

ARTĂ TEATRALĂ, COREGRAFICĂ ȘI MULTIMEDIA THEATER, CHOREOGRAPHIC ARTS AND MULTIMEDIA

CANALE DE DISTRIBUȚIE DE FILM: AVANTAJE ȘI DEZAVANTAJE

MOVIE DISTRIBUTION CHANNELS: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

LUDMILA TIMOTIN¹,

doctor în științe economice, lector universitar,
Academia de Muzică, Teatru și Arte Plastice

<https://orcid.org/0000-0001-8497-0378>

VIRGIL MĂRGINEANU²,

doctorand,
Academia de Muzică, Teatru și Arte Plastice

<https://orcid.org/0000-0001-8671-1919>

CZU 791.65

DOI <https://doi.org/10.55383/amtap.2024.1.11>

În contextul distribuției de film, canalele de distribuție existente au un rol semnificativ în conectarea producătorilor de film cu publicul larg. Aceste canale reprezintă modalitățile prin care filmele ajung la spectatori și permit accesul la creații cinematografice diverse. Canalele de distribuție au fost martorii unei transformări profunde în ultimii ani. În mod tradițional, cinematografele erau mediul principal pentru expozițiile de film, dar odată cu creșterea televiziunii, festivalurilor de film și a platformelor digitale, producătorii de film dispun în prezent de o gamă largă de opțiuni pentru a ajunge la public. Articolul explorează avantajele și provocările asociate fiecărui canal de distribuție, evidențiind caracteristicile unice. Distribuția implică utilizarea diferitor canale de distribuție existente, fiecare cu caracteristicile sale distincte, avantaje și dezavantaje.

Cuvinte-cheie: canale de distribuție, cinema, televiziune, platforme digitale de streaming, festival de film

In the context of film distribution, the existing distribution channels play a significant role in connecting the filmmakers with the general public. These channels represent the ways in which films reach viewers and allow access to diverse cinematic creations. Distribution channels have witnessed a profound transformation in recent years. Traditionally, cinemas were the primary medium for film exhibitions, but with the rise of television, film festivals and digital platforms, the filmmakers now have a wide range of options to reach audiences. This paper explores the advantages and challenges associated with each distribution channel, highlighting unique characteristics. Distribution involves the use of various existing distribution channels, each with its own distinct characteristics, advantages and disadvantages.

Keywords: distribution channels, cinema, television, digital streaming platforms, film festival

Introducere

Producția și distribuția filmelor au suferit transformări remarcabile în ultimii ani, modelate de progresele tehnologice și de preferințele consumatorilor în evoluție. Pe măsură ce industria filmului continuă să se extindă la nivel global, înțelegerea complexității distribuției filmelor a devenit imperativă pentru producătorii de film. Faza de distribuție a filmului joacă un rol crucial în determinarea

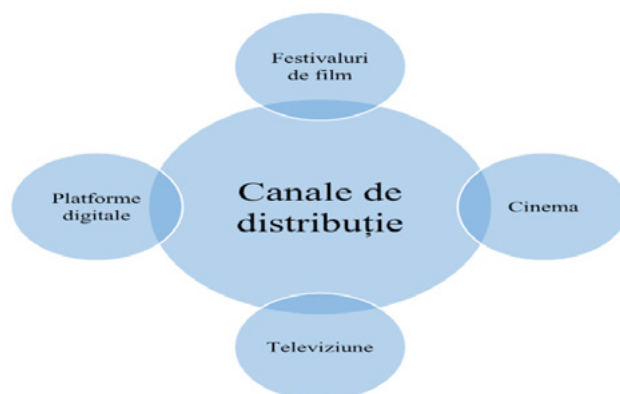
1 E-mail: ludmila_tima@yahoo.com

2 E-mail: virgiliu.margineanu@gmail.com

succesului unui film, deoarece implică promovarea filmului, determinarea strategiilor de lansare, a canalelor de distribuție utilizate și respectarea normelor legale.

Distribuția filmelor este o etapă importantă în procesul de realizare a filmelor și în industria cinematografiei, deoarece servește drept punte de legătură dintre producători și public. Fără o strategie de distribuție eficientă, chiar și filmele excepționale pot rămâne neobservate și subapreciate. Distribuția filmelor asigură că acestea ajung pe piața țintă, maximizând potențialul lor de succes comercial și impact cultural. Acest proces oferă regizorilor oportunitatea de a-și prezenta viziunea artistică unei game largi de spectatori, creând o platformă pentru povestiri diverse și încurajând creativitatea în industrie. Prin distribuție filmele câștigă expunere în diferite formate, cum ar fi cinematografe, platforme de streaming și televiziune, făcându-le accesibile unui public divers de diferite vârste, medii și locații geografice [1].

