

<http://www.france5.fr/portraits-d-un-nouveau-monde/>

<http://www.transmedialab.org/>

<http://www.nfb.ca/interactive/>

<http://films.nfb.ca/capturing-reality/>

<http://interactive.nfb.ca/#/outmywindowparticipe/>

<http://waterlife.nfb.ca/>

Nuevas tendencias

DOCUMENTAL Y PUBLICIDAD

Los últimos festivales de documentales: IDFA, HOTDOCS, SUNNY SIDE, han sentado a los documentalistas con las agencias de publicidad, centrales de medios y otros agentes del sector.

Resultados

<http://www.youtube.com/watch?v=6aRmAPMLAcw>

<http://www.youtube.com/user/HondaVideo>

<http://www.youtube.com/user/expendables?blend=22&ob=5>

SERIOUS GAMES

Cómo es posible combinar mecánicas de juegos con contenidos serios?

Los Serious Games vienen desarrollándose desde el 2000.

La gente esta buscando ahora entretenimiento con contenidos y mensaje no solo para audiencias jóvenes. Sunny Side of the docs.

Lo que más queda de un juego es la historia.

<http://www.rockstargames.com/lanoire/agegate/ref/?redirect=>

<http://www.imaginove.fr/front/158-15-1-Appel-a-Projets-SGNU>