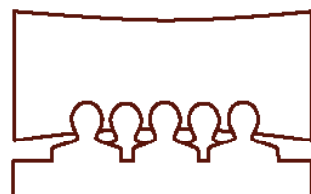


LA SALA CINEMATOGRAFICA "ALL'ITALIANA". STORIE E CULTURE DI UNO SPAZIO ARCHITETTONICO, TECNOLOGICO E SOCIALE

A CURA DI
ELENA MOSCONI, PAOLA DALLA TORRE,
GIOVANNA D'AMIA, MARIAGRAZIA FANCHI

SCHERMI
STORIE E CULTURE DEL CINEMA
E DEI MEDIA IN ITALIA



ANNATA VIII
NUMERO 14
2024



Schermi è pubblicata sotto Licenza CC BY-SA



LUOGHI DA (RI)COSTRUIRE. ELEMENTI PER UNO STUDIO SISTEMICO DELLA STORIA DEI MULTIPLEX IN ITALIA

Arianna Vietina (Sapienza Università di Roma)

PLACES TO (RE)BUILD. ELEMENTS FOR A SYSTEMIC STUDY OF THE HISTORY OF MULTIPLEX CINEMAS IN ITALY

This article explores the phenomenon of multiplex cinemas in Italy, emphasizing their historical and legislative context. Emerging in the 1990s, multiplexes represent a modern form of globalized consumption, distinct from traditional cinemas. Their rapid expansion, driven by large foreign conglomerates, posed significant challenges and opportunities within the Italian market. Through a historical reconstruction using trade magazines, this study analyzes the legislative measures enacted to regulate this growth, the involvement of various stakeholders, and the distinctive characteristics of the Italian multiplex landscape in its preliminary phase.

KEYWORDS

Multiplex; Movie Theaters; Media Industry Studies; Local History; Italian Press.

DOI

10.54103/2532-2486/24782

DATA DI INVIO 30 luglio 2024

DATA DI ACCETTAZIONE 15 dicembre 2024

Nel panorama degli studi sulle sale cinematografiche, i cinema multiplex¹ sono una tipologia ancora poco indagata in modo sistemico, anche in Italia². La loro storia, iniziata negli anni '50 negli Stati Uniti, è stata raccontata nell'importante contributo di Stuart Hanson *Screening the World. Global Development of the Multiplex Cinema*³, in cui l'autore ha ricostruito l'evoluzione dei circuiti di

¹ La definizione di "multiplex" adottata a livello europeo nel 1994 dal *White Book of European Exhibition Industry* (www.mediasalles.it/whitebook.htm - ultima consultazione 10 dicembre 2024) è quella di un cinema con almeno 8 sale, costruito appositamente e corredato di attività commerciali accessorie. In questo articolo comprenderemo il caso dell'Arcadia di Melzo, un cinema con sole cinque sale che venne definito «a misura d'uomo» (Zanchi, 1997: 8), e verrà trattato anche il discrimine dell'innovazione tecnologica delle sale in questione.

² Cfr. alcuni importanti contributi allo studio dei multiplex in Italia: Davalli, 2003; Delmestri, Woywode, 2004; Casetti, Fanchi, 2006; Cucco, 2020.

³ Hanson, 2019.

multiplex nel mondo⁴ a partire dalla consultazione delle riviste di settore. La complessità nell'approcciare questo tipo di cinema dipende da diversi fattori: la difformità delle caratteristiche che variano a seconda dei periodi e dei luoghi; la nascita recente che rende ancora problematica la storicizzazione; lo statuto di "non-luogo", uno spazio votato al consumo privo di specificità locali, che lo declassa nell'elenco degli oggetti di studio. Tutti elementi che emergono lampanti quando ci avviciniamo al fenomeno in Italia, dove queste sale sono state introdotte negli anni '90 secondo modalità peculiari date dal contesto.