Figura 1. Tipuri de canale de distribuție



Sursă: Elaborată de autori în baza surselor analizate

Cinema: formate disponibile, clasificări tehnice

Cinema este unul dintre cele mai vechi și tradiționale canale de distribuție pentru filme. Proiecțiile în cinematografe oferă o experiență unică, oferind publicului posibilitatea de a se bucura de filme pe ecranul mare, într-o atmosferă captivantă și cu sunet de înaltă calitate.

Tradițional, distribuția filmelor a început prin intermediul sălilor de cinema. A trecut mai mult de un secol de la prima proiecție, iar progresul tehnologic a adus sălile de cinema la formatele pe care le cunoaștem astăzi, cu săli mari, imagini vibrante, claritate a sunetului și formate diverse pentru a putea să ne implicăm total în cele vizionate și să fim în lumea filmului pentru câteva ore.

Datorită progresului tehnologic, experiența de vizionare a filmelor a evoluat dincolo de proiecțiile tradiționale bidimensionale. Acum se poate alege din o multitudine de formate de cinema concepute pentru a îmbunătăți implicarea spectatorului, calitatea vizuală și stimularea senzorială. Acum sălile de cinema oferă opțiuni de vizionare pentru toate preferințele, cu diverse specificații tehnice și cu un grad diferit de implicare a spectatorului în ceea ce vizionează.

Există câteva formate ale sălilor de cinema, fiecare oferind caracteristici unice care creează o sesiune de vizionare unică. Astfel, urmează să fie analizate principalele formate existente în prezent și folosite în sălile de cinema.

Formatul 2D este formatul tradițional bidimensional în care filmele sunt afișate pe un ecran plat fără efecte suplimentare. Cele două dimensiuni sunt lungimea și lățimea. Este formatul inițial al filmelor și care este folosit cel mai des. Imaginile sunt bidimensionale, iar spectatorii nu au nevoie de ochelari speciali pentru a viziona filmul. Acesta este un cinematograf de bază, similar cu imaginile văzute pe televizor. În 2D o imagine este văzută dintr-un unghi la un moment dat și oferă doar lungimea și lățimea imaginilor, fără adâncime.

Următorul format este 3D simplu. Tehnologia tridimensională a adăugat industriei cinematografice o dimensiune suplimentară de profunzime și realism. Cele trei dimensiuni sunt lungimea, înălțimea și lățimea. Filmele 2D standard au distanță, dar rămân imagini plate, indiferent cât de mult ai încerca. Pentru a viziona filme în acest format și pentru a percepe adâncimea și dimensiunea adăugată sunt necesari ochelari speciali, de obicei, polarizați. Filmele 3D dau iluzia obiectelor și scenelor care ies din ecran, iar pentru a putea realiza acest moment, filmul trebuie filmat într-un mod special, fapt care adăuga costuri suplimentare de producție.

Formatul IMAX este un format de film de înaltă rezoluție care oferă o experiență cinematografică îmbunătățită. IMAX este un sistem de camere avansate, din punct de vedere tehnic, de înaltă rezoluție, formate de film, proiectoare și săli de cinema cu ecrane foarte mari mai înalte decât standardul de cinema. Folosește ecrane mai mari și proiectoare specializate pentru a oferi imagini incredibil de clare și detaliate. Dimensiunea medie a ecranului IMAX este de aproximativ 22x16m, ceea ce este semnificativ mai mare decât ecranele de film tradiționale de aproximativ 16x6,1m [2]. Din motiv că formatul de vizionare este mai mare, este necesară și filmarea filmului într-un mod special. Sunt folosite camere create special și care erau inițial greu de folosit, dar în ultimii ani acestea au devenit mai ușoare și mai comode de folosit.

O variație a formatului IMAX simplu este IMAX 3D, care combină calitățile captivante ale IMAX cu percepția în profunzime a 3D. Utilizează ecranele mari și proiecția de înaltă calitate a IMAX, oferind, de asemenea, o dimensiune suplimentară a imaginilor 3D. Această combinație creează o experiență cu adevărat captivantă pentru spectatori. Pentru a viziona un film în formatul IMAX 3D, la fel, este nevoie de o pereche de ochelari speciali, dar care diferă de cei obișnuiți pentru vizionarea 3D. Ochelarii sunt concepuți pentru a oferi spectatorului o experiență mai captivantă, cu lentile mai mari, cu un câmp vizual mai mare și cu o polarizare diferită față de cei obișnuiți [3].