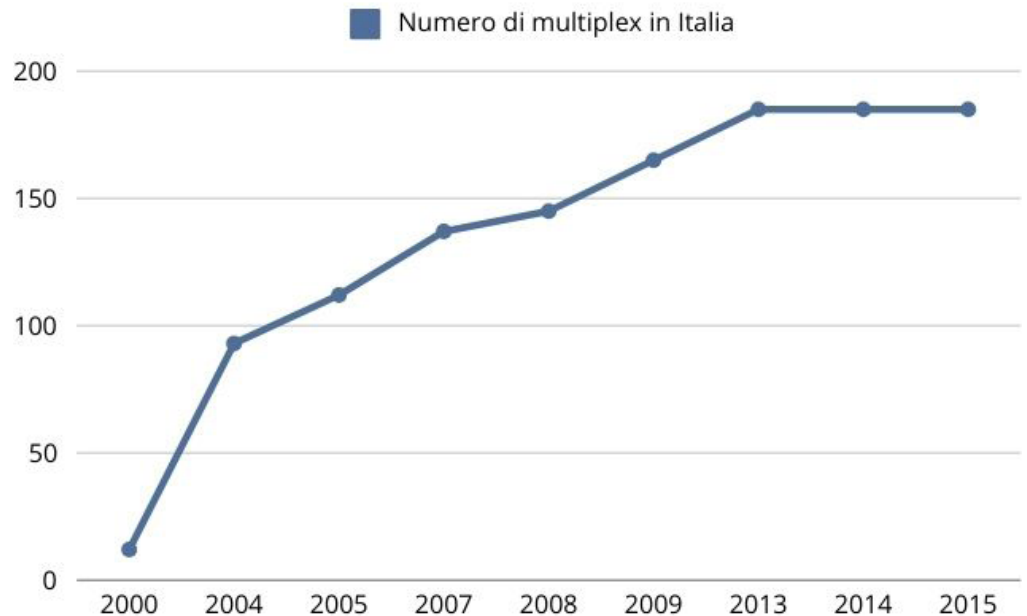
Nel 1992 in Italia è stato registrato il record negativo di biglietti staccati nelle sale cinematografiche⁵, da pochi anni era emerso il fenomeno delle multisale per frazionamento e si stavano rapidamente approntando riforme normative al fine di assistere un settore in grande crisi. Sempre in quegli anni c'era stato uno sforzo legislativo considerevole per governare la grande distribuzione organizzata e la diffusione di centri commerciali e supermercati che polarizzavano le opzioni di acquisto a discapito degli esercizi tradizionali; era stata inaugurata la tv satellitare, si stavano diffondendo gli apparecchi per l'home video e cominciava a farsi strada internet, con le sue diverse applicazioni nella comunicazione. I multiplex, infatti, sono una delle espressioni del rapido ingresso di nuove forme di consumo globalizzato in Italia, sotto lo sguardo critico di tutte le parti politiche e sociali, tese tra le possibilità di arricchimento offerte dal mercato liberista e il protezionismo verso l'esercizio locale. Il modello multiplex è stato importato dall'estero dopo essere già stato testato in numerosi altri Paesi europei con esiti differenti: a un estremo troviamo l'esperienza dell'Inghilterra, in cui i numerosi multiplex sorti in tutto il Paese hanno contribuito a un improvviso rialzo del numero di biglietti staccati in un mercato molto depresso, un fenomeno verificatosi anche in Belgio e in Germania producendo un modello di riferimento forte; all'estremo opposto, invece, l'esperienza della Francia, dove il parco sale è stato storicamente ben sostenuto dal sistema cinema nazionale e dallo Stato, e dove vennero adottati tutti gli strumenti disponibili per confinare la proliferazione dei multiplex. In Italia si è guardato con attenzione all'esperienza dei Paesi vicini al fine di prefigurare l'impatto di queste strutture sul nostro sistema sale. L'analisi sull'andamento dell'esercizio nei Paesi sopracitati aveva prodotto risultati verificabili da parte dell'industria italiana (sinteticamente un "travaso" di pubblico dai cinema monosala, storici e collocati nei centri urbani verso i multiplex, a cui si univa una percezione falsata di aumento dei biglietti staccati in quell'area⁶), sui quali si potevano pianificare tutte le misure adatte a mantenere un equilibrio di mercato. Ma, ripercorrendo il dibattito sulle pagine di quotidiani e riviste, ciò che emerge è un posizionamento aprioristico dei diversi attori del mercato, divisi tra promotori e detrattori, schierati secondo il proprio interesse, con il risultato di una discussione a tratti ridondante e destinata a non giungere a una soluzione.

⁴ Hanson ricostruisce le principali vicende di circuiti e multiplex nei seguenti Paesi: USA, Gran Bretagna, Belgio, Paesi Bassi, Scandinavia, Danimarca, Norvegia, Svezia, Germania, Francia, Australia, Giappone, Corea del Sud, Cina.

⁵ Biglietti staccati nel 1992: 83.562 (fonte SIAE). Cfr. Petrocchi, *Il mercato cinematografico italiano (1990/2000)*, 2001: 7 (<https://spettacolo.cultura.gov.it/documenti/il-mercato-cinematografico-italiano-1990-2000> - ultima consultazione: 10 dicembre 2024).

⁶ Wolff, 1995: 5.

Fig. 1 - Numero di multiplex in Italia dal 2000 al 2015
(Dati Mappa dei Multiplex, «Box Office»)



Mentre la discussione procedeva animata, il mercato delle sale si è sviluppato più velocemente rispetto al percorso legislativo, con il risultato che i multiplex si sono diffusi con grande rapidità a partire dal 1997, anno in cui è stato inaugurato il cinema Arcadia di Melzo (MI). Se nel 2000 i multiplex erano 12⁷ (elaborazione SIAE, AGIS⁸, Media Salles), nel 2004 erano già saliti a 93 (AGIS). Il numero è cresciuto di anno in anno fino al 2013, in cui pare si sia verificato un assestamento le cui ragioni sono ancora da investigare.

Nel rapporto di Cinetel di quell'anno possiamo riscontrare che il dato relativo alla quota di mercato intercettata dai multiplex è pari al 56,44%, pur essendo i multiplex solo l'11,57% degli esercizi⁹ (fig. 1).

Dati questi pochi elementi iniziali di contesto, questo articolo si propone di ripercorrere i primi anni dell'espansione territoriale e urbanistica in Italia dei complessi multiplex (dall'inaugurazione dell'Arcadia nel 1997 alla pubblicazione dello studio *Il multiplex*¹⁰ nel 2006), operando una ricostruzione storica a partire dalle riviste di settore¹¹ identificando stakeholder coinvolti e peculiarità locali.

⁷ Petrocchi, *L'esercizio cinematografico in Italia: i soggetti, le strutture, il mercato*, 2000: XXXVIII, <https://spettacolo.cultura.gov.it/documenti/lesercizio-cinematografico-in-italia-i-soggetti-le-strutture-il-mercato> (ultima consultazione: 10 dicembre 2024).

⁸ Cfr. *La Mappa dei Multiplex*, «Box Office», edizione 2004. Propongo un ulteriore approfondimento da me realizzato: di questi, 24 erano cinema con meno di 8 sale; di questi, 12 erano Warner Village, 8 erano UCI, 7 erano Mediaport e 7 erano Medusa Cinema.

⁹ Cinetel, *I dati del mercato cinematografico 2013*. Conferenza Stampa ANEC, ANEM, ANICA: 12.

¹⁰ Bassani, Gariboldi, Limonta, 2004.

¹¹ Per questo articolo le riviste di settore consultate sono: «Giornale dello Spettacolo», «Cinema & Video» e «Box Office» (compreso il sito boxofficebiz.it); i quotidiani consultati sono invece «Corriere della Sera», «la Repubblica» e «La Stampa».

I. LEGISLAZIONE

Per contestualizzare le dinamiche di cui tratteremo, ecco una sintesi di alcuni aggiornamenti legislativi operati negli anni '90.

La legge 1213 del 1965¹², che disciplinava l'apertura di nuove sale cinematografiche, viene modificata già nel 1994, specificando gli incentivi per le sale, tra cui quelli per l'adeguamento strutturale e tecnologico, per la sicurezza, l'avviamento di nuove sale, il ripristino di sale dismesse e la realizzazione di multisale¹³. In questa nuova legge, all'articolo 13, vengono aggiunte le norme relative alla "valutazione delle operazioni di concentrazione"¹⁴, nel tentativo quindi di contrastare i monopoli di singole aziende. La verifica è affidata all'AGCM e il rilascio delle autorizzazioni dipende dalla Commissione centrale per la cinematografia del Ministero della Cultura e del Turismo, che valuta il contesto in cui il nuovo cinema va a inserirsi. La commissione si avvale di criteri matematici, tra cui il numero di chilometri che vi sono tra una sala e l'altra e il coefficiente di incremento, una proporzione tra quoziente comunale (cioè il rapporto tra popolazione residente e schermi operanti nel comune) e quoziente regionale (il rapporto tra popolazione residente e schermi operanti nella regione)¹⁵. Parafrasando, se nel comune in oggetto c'è un rapporto schermi/spettatori maggiore rispetto alla proporzione riscontrata nell'area regionale, aumenta il coefficiente di incremento. Questo comporta un effetto secondario importante, cioè che dove la domanda di cinema è già molto soddisfatta si possono aprire nuove sale, ipotizzando che il pubblico aumenterà in proporzione. Questo orizzonte però non si verificherà mai: sebbene nei primi anni dall'introduzione dei multiplex risulti un leggero aumento dei biglietti staccati (senza mai raggiungere l'auspicato tetto dei 130 milioni prospettato da Carlo Bernaschi, all'epoca presidente dell'ANEC¹⁶), l'andamento resterà stabile fino ai giorni nostri. Il cambiamento avverrà con la diminuzione delle presenze per schermo, un ulteriore problema per tutto l'esercizio¹⁷.

Con il decreto legislativo n. 3 varato l'8 gennaio 1998 avviene la cosiddetta liberalizzazione del mercato, sotto la guida del ministro Walter Veltroni, in risposta alla rigidità del modello precedente che non permetteva di seguire i veloci cambiamenti in atto e inibiva l'accesso a nuovi operatori nel mercato. In questa norma viene fatta una distinzione tra cinema con meno di 1.300 posti,

¹² Legge n. 1213, art. 31, Apertura Nuove Sale, del 4 novembre 1965, in «Gazzetta ufficiale della Repubblica Italiana», n. 282, 12 novembre 1965.

¹³ Decreto legge n. 26, art. 9 del 14 gennaio 1994, in «Gazzetta ufficiale della Repubblica Italiana», n. 12, 17 gennaio 1994, ed avviso di rettifica in «Gazzetta ufficiale della Repubblica Italiana», n. 17, 22 gennaio 1994.

¹⁴ «Infine, una novità della legge (art. 13) è la previsione di apposite regole per la valutazione delle operazioni di concentrazione, che dispongono la comunicazione preventiva di quelle operazioni attraverso le quali si venisse a detenere o controllare, anche in una sola delle città capozona della distribuzione cinematografica, una quota di mercato superiore al 25% del fatturato e, contemporaneamente, del numero di sale ivi in attività», in Bassani, Gariboldi, Limonta, 2004: 26.

¹⁵ DPCM 8 settembre 1994, art. 5, comma 1, lettera A, in «Gazzetta ufficiale della Repubblica Italiana», n. 282, 2 dicembre 1994.

¹⁶ Romei, 1996: 8.

¹⁷ Di Sarro, 1997: 12; Montini, 1999: 26.

che necessitano solo dell'approvazione dell'amministrazione locale, e con più di 1.300 posti, che invece devono passare per l'autorizzazione della Commissione apertura sale cinematografiche, che si basa sul soddisfacimento di alcuni criteri tecnici, di programmazione e di localizzazione¹⁸. Rimane ancora valido il criterio del coefficiente di incremento e viene posto anche un comma sulla percentuale di film nazionali da proiettare¹⁹.

Queste norme, calate in un contesto di grande incertezza, sono state portatrici di distorsioni. Ad esempio, dato che è nelle grandi città che il quoziente comunale è più alto di quello regionale, ci saranno più possibilità di costruire lì invece che nei piccoli comuni. Anche il vincolo a proporre il cinema italiano ed europeo è un'arma a doppio taglio, poiché quei film rischiano di essere meno visibili all'interno della programmazione delle strutture multiplex e al tempo stesso potrebbero essere tolti alle sale tradizionali che accoglierebbero invece il pubblico ipoteticamente più cinefilo e adatto a quei prodotti. Ma c'è di più: nell'articolo 3 comma 5 del decreto 391 del 29 settembre 1998 si afferma che è possibile aprire sale all'interno di centri commerciali o parchi attrezzati fino a 2.500 posti, se distanti almeno due chilometri dalla sala più vicina con più di 1.300 posti²⁰. Sono quindi incentivate proprio le strutture multiplex anche a una minima distanza da sale preesistenti.