Un format mai nou și performant este 4DX, care duce vizionarea filmelor la nivelul următor prin încorporarea efectelor de mișcare și senzoriale. Ceea ce face ca 4DX să iasă în evidență sunt efectele multisenzoriale ce apar în sincronizare cu scena filmului de pe ecran. Scaunele din cinematografele 4DX sunt echipate cu senzori de mișcare, permițându-le să se miște, să vibreze și să se încline în sincronizare cu acțiunea de pe ecran. Efectele speciale din sălile de cinema 4DX includ mișcarea și scuturarea scaunelor, efecte de atmosferă, stropi de ploaie, mirosuri și alte efecte semnificative, precum vântul sau ceața [4].

În continuare, formatul Dolby Cinema combină tehnologiile Dolby Vision și Dolby Atmos pentru o experiență audiovizuală excepțională. Dolby Vision oferă o gamă dinamică ridicată (HDR) și capacități de culoare îmbunătățite, rezultând imagini vii și realiste pe ecran. Dolby Atmos, pe de altă parte, oferă o experiență audio multidimensională cu sunet ce vine din toate direcțiile, făcându-i pe spectatori să se simtă ca și cum se află în mijlocul acțiunii. Atât Dolby Cinema, cât și IMAX sunt considerate la momentul actual dintre cele mai bune formate de cinema existente, iar popularitatea lor crește constant, cu noi săli deschise anual în întreaga lume. Totuși, cele două diferă prin următoarele momente: Dolby Cinema proiectează imagini mai bune cu un raport de contrast de 500 de ori mai mare și rezoluție de patru ori mai mare decât IMAX. Pe de altă parte, IMAX utilizează ecrane cu 40% mai mari și un raport de aspect cu 26% mai înalt, care oferă o experiență mai captivantă [5].

ScreenX este un format de cinema inovator, care duce vizionarea filmelor la un nivel cu totul nou de imersiune. Spre deosebire de ecranele de film tradiționale, ScreenX extinde experiența cinematografică, extinzând imaginile pe pereții laterali ai teatrului. Filmul este proiectat pe ecranul frontal, precum și pe pereții laterali ai teatrului, creând un efect panoramic. Formatul oferă o experiență de vizionare a filmelor la 270 de grade. Proiecția se extinde la vederea periferică și oferă o experiență super-emergentă în comparație cu ecranele tradiționale. Filmele pot fi vizionate atât în 3D cât și în 2D. Cu ScreenX spectatorii pot simți ca și cum se află chiar în mijlocul acțiunii, deoarece ecranul extins îi cuprinde din toate unghiurile. Acest format oferă un mod unic pentru spectatori de a se bucura de filme, permițând publicului să experimenteze vizual filmele ca niciodată [6].

Sistem de clasificare a sălilor de cinema: România

În România legislația prevede că fiecare cinematograful de pe teritoriul țării se clasifică în funcție de nivelul dotărilor tehnice și al facilităților de confort, potrivit prezentelor norme metodologice. Acest moment este prevăzut de către art. 51 din Ordinul nr. 2379/2006, emis de Ministrul Culturii și Cultelor, prin care se aprobă Normele Metodologice pentru aplicarea O.G. nr. 39/2005 privind cinematografia, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 328/2006, în scopul asigurării confortului publicului spectator [7].

Criteriile generale de clasificare a cinematografulor sunt prevăzute în cadrul Anexei nr. 13 din „Normele metodologice pentru organizarea, funcționarea și administrarea Registrului cinematografiei”. Aceste criterii vizează cinematografele care asigură Proiecția Video și cele care asigură Proiecția cu Peliculă. Pentru ambele tipuri de cinematografe există patru categorii după care pot fi clasificate cinematografele în funcție de dotarea lor tehnică: Categoria 0, Categoria I, Categoria II și Categoria III. Categoria 0 este categoria în care sunt clasificate cinematografele cu cele mai bune dotări tehnice, iar la celălalt capăt, cinematografele de Categoria III au cele mai joase dotări tehnice. De menționat este faptul că pentru a putea fi clasificat într-o categorie anumită, cinematograful trebuie să îndeplinească toate criteriile de clasificare. În cazul în care nu se îndeplinesc cumulativ toate criteriile de clasificare pentru o categorie, sala poate fi clasificată, cu acordul beneficiarului, la o clasă inferioară până la remedierea deficiențelor constatate de către membrii comisiei de clasificare. După înlăturarea deficiențelor constatate și îndeplinirea condițiilor de către beneficiar, acesta va suporta costurile deplasării membrilor comisiei de clasificare, care vor verifica situația actualizată și vor atribui categoria corespunzătoare [8].

Un sistem de clasificare a sălilor de cinema pe categorii în funcție de dotarea tehnică este un moment important atât pentru spectatori cât și pentru producătorii și distribuitorii de film din mai multe considerente.