Nota positiva di questa nuova legislazione è che introduce l'istituzione un elenco delle sale cinematografiche attive e in apertura, con i dati relativi al contesto locale e regionale, ai fini di controllo della situazione ma anche di pura statistica²¹. Questo dato ci fa riflettere anche su come veniva monitorato il parco sale fino a quel momento, grazie al pulviscolo di informazioni prodotto da SIAE (che considera però nei suoi censimenti anche le attività non continuative) e dalle indagini interne delle associazioni di categoria.

Mentre si anima il dibattito sull'efficacia o sull'equità di queste norme, il mercato procede guidato dagli interessi di alcuni investitori.

¹⁸ DPCM 8 settembre 1994, artt. 4 (Comuni sprovvisti di sale cinematografiche), 5 (Comuni provvisti di sale cinematografiche) e 6 (Multisale), in «Gazzetta ufficiale della Repubblica Italiana», n. 282, 2 dicembre 1994. In particolare, si segnala che all'art. 5 comma 3 si specificano i vincoli tecnici qualitativi che permettono di considerare il quoziente comunale aumentato del 30% e di ridurre a 1 km in linea d'aria la distanza da altre strutture.

¹⁹ «Per le sale con più di 2.000 posti si richiede che non meno del 15% dei posti, distribuiti su non meno di 3 sale, vengano destinati alla programmazione di cinema italiano ed europeo». Cfr. decreto n. 391, art. 3, comma 3 del 29 settembre 1998, in «Gazzetta ufficiale della Repubblica Italiana», n. 265, 12 novembre 1998.

²⁰ «Per la realizzazione di un complesso multisala nell'ambito di centri commerciali, come definiti dall'art. 4, comma 1, lettera g), del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, o nell'ambito di parchi permanenti attrezzati con strutture stabili per il tempo libero con finalità culturali o ricreative ed adeguate aree di parcheggio, si prescinde dai criteri di cui al comma 2, se il numero complessivo di posti non è superiore a 2.500 e sempre che il complesso disti non meno di due chilometri dalla più vicina sala con numero di posti superiore a 1.300». Cfr. decreto n. 391, art. 3 comma 5 del 29 settembre 1998, in «Gazzetta ufficiale della Repubblica Italiana», n. 265, 12 novembre 1998.

²¹ Parisi, 1998: 20-21.

II. STAKEHOLDER COINVOLTI

Si è già detto nell'introduzione che la rapida diffusione dei multiplex si deve all'intervento di grandi compagnie conglomerate estere che, sperimentato il successo di questa formula in altri Paesi, guardavano all'Italia come a un territorio vergine da colonizzare. Queste sono da considerare i principali propulsori, ma non gli unici interlocutori in questo tipo di progetti: sono infatti fondamentali anche gli interventi di esercenti locali, aziende terze e istituzioni.

Il primo progetto di multiplex proposto in Italia è esemplificativo proprio della varietà di forze e influenze coinvolte. Nell'articolo edito su «Cinema & Video» di febbraio-marzo 1995 viene infatti riportata la notizia di una joint venture tra l'impresa dell'esercizio australiana Village Roadshow, il proprietario dell'immobile in oggetto Giuseppe Ciotoli e la Focus Partnership, per la realizzazione di un multiplex da 14 schermi a Ostia²². È interessante riportare la testimonianza di Ciotoli (già esercente di due piccole sale in città) che aveva acquisito la fabbrica dismessa delle Ex Officine Breda sulla Via del Mare allo scopo di convertirla in un polo fieristico, ma dopo aver visitato alcuni multiplex in Inghilterra si era dato disponibile per cooperare a un progetto simile. Il fatto che Ciotoli fosse già in possesso dell'immobile era considerato un vantaggio per la realizzazione del cinema. Difatti l'ingente costo di acquisizione di un terreno a uso commerciale, di edificazione o ristrutturazione di un immobile delle dimensioni confacenti a un impianto multiplex e la sua successiva gestione erano fuori dalla portata di qualunque esercente locale italiano. Coloro che avevano in gestione più sale funzionanti, ereditate o acquisite negli anni, operarono piuttosto la ristrutturazione in multisala, ma operazioni più grandi richiedevano necessariamente di instaurare partnership con altre imprese, almeno in questa prima fase di espansione. Il progetto del multiplex di Ostia però si arenò per motivi non chiari. L'anno successivo Village Roadshow si unì con Focus e con Warner Bros International Cinemas nella costituzione di Warner Village Cinemas, abbandonò il progetto di Ostia e a ottobre 1997 inaugurò il primo autentico multiplex a nove sale sul territorio italiano a Torri di Quartesolo, in provincia di Vicenza. La nuova potenza di Warner Village si propose subito con un investimento di 300 miliardi di lire per la realizzazione di 21 multiplex in Italia²³, di cui tre già in azione nel primo anno: a Torri di Quartesolo (VI), Lugagnano di Sona (VR) e Casamassima (BA).

Da questa strategia possiamo dedurre che il costo per avviare un'attività multiplex era talmente alto da richiedere, oltre alle joint venture tra più imprese costruttrici e di esercizio, l'introduzione di un'economia di scala che permettesse di corrispondere ai grandi investimenti adeguati ritorni economici, grazie alle strategie di saturazione del mercato e all'ampliamento dell'offerta di intrattenimento. Questo ci dice molto anche dei servizi accessori del multiplex: la vendita di popcorn pesa sul bilancio di queste strutture tanto quanto le cessioni date ai ristoranti o ad altri enti commerciali, calcolate proprio per massimizzare le occasioni di profitto. Questa logica si riflette sulla pianificazione di questi edifici in modo da poter ottimizzare anche l'impiego di personale, ad esempio collocando un'unica cabina di proiezione adiacente a più sale così da poter assumere un solo proiezionista.

²² Maira, 1995: 10-11.

²³ Romei, 1997: 7.

Una peculiarità italiana rispetto a questo modello è l’Arcadia di Melzo. Inaugurato a maggio del 1997 (cinque mesi prima del Warner Village di Vicenza) viene accolto come il primo multiplex italiano, sebbene abbia solo cinque sale. Si propone però come un cinema votato all’innovazione tecnologica (lo schermo più grande è di 30x16,50 m, sistema THX), visivamente d’impatto (fu coinvolto anche Vittorio Storaro per l’illuminazione dell’atrio) e capace di diventare, in poco più di sette mesi, la terza piazza cinematografica della regione Lombardia, dopo Milano e Monza²⁴. Questo multiplex venne realizzato dall’esercente Piero Fumagalli, già proprietario del cinema Centrale di Melzo, che riuscì a subentrare in un accordo stipulato dalla Nuova Società Ambrosiana per costruire 3.200 m² di area commerciale, osteggiati in ogni modo dai commercianti locali. L’alternativa di usufrutto dell’area come sala cinematografica risultò maggiormente accettabile e permise l’avvio dei lavori²⁵.

Il 18 dicembre 1997²⁶ la conta dei multiplex in Italia si chiude a cinque esercizi con il Cineplex di Genova realizzato dalla Mediaport, la società di gestione che unisce Istituto Luce e gli esercenti Carlo Bernaschi, Pierangelo Saviane, Tiziano Missaglia e la famiglia Bernardi. Dopo l’esperienza di Fumagalli a Melzo, questa è la prima joint venture a guida italiana, anche se da lì a poco Mediaport si allea con la società tedesca Kieft&Kieft, con l’intento di aprire 30 cinema con il nuovo marchio Cineplex - Cinestar²⁷. È importante rimarcare la presenza di Carlo Bernaschi, esercente strenuo sostenitore del ruolo fondamentale dei multiplex sul territorio italiano e fondatore nel 2000 dell’ANEM, l’Associazione Nazionale degli Esercenti Multiplex che confluirà nuovamente nell’ANEC solo nel 2019²⁸. Nell’ANEM trovano spazio le aziende straniere, sia Warner Village Cinemas che UCI, insieme a Mediaport, Cineplex, Cinelandia (3 multiplex in Lombardia e tre in Piemonte), il Cineland di Ostia (inaugurato nel 1999), De Laurentiis e i fratelli Giometti²⁹. Va segnalato che nel frattempo in ANEC era presente un sottogruppo chiamato Multicinema, che raccoglieva rappresentanti di circuiti multisala e multiplex, di cui facevano parte Circuito 5 (proprietà di Silvio Berlusconi), Pietro Fumagalli e Gianantonio Furlan, esercente del Cinecity di Silea (TV).³⁰ A completamento del panorama in questi primi anni, va ricordato anche l’ingresso di Pathé Cinema in Italia, con il progetto del Lingotto di Torino nel 2002³¹.

Già nei primi anni di attività dei multiplex in Italia i passaggi di testimone, gli accordi e i progetti cambiano molto velocemente, soprattutto fra i gruppi più grandi, e la geografia delle imprese continuerà a cambiare fino a oggi, in cui vediamo essersi formato lo strapotere di poche catene quali The Space e UCI, formatesi acquisendo multiplex di altri circuiti, e altre imprese minori³².

Gli altri importanti stakeholder di cui tenere conto sono le istituzioni: già parlando della legislazione è emerso come la politica nazionale abbia giocato un ruolo fondamentale nella diffusione di questo tipo di esercizi, ma vanno inclusi nel

²⁴ [s.n.], 1998: 5.

²⁵ Bassani, Gariboldi, Limonta, 2004: 79.

²⁶ [s.n.], 1997: 16.

²⁷ Capua, 1999; Rombi, 2000.

²⁸ Sinopoli, 2019.

²⁹ [s.n.], 2000a: 3.

³⁰ [s.n.], 2000b: 3.

³¹ Cavalla, 2002: 55.

³² Sulla situazione attuale dei circuiti multiplex, cfr. Torlaschi, 2023: 46-51.

ragionamento anche Cinecittà Holding, impresa a gestione di Cinecittà per conto del Ministero (che, dopo aver declinato un progetto di multiplex con Warner Village, acquisisce le quote di Bernaschi di Mediaport nel 2003)³³, e le istituzioni locali, i cui interessi sono ben esplicitati nello studio del caso specifico di Milano e provincia condotto da Bassani, Gariboldi e Limonta³⁴. Il loro testo *Il Multiplex. Forme, strategie e rapporto con il territorio* descrive bene la varietà di interessi relativi alle istituzioni locali nella progettazione di queste strutture, che ora approfondiremo.

III. TERRITORIO

Per le loro specificità, gli esercizi multiplex pongono una serie di questioni che differiscono rispetto a quelle poste per le multisale nate per frazionamento di precedenti monosale. Il fatto di avere molti schermi e la compresenza di aree commerciali impone, infatti, la loro edificazione come “special use properties”³⁵. Mentre la multisala può vivere in un contesto urbano, il multiplex è costitutivamente pensato per le zone periferiche, in linea con il concetto delle “cattedrali del consumo” formalizzato da George Ritzer³⁶. In Italia ci sono eccezioni e peculiarità di cui tenere conto, ad esempio il fatto che già nel 1986, anno in cui compaiono le prime multisale, si poteva trovare il caso del cinema Odeon di Milano, che ricavò otto sale da un teatro preesistente³⁷; oppure che già le cinque sale dell’Arcadia di Melzo potessero produrre un “effetto multiplex”³⁸. In Italia i contesti che si offrono come ideali alla costruzione di multiplex sono fabbriche dismesse (il caso già citato del Cineland di Ostia) o distretti commerciali (come nel caso del Warner Village di Torri di Quartesolo, accorpato al centro commerciale Le Piramidi) e fieristici (il caso del Cineplex di Genova e del Pathé Lingotto di Torino). Considerate le aree di interesse per la costruzione di multiplex, è naturale che i circuiti internazionali si concentrino innanzitutto sulle zone industriali e commerciali già sviluppate, sovente nelle periferie o nelle provincie attorno alle grandi città, e questo parrebbe giustificare l’interesse per il Nord e Centro Italia. Ciò dipende dalle agevolazioni relative al coefficiente di incremento (come abbiamo già visto), ma anche da una logica di investimento a rischio contenuto, puntando su contesti dove c’è già un’abitudine alla sala che può essere sfruttata. L’ideale risulta il posizionamento lungo le vie di collegamento tra diversi centri urbani, così da attirare spettatori da molteplici bacini di utenza. La collocazione è un elemento chiave, ma non solo in termini di posizione, bensì di collegamenti, di concorrenza e di servizi offerti, tutti elementi da considerare nell’analisi di un esercizio e che possono pesare sul successo o il declino di una struttura.

Restringendo il campo, possiamo ragionare a partire dal contesto lombardo, che è stato generalmente più studiato del resto delle aree italiane, data la sua

³³ [s.n.], 2003: 6.

³⁴ Bassani, Gariboldi, Limonta, 2004.

³⁵ «beni adibiti allo svolgimento di un’attività specializzata, il cui valore è in gran parte determinato dalla localizzazione del business e dalla capacità manageriale», cfr. Ferrero, 2000: 17.

³⁶ Ritzer, 2010.

³⁷ Trivulzio, 1986: 26; Porro, 1986: 22.

³⁸ *The impact of multiplexes: survey evidence, in White Book of the European Exhibition Industry*, www.mediasalles.it/whiteboo/wb2_1_3.htm (ultima consultazione: 9 dicembre 2024).

storica ricchezza di esercizi e l'interesse su di esso espresso da università ed enti di ricerca. A riconferma di questo, nel 2004 è stato prodotto uno studio atto a comprendere l'evoluzione dei multiplex attraverso un'analisi dettagliata, completa di informazioni sino alle isocrone e alle piante degli edifici. *Il Multiplex. Forme, strategie e rapporto con il territorio* di Bassani, Gariboldi e Limonta³⁹ presenta il contesto dell'hinterland milanese in cui si è investito prioritariamente nei grandi collegamenti viabilistici su gomma⁴⁰, una scelta legata allo sviluppo delle aree industriali che si rivela fondamentale per il successo dei multiplex. Viene anche segnalato un fenomeno di urbanizzazione progressiva in atto fino agli anni '80 lungo le radiali che da Milano portano a Monza e ad altre province del Nord, che rafforza i poli gravitazionali attorno a Milano⁴¹ e "alimenta nuove dinamiche di espansione edilizia"⁴². Il testo ripercorre i dati fondamentali nell'identificazione dell'oggetto multiplex e delle sue varianti, espone un confronto con il mercato europeo di inizio anni 2000 (evidenziando ad esempio che sul nostro territorio i cinema con più di 7 schermi erano il 16% sull'intero parco sale, mentre nel Regno Unito erano il 59% e in Francia il 28%); viene descritto nel dettaglio il contesto dell'esercizio italiano (tipologie di sale, luoghi, players), le legislazioni vigenti e poi si passa all'analisi nel dettaglio dei progetti di multiplex⁴³.

Il volume *Il Multiplex* non solo fornisce le informazioni relative ai sei cinema multiplex sorti e ai cinque in progettazione dal 1995 al 2006 tra Milano e la sua provincia, ma presenta anche un metodo di studio in cui sono stati messi a confronto documenti differenti⁴⁴.

Ciò che emerge, leggendo il resoconto delle diverse operazioni per la realizzazione di questi multiplex, è un pattern ricorrente: aree solitamente con destinazione d'uso industriale, commerciale o residenziale di cui almeno una parte viene riconvertita per l'edificazione di un multiplex, attività che può essere avviata sia in una destinazione d'uso commerciale (per via della compresenza con supermercati e negozi) sia riassegnata come area a destinazione d'uso D3, specifica per teatri e cinema. Capita in più casi che l'ingresso del partner esercente sblocchi i lavori che precedentemente si erano fermati (accade per Arcadia di Melzo, il Warner di Vimercate, l'UCI di Lissone) e che quindi il Piano Regolatore venga modificato in corso d'opera, in base anche all'andirivieni dei partner commerciali. Tutti questi multiplex fanno parte di piani di riqualificazione urbana che sottendono un investimento in un bene comunitario, quali parchi verdi attrezzati (Arcadia di Melzo, Europlex di Pioltello, Medusa di Cerro Maggiore), collegamenti e mantenimenti stradali (multiplex De Pedys-Muggiò, Medusa di Rozzano, Di Sarro di Paderno Dugnano), percorsi ciclopedonali (Europlex di Pioltello, Warner di Vimercate), parcheggi (UCI Lissone), servizi pubblici standard

³⁹ Bassani, Gariboldi, Limonta, 2004.

⁴⁰ Bassani, Gariboldi, Limonta, 2004: 43.

⁴¹ Bassani, Gariboldi, Limonta, 2004: 44.

⁴² Bassani, Gariboldi, Limonta, 2004: 46.

⁴³ I multiplex nell'area milanese diventeranno 9 nel 2005, 11 nel 2007, 12 nel 2008, 13 nel 2009, 14 nel 2015, secondo il dato estrapolato da *La Mappa dei Multiplex* pubblicata da «Box Office».

⁴⁴ Studi sui luoghi del consumo, storie delle sale cinematografiche e urbanistica; tesi di laurea; indagini condotte da Media Salles, da ANEC, dall'Assessorato alla Cultura del Comune di Milano; documenti dei comuni studiati; siti internet delle sale in oggetto; articoli su riviste specialistiche (soprattutto di architettura e urbanistica) e articoli di giornale.

(UCI di Sesto San Giovanni). Curioso il contratto stipulato con la Flash Color S.r.l. che, per l'insediamento del multiplex di Paderno Dugnano, non solo si impegna per i lavori di pavimentazione di alcuni tratti stradali e la realizzazione di una ciclopedonale, ma anche per la ristrutturazione del cinema comunale, il celebre Metropolis.

Questo panorama, superficialmente molto sfaccettato, risulta nelle dinamiche molto coeso poiché le variabili in gioco sono riconducibili agli interessi dei principali soggetti coinvolti: le istituzioni (che vogliono recuperare oneri di urbanizzazione e vantare la rivitalizzazione di alcune aree), le imprese costruttrici (che guadagnano poi sull'affitto dei grandi immobili che costruiscono secondo la logica del prezzo al metro quadrato) e le imprese cinematografiche (soprattutto estere) che puntano alla colonizzazione dei bacini d'utenza più appetibili e alla massimizzazione del profitto attraverso un ampio ventaglio di servizi.

In Italia avviene anche, però, un rapido spostamento dell'interesse verso i centri urbani, come attestano i casi del Warner Village Moderno di Roma (1999, si dice situato nella sede del più antico cinema di Roma)⁴⁵ o del cinema di Porta Vittoria a Milano (2006). Possiamo avanzare ipotesi sul perché si presenti questa variazione in Italia, che deve però essere ulteriormente indagata. C'è da considerare la ridotta dimensione dei contesti urbani italiani e del cinema; si può approfondire anche il tentativo di affiliare ai multiplex il pubblico più cinefilo, quello che permette ai monosala di sopravvivere, e i giovanissimi, autonomi ma non ancora motorizzati; è ragionevole anche che, in un periodo di progressiva gentrificazione, in cui il viaggio verso il centro urbano diventa un evento, questo stesso diventi l'equivalente di un polo commerciale periferico, adatto quindi ai multiplex; infine, poniamo la variabile dei tentativi operati dalle diverse aziende per sviluppare business di successo adatti al contesto italiano, che troverà soddisfazione con l'introduzione appunto dei cityplex (*fig. 2*).

IV. CONCLUSIONI

In questo articolo sono stati esposti alcuni casi in un limitato frangente temporale, quando il fenomeno multiplex era ancora nella sua fase iniziale, al fine di evidenziare le dinamiche ricorrenti di un'evoluzione imprenditoriale basata sulla sistematicità. In un lavoro più ampio di ricostruzione, che abbracci anche la fase prodromica del sistema (la nascita delle multisale per frazionamento) e ci avvicini allo scenario più contemporaneo, una delle sfide sarà senz'altro rendere conto dei diversi livelli di analisi e metterli in relazione: gli stakeholder, le storie d'impresa, le questioni territoriali, urbanistiche e di accesso dei multiplex in ecosistemi sociali e del mercato cinematografico preesistenti, il confronto con i dati (frammentari e non sempre accessibili), la dimensione architettonica e dei servizi offerti.

Quanto qui esposto si basa su informazioni dettagliate ma parziali, limite dato dal tipo di fonte principe utilizzata, cioè riviste e quotidiani. Sarà quindi auspicabile in un prossimo futuro un confronto trasversale con altre fonti, ove possibile soprattutto con studi e documenti e con il dialogo diretto con i testimoni di questa recente vicenda, con l'obiettivo di proseguire questa ricostruzione con dovizia di particolari e molte più informazioni da mettere a sistema.

⁴⁵ Montini, 1999.

Fig. 2: Dati relativi ai multiplex citati nell'articolo.

Cinema	Posizione	Anno	Proprietario	N. Schermi	N. Posti
Arcadia	Melzo (MI)	1997	Piero Fumagalli	5	1.510
Warner Village	Torri di Quartesolo (VI)	1997	Warner Village	9	2.117
Warner Village	Lugagnano di Sona (VR)	1997	Warner Village	8	1.244
Warner Village	Casamassima (BA)	1997	Warner Village	9	2.022
Cineplex	Genova	1997	Mediaport	9	3.000
Parco De Medici	Roma	1998	Warner Village	18	4.104
Moderno	Roma	1999	Warner Village	5	1.112
Cineland	Ostia (RM)	1999	Giuseppe Ciotoli	14	3.254
Europlex	Pioltello (MI)	2001	-	14	3.026
Warner Village	Vimercate (MI)	2001	Warner Village	16	3.960
Multiplex Medusa	Cerro Maggiore (MI)	2002	Medusa	11	2.460
Pathé Lingotto	Torino	2002	Pathé	11	2.420
Multiplex UCI	Lissone (MI)	2003	UCI	11	2.348
Multiplex UCI	Sesto San Giovanni	2004	UCI	10	2.500
Multiplex Gruppo De Pedys	Muggiò (MI)	2004	Gruppo De Pedys	15	4.200
Multiplex Gruppo Di Sarro	Paderno Dugnano (MI)	2004	Gruppo Di Sarro	13	2.763
Multiplex Medusa	Rozzano (MI)	2006	Medusa	12	2.944
Multiplex a Milano – Porta Vittoria	Milano	2006	-	8	1.800

Tavola delle sigle

AGCM: Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
 AGIS: Associazione Generale Italiana dello Spettacolo
 ANEC: Associazione Nazionale Esercenti Cinema
 ANEM: Associazione Nazionale Esercenti Multiplex
 ANICA: Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive Digitali
 DPCM: Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri
 SIAE: Società Italiana degli Autori ed Editori
 UCI: United Cinemas International

Riferimenti bibliografici

Bassani, Alberto; Gariboldi, Paolo; Limonta, Giorgio. 2004. *Il Multiplex. Forme, strategie e rapporto con il territorio*, Clup, Milano.

Capua, Patrizia. 1999. *Multisala Made in Italy*, «La Repubblica», 19 aprile.

Casetti, Francesco; Fanchi, Mariagrazia (a cura di). 2006. *Terre Incognite. Lo spettatore italiano e le nuove forme dell'esperienza di visione del film*, Carocci, Roma.

Cavalla, Daniele. 2002. *Arriva il Multiplex Pathé*, «Torino Sette», n. 684, 19 aprile.

Cucco, Marco. 2020. *Economia del film. Industria, politiche, mercati*, Carocci Editore, Roma.

Davalli, Giuseppe. 2003. *La visione plurale. Viaggio nelle sale cinematografiche venete fra arte e intrattenimento*, Esedra, Padova.

Delmestri, Giuseppe; Woywode, Michael. 2004. *Local struggles and supranational legitimation. Diffusion of US type multiplex cinemas in Europe*. Working paper series Divisione Ricerche, SDA Bocconi, Milano.

Di Sarro, Ernesto. 1997. *Ultima occasione, non sbagliamo*, «Giornale dello Spettacolo», a. LIII, n. 24, 12 settembre.

Ferrero, Cesare. 2000. *Multisale cinematografiche, centri commerciali. Potenzialità di sviluppo immobiliare e sostenibilità economica*, Egea, Milano.

Hanson, Stuart. 2019. *Screening the World. Global Development of the Multiplex Cinema*, Palgrave MacMillan, Cham.

Maira, Paolo. 1995. *Nasce il primo multiplex italiano*, «Cinema & Video», a. I, n. 2, febbraio-marzo 1995.

Montini, Franco. 1999. *Le multisale in aspettativa*, «La Repubblica», 13 settembre.

Parisi, Roberto. 1998. *Nuove sale nuovi problemi*, «Box Office», a. II, n. 19, 15 dicembre.

Porro, Maurizio. 1986. *Rinasce con otto anime il nuovo Odeon: prima multisala per un multipubblico*, «Corriere della Sera», 24 settembre.

Ritzer, George. 2010. *Enchanting a Disenchanted World: Continuity and Change in the Cathedrals of Consumption*, Sage Publications Inc, New York; tr. it. *La religione del consumo*, Il Mulino, Bologna 2012.

Rombi, Roberto. 2000. *Schermi multiplex nasce una major made in Europa*, «La Repubblica», 1 febbraio.

Romei, Roberta. 1996. *Sempre più sale e film per avere più spettatori*, «Giornale dello Spettacolo», a. LII, n. 20, 14 giugno.

Romei, Roberta. 1997. *Arrivano i multiplex: cinema ed altro*, «Giornale dello Spettacolo», a. LIII, n. 29, 17 ottobre.

[s.n.] 1997. *Multiplex tutto italiano a Genova*, «Giornale dello Spettacolo», a. LIII, n. 34, 5 dicembre.

[s.n.] 1998. *Borsa Film*, «Giornale dello Spettacolo», a. LIV, n. 3, 16 gennaio.

[s.n.] 2000a. *La nascita dell'ANEM*, «Box Office», a. IV, nn. 11-12, 15-30 giugno.

[s.n.] 2000b. *Della Casa guida i multicinema*, «Box Office», a. IV, nn. 13-14, 15-30 luglio.

[s.n.] 2003. *A Cinecittà Holding il 99% di Mediaport*, «Box Office», a. VII, n. 14, 30 settembre.

Sinopoli, Paolo. 2019. *Esercizio cinematografico finalmente unito*, «Box Office», a. XXIII, 29 luglio.

Torlaschi, Valentina. 2023. *Quanto valgono i multiplex?*, «Box Office», a. XXVII, n. 6, 15-30 aprile.

Trivulzio, Alberto. 1986. *Una «scatola magica» chiamata Odeon*, «Corriere della Sera», 21 settembre.

Wolff, Joachim PL. 1995. *Verità e illusioni sui multiplex*, «Giornale dello Spettacolo», a. LI, n. 16, 12 maggio.

Zanchi, Claudio. 1997. *Nuove regole per il mercato*, «Giornale dello Spettacolo», a. LIII, n. 26, 26 settembre.