În primul rând, el este important pentru experiența publicului. Diferite săli de cinema oferă experiențe diferite publicului. Cu un sistem de clasificare devine mai ușor pentru spectatori să aleagă tipul de sală de cinema ce se potrivește preferințelor lor. Unii spectatori pot prefera un multiplex mare cu tehnologii și facilități de ultimă generație, în timp ce alții se pot bucura de atmosfera intimă a unei săli mici și mai slab dotată tehnic. Clasificarea sălilor de cinema permite oamenilor să ia decizii informate cu privire la tipul de experiență pe care și-l doresc.

Al doilea argument este prețul și accesibilitatea. Sălile de cinema pot varia foarte mult în ceea ce privește prețurile билетelor. Un sistem de clasificare ajută la categorisirea sălilor de cinema în funcție de factorii care influențează prețurile, precum factorii tehnici sau de amplasare. Acest lucru le permite spectatorilor să aibă o idee clară despre prețurile билетelor asociate diferitelor tipuri de săli de cinema. Mai exact, spectatorul se va aștepta ca o sală mai bine dotată tehnic, să aibă prețuri mai mari la bilete și invers.

Următorul argument este pentru echipa producătoare și anume posibilitatea de planificare a marketingului. Distribuitorii își pot adapta strategiile de marketing cu ajutorul sistemului de clasificare a cinematografulor. Diferite tipuri de săli de cinema atrag diferite categorii demografice și satisfac gusturile diferite. Prin clasificarea sălilor de cinema aceștia pot înțelege mai bine preferințele publicului țintă și pot organiza selecții adecvate de filme și campanii promoționale.

La final, sistemul de clasificare ajută la delimitarea unor standarde și reglementări în industrie. Acest sistem oferă un cadru reglementator pentru determinarea cerințelor minime pe care trebuie să le îndeplinească o sală de cinema pentru a fi clasificată într-o anumită categorie. Acestea pot include diferite criterii de la țară la țară, care se stabilesc în dependență de relevanța lor pentru industrie și conform realităților tehnice prezente. Astfel, stabilirea standardelor asigură un anumit nivel de calitate și coerență în sălile de cinema, care aduce beneficii atât industriei cât și publicului care merge la cinema.

Avantajele distribuției prin intermediul cinematografulor includ vizualizarea filmelor în premieră, posibilitatea de a crea evenimente sociale și interacțiunea directă cu publicul. Cu toate acestea,

dezavantajele constau în costurile ridicate de distribuție și promovare, precum și în dependența de disponibilitatea sălilor de cinema.

Televiziune: particularități ale distribuției

Televiziunea reprezintă un alt canal important de distribuție a filmelor. Prin intermediul posturilor de televiziune și al rețelelor de difuzare, filmele pot ajunge rapid în casele publicului larg. Distribuția prin televiziune oferă accesibilitate și o acoperire extinsă, permițând producțiilor cinematografice să atingă un număr mare de spectatori. Totuși, programarea strânsă și limitările de timp ale televiziunii pot restricționa difuzarea anumitor filme, iar procesul de negociere a contractelor de difuzare poate fi complex și costisitor.

Expunerea la televizor poate duce la creșterea vizibilității, popularității și succesului financiar pentru filme. Rețelele de televiziune achiziționează drepturi pentru filme și le difuzează în intervalele de programare, permițând spectatorilor să vizioneze filme în confortul casei lor. De obicei, după ce un film a fost deja prezentat mai mult timp în sălile de cinema, o metodă de a crește veniturile din distribuția filmului este distribuirea lui prin intermediul televiziunii. Astfel, rare sunt cazurile în care televiziunea este canalul de distribuție ales pentru premiere de film, datorită faptului că prezintă mai degrabă o metodă de a face bani suplimentari decât de a face câștiguri inițiale.

Caracteristicile de bază ale televiziunii drept canal de distribuție sunt:

1. Acces larg: televiziunea are o capacitate de neegalat de a ajunge la un public larg. Cu rețeaua sa extinsă de canale și acoperirea globală televiziunea oferă producătorilor de film o platformă pentru a-și prezenta munca unui număr mare de telespectatori simultan.

2. Comoditate și accesibilitate: televiziunea aduce filme în casele oamenilor, acestea devenind un mediu convenabil și ușor accesibil pentru consumul de filme. Telespectatorii se pot conecta la canalele de filme pentru a viziona filme după cum doresc, eliminând nevoia de a vizita cinematografele.

3. Varietate și alegere: distribuția de televiziune oferă o gamă diversă de filme, care se potrivesc diferitelor gusturi și preferințe. Canalele de filme de nișă organizează biblioteci extinse de filme, permițând publicului să exploreze o mare varietate de genuri și culturi [1].

Unul dintre beneficiile principale este faptul că televiziunea oferă oportunități pentru filmele independente și de nișă de a ajunge la un public mai larg, oferindu-le o platformă pentru recunoaștere și apreciere. Există și televiziuni de nișă pe prezentarea filmelor de un anumit gen, de exemplu: canal pentru filme de acțiune, unde sunt prezentate doar filme diverse de acțiune. Televiziunea ca un canal de distribuție a filmelor are o acoperire globală și permite filmelor expunerea la diverse audiențe din întreaga lume. Acest lucru a contribuit în mod semnificativ la globalizarea culturii cinematografice, permițând oamenilor din diferite țări și culturi să experimenteze o gamă largă de lucrări cinematografice. Un exemplu în acest sens sunt filmele și seriile turcești, care sunt destul de populare la moment pe piața TV a țării noastre.

Televiziunea prezintă un *avantaj* semnificativ pentru o categorie de filme, mai exact filmele de sărbători, care reușesc să aducă beneficii atât filmelor, cât și televiziunii. În fiecare an în jurul sărbătorilor de Crăciun, dar și alte sărbători locale importante, canalele de televiziune distribuie filme cu tematică de sărbători. Atunci oamenii tind să stea acasă și privesc aceste filme, ceea ce aduce un venit suplimentar filmului, dar și canalului de televiziune, dat fiind audiența ridicată și plasarea publicității în pauze.

Totuși, televiziunea riscă să sufere schimbări în calitate de canal de distribuție în următorii ani datorită popularizării rapide a platformelor digitale de vizionare. Aceste progrese ar putea redefini experiența de vizionare și ar putea oferi producătorilor noi căi de interacțiune cu publicul. Acest moment, după părerea autorului lucrării, nu va face ca televiziunea să dispară drept canal de distribuție, dar va face mai degrabă să îmbunătățească experiența de vizionare a spectatorilor. Cum vor progresa lucrurile, rămâne de văzut, dar este cert faptul că televiziunea va continua să rămână unul dintre canalele de bază ale distribuției de film.

Festivaluri de film: tipuri de festivaluri

Festivalurile de film sunt un canal de distribuție specific, ce permite prezentarea filmului unui public principal, de a câștiga premii și, eventual, a asigura distribuția. Există mii de festivaluri de film care au loc în întreaga lume în fiecare an și acestea includ festivaluri locale, de nișă și festivaluri importante de film. Majoritatea distribuitorilor de filme mari vor participa doar la festivaluri majore, în special, cele cinci festivaluri mari de film: Berlin, Cannes, Veneția, Sundance și Toronto. Distribuitorii participă la festivaluri mai mici dacă sunt în căutarea unor genuri specifice. De exemplu, unele festivaluri sunt specializate în documentare și animație [9].

De multe ori, în cazul festivalurilor, este important ca filmul să fie prezentat în premieră la festivalurile importante de film. Astfel, este posibil de participat doar la un singur festival major de film, apoi la mai multe festivaluri mici. O strategie tipică a festivalurilor de film este participarea la câteva festivaluri majore, și mai multe de nișă și locale, pentru a putea crește șansele de a fi remarcat.

Pentru participare festivalul se alege în funcție de calitatea filmului, de genul și de publicul țintă. Festivalurile de film atrag audiențe diverse, inclusiv pasionați de film, critici și reprezentanți din industrie. Aceste evenimente pot contribui la generarea de recomandări, mai ales dacă rezonază cu participanții la festival. Recepția pozitivă a publicului și laudele primite la festivaluri pot spori capacitatea de comercializare a filmului și pot atrage potențiali distribuitori sau cumpărători. Pe lângă aceasta, festivalurile atrag și atenția presei, care acoperă premiere și proiecții. Recenziile pozitive din surse de renume pot îmbunătăți în mod semnificativ reputația unui film și pot crește valoarea de piață a acestuia. Jurnaliștii, bloggerii și criticii care participă la festivaluri pot scrie despre film, contribuind la vizibilitatea acestuia și la potențialele perspective de distribuție [10].

Există câteva tipuri principale de festivaluri de film, și anume:

Festivaluri internaționale de film: aceste festivaluri atrag filme din întreaga lume și au adesea o gamă largă, prezentând diverse genuri, stiluri și culturi. Printre exemple se numără Festivalul de Film de la Cannes, Festivalul Internațional de Film de la Berlin (Berlinale) și Festivalul Internațional de Film de la Toronto (TIFF). Festivalurile internaționale de film servesc adesea ca platforme prestigioase pentru premiere mondiale, generând o atenție semnificativă a mass-media și în industrie.

Festivaluri naționale și regionale de film: aceste festivaluri se concentrează pe prezentarea de filme dintr-o anumită țară sau regiune. Ele oferă o platformă pentru regizorii locali pentru a-și prezenta rezultatele muncii publicului local și a câștiga recunoaștere în propria lor industrie de film. Printre exemple se numără Festivalul de Film Sundance (Statele Unite), Festivalul Internațional de Film de la Busan (Coreea de Sud) și Festivalul de Film de la Mumbai (India).

Festivaluri de film specifice genurilor: aceste festivaluri se concentrează pe genuri sau teme specifice de film, adresându-se publicului de nișă și celebrând anumite domenii ale filmului. Printre exemple se numără Festivalul de film de la Sitges (horror și fantezie), SXSW (South by Southwest, care acoperă film, muzică și media interactivă) și Festivalul de film Tribeca (film, muzică și cultură). Festivalurile specifice genului permit regizorilor să vizeze publicul care are un interes deosebit pentru genul ales.

Festivaluri de scurtmetraje: festivalurile de scurtmetraje se concentrează, în primul rând, pe prezentarea de scurtmetraje, oferind o platformă pentru cineștii emergenți pentru a-și prezenta talentul și creativitatea. Aceste festivaluri servesc adesea ca incubatoare pentru tinerele talente, iar câștigarea de premii sau recunoașterea la festivalurile de scurtmetraj poate stimula semnificativ cariera unui regizor. Printre exemple se numără Aspen Shortsfest, Festivalul internațional de scurtmetraje Clermont-Ferrand și Short Shorts Film Festival & Asia.

Prezentarea filmelor în cadrul festivalurilor de film are câteva *beneficii de bază*, comparativ cu alte forme de distribuție. Un beneficiu unic pe care îl prezintă festivalurile de film pentru viața filmului sunt premiile pe care acesta le poate câștiga în cadrul festivalului. Multe festivaluri de film oferă premii sau pot face nominalizări la diferite categorii. Câștigarea de premii sau nominalizările la festivaluri pot adăuga prestigiu filmului și îl pot face mai atrăgător pentru distribuitori și cumpărători. Premiile și

nominalizările de festival pot servi ca instrument de marketing, indicând calitatea și recunoașterea pe care a primit-o un film, sau pot asigura o afacere de distribuție.

Alt beneficiu important sunt oportunitățile de încheiere a înțelegerilor ulterioare de distribuție în cadrul festivalului. Festivalurile pot oferi un mediu propice încheierii de înțelegeri și pot facilita procesul de introducere a filmului în canalele de distribuție. Acest fapt se poate întâmpla fie datorită posibilităților de comunicare cu reprezentanții industriei cu diverse specializări, inclusiv distribuție, fie datorită posibilităților de negociere în cadrul secțiunilor dedicate distribuției. Unele festivaluri de film, cum ar fi Festivalul de Film de la Cannes, au secțiuni de piață dedicate în care profesioniștii din industrie pot viziona filme special în scopuri de achiziție sau distribuție. Aceste analize de piață oferă o cale directă pentru a asigura oferte de distribuție și vânzări. Dacă filmul generează interes din partea distribuitorilor, agenților de vânzări sau cumpărătorilor, pot urma negocieri pentru a obține un acord de distribuție în timpul sau după festival.

Pentru Republica Moldova, cultura festivalurilor de film, precum și cea a filmelor, este în proces de construire. Comparativ cu România, țara vecină, Moldova este la început de drum în dezvoltarea unei industrii de film puternice, cu o cultură cinematografică și de participare la festivaluri de film bine conturată. Câteva festivaluri importante prezintă publicului filme pe care oamenii nu obișnuiesc să le vadă la cinema, televizor sau pe platformele online, iar exemple de festivaluri locale populare sunt: Cronograf, Moldox sau Zilele Filmului Românesc.

Platforme digitale: tipuri de platforme pentru distribuirea conținutului media

Inițial filmele puteau fi vizionate prin intermediul sălilor de cinema, care era principalul canal de distribuție folosit. Acesta a început mai târziu a pierde teren în fața televizorului, care, după ce a fost inventat și popularizat, a început a fi folosit drept canal de distribuție a filmelor și seriilor televizate, care creșteau în popularitate. Acestea sunt metodele tradiționale de distribuție a filmelor, dar care au fost perturbate semnificativ în ultimii 30 de ani de noile tehnologii [11].

Într-adevăr, distribuția media pe ecran a suferit o adevărată revoluție în secolul XXI, răsturnând modelele de afaceri convenționale. Aceste transformări se datorează în mare măsură faptului că afacerea de distribuție a fost mult timp una dintre cauzele succesului financiar de la Hollywood. Încă de la începuturile studiourilor majore distribuitorii s-au bazat pe un model de lansare secvențială pentru a exploata pe deplin valoarea conținutului creat. Ei au realizat acest moment prin facerea conținutului disponibil pe diferite piețe pentru perioade discrete de timp și astfel, distribuitorii au reușit să obțină cele mai multe venituri din fiecare piață fără vânzări dintr-o singură fereastră. Cu toate acestea, inovațiile tehnologice pe scară largă au făcut ca strategiile tradiționale să pară învechite și demonstrează nevoia urgentă de a rafina calculul complicat al ferestrei în era digitală. Pe măsură ce filmele pot fi vizionate de pe ecrane de toate dimensiunile, extinderea platformelor digitale și a tehnologiilor de stocare bazate pe clou a modificat opțiunile când, unde și cum se pot implica consumatorii în divertisment, care au acces la vizionare de filme „oricând și oriunde” [12].

Acum filmele pot fi vizionate oricând prin transmiterea lor live sau prin descărcare pentru vizionare mai târziu. Termenul general pentru acest nou format de distribuție a filmelor este „video la cerere” (Video on Demand – VOD). Acum conținutul media poate fi obținut oricând, și nu doar atunci când un radiodifuzor/proprietar de conținut decide să-l livreze. Astfel, urmează să fie analizate 3 modele de bază de distribuire a conținutului media prin intermediul platformelor digitale: AVOD, SVOD și TVOD.

AVOD, termen abreviat după sintagma din limba engleză „Advertising Video on Demand”, în traducere „Publicitate pentru video la cerere”, este un model în care utilizatorii pot accesa conținut gratuit, dar pentru care trebuie să urmărească reclame în timpul experienței de vizionare. Reclamele sunt, de obicei, introduse înainte, în timpul sau după conținut. Avantajul lor principal pentru consumatori constă în faptul că conținutul este gratuit și divers. Platformele AVOD generează venituri prin vânzarea de spațiu publicitar mărcilor și agenților de publicitate. Aceste beneficii fac ca formatul în cauză să prindă

tot mai multă popularitate. De exemplu, doar pentru spațiul european pentru anul 2021, platformele AVOD au generat venituri de 6.751 milioane euro, comparativ cu 2.030 milioane euro în 2016 [13]. Acest tip de platforme oferă o gamă largă de conținut, inclusiv filme, emisiuni TV, videoclipuri generate de utilizatori și multe altele. Venitul din publicitate permite platformelor AVOD să ofere conținut utilizatorilor fără a necesita o taxă de abonament. Exemple de platformă AVOD populară include YouTube.

Următorul model de video la cerere este SVOD, abreviat de la „subscription Video on Demand”, în traducere „abonament pentru video la cerere”, este un model în care spectatorii plătesc o taxă de abonament pentru a accesa o bibliotecă de conținut. Cel mai popular exemplu de o astfel de platformă la moment este Netflix, cu peste 230 milioane de utilizatori la nivel global de la începutul anului 2023 [14]. Pe platformele SVOD utilizatorii au acces nelimitat la o varietate de filme, emisiuni TV și alt conținut fără întreruperi suplimentare de publicitate, dar trebuie să achite lunar sau anual un abonament pentru a putea folosi platforma, pe motiv că venitul pentru platformele SVOD provine, în principal, din taxele de abonament. Acest model devine tot mai popular datorită comodității pe care o oferă consumatorului de a privi conținut media fără publicitate.

Ultimul model de video la cerere este TVOD, abreviat de la „Transactional Video on Demand”, în traducere „Video tranzacțional la cerere”. Este un model în care utilizatorii plătesc pentru bucăți individuale de conținut pe bază de plată per vizionare. Utilizatorii pot închiria sau cumpăra anumite filme, episoade TV sau alt conținut pentru o perioadă limitată de timp sau drept proprietar permanent. Opțiunile de închiriere oferă, de obicei, acces pentru o perioadă limitată de timp (de exemplu, 24 sau 48 de ore), în timp ce achizițiile oferă drept de proprietate permanent. Exemple de platforme TVOD includ iTunes, Google Play Movies și Amazon Video.

Tabelul 1. Specificații tehnice pentru categoriile de cinematografe care asigură Proiecția cu Peliculă

Avantaje și dezavantaje			
Metodă de distribuție	AVOD	SVOD	TVOD
Avantaje	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acces gratuit la o gamă largă de conținut. 2. Utilizatorii nu trebuie să se aboneze sau să plătească taxe. 3. Reclamele ajută la sprijinirea platformei și a creatorilor de conținut. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Experiență de vizionare fără anunțuri. 2. Acces la o gamă largă de conținut, adesea inclusiv originale exclusive. 3. Flexibilitatea de a transmite conținut oricând și oriunde cu o conexiune la internet. 4. Recomandări personalizate bazate pe preferințele utilizatorului. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Flexibilitatea de a alege anumite articole de conținut pentru închiriere sau cumpărare. 2. Utilizatorii plătesc doar pentru conținutul pe care doresc să-l vizioneze. 3. Acces la versiuni noi și conținut recent fără a aștepta ca acesta să fie inclus într-o bibliotecă cu abonament.
Dezavantaje	<ol style="list-style-type: none"> 1. Întreruperi frecvente sub formă de reclame. 2. Este posibil ca reclamele să nu fie relevante sau de interes pentru spectatori. 3. Control limitat asupra experienței de vizionare din cauza plasărilor de anunțuri. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Necesită o taxă de abonament. 2. Conținutul poate fi limitat de disponibilitatea regională sau de acordurile de licență. 3. Este posibil ca utilizatorii să fie nevoiți să aștepte lansări noi sau sezoane ale emisiunilor TV. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Costuri mai mari pentru utilizatorii care consumă mult conținut. 2. Disponibilitatea conținutului poate varia de la diferite platforme TVOD. 3. Utilizatorii trebuie să plătească pentru fiecare titlu individual sau articol de conținut.

Sursa: Elaborat de autori în baza surselor analizate

Concluzii

Peisajul distribuției de filme a evoluat semnificativ odată cu apariția diferitelor canale datorită progresului tehnologic. Acestea includ cinematografe, televiziune, festivaluri de film și platforme digitale. Fiecare canal oferă avantaje distincte și ajunge la un public divers. Cinematografele continuă să ofere o experiență unică și captivantă, permițând spectatorilor să se bucure de filme pe marele ecran cu tehnologie de ultimă oră. Rețelele de televiziune oferă o accesibilitate largă, ajungând la milioane de familii și permițând distribuția în masă. Festivalurile de film servesc drept platforme pentru

prezentarea de filme artistice și independente către o comunitate și oferind oportunități de creare de relații pentru echipele de film. În cele din urmă, platformele video la cerere (VOD) au revoluționat distribuția de filme, oferind spectatorilor flexibilitatea de a reda conținut la convenția lor. Pe măsură ce industria continuă să evolueze, este esențial ca distribuitorii să ia în considerare aceste canale de distribuție diverse și să le folosească strategic.

În pofida tuturor inovațiilor, cei mai mulți bani care se fac astăzi în film și televiziune sunt încă făcuți în mod tradițional: în cinematografe și din reclame la televiziune, din motiv că unele categorii de spectatori sunt, pur și simplu, mai importanți decât alții. De exemplu, spectatorii de televiziune prin cablu continuă să obțină rate de publicitate exponențial mai mari decât cei care văd conținut pe computere și ecrane mobile. În același timp, au loc schimbări profunde, pe măsură ce algoritmi noi încep să provoace schimbări tot mai mari, comparativ cu metodele tradiționale. În acest context, rețelele sociale au apărut ca un instrument de marketing și promovare extrem de important, în special, datorită modului în care construiește comunități online în jurul anumitor mărci de conținut. Acest lucru, la rândul său, a atras atenția furnizorilor de conținut, agenților de publicitate și creatorilor. Cu toate acestea, experiența digitală a mărcii pentru publicul online mai are un drum lung de parcurs, iar producătorii se simt obligați să joace la nesfârșit noile tehnici de generare a atenției asupra filmului prin intermediul rețelelor sociale.

În concluzie, canalele de distribuție existente în domeniul cinematografeiei, cum ar fi cinema, televiziunea, platformele de streaming și festivalurile de film, prezintă fiecare avantaje și dezavantaje distincte. În funcție de obiectivele și necesitățile specifice ale producătorilor și publicului, aceste canale pot fi utilizate individual sau în combinație, pentru a asigura o distribuție eficientă și satisfăcătoare a filmelor.

Referințe bibliografice

- HONGYU, D. The Evolution of Distribution Channels in the Entertainment Industry. In: *Journal of Media Business Studies* [online]. 2021, nr. 3 [accesat 02 apr. 2024]. Disponibil: <https://www.atlantis-press.com/proceedings/sdmc-21/125968631>
- What is imax? And what is the difference between IMAX and standard? [online]. In: *No Film school*: [site]. 19 mar. 2024 [accesat 25 mar. 2024]. Disponibil: <https://nofilmschool.com/what-imax-difference-between-standard>
- Forum Theatre. Imax 3D*. [site]. [accesat 25 mar. 2024]. Disponibil: <https://forum-theatre.com/exploring-the-differences-between-imax-3d-theaters-an-in-depth-look/>.
- 4Dx*: [site]. [accesat 25 mar. 2024]. Disponibil: <https://www.cj4dx.com/aboutus/aboutus.php>.
- Dolby Cinema vs IMAX: Which Offers a Better Experience? [online]. In: *Home Theatre Academy* [site]. [accesat 25 mar. 2024]. Disponibil: <https://hometheateracademy.com/dolby-cinema-vs-imax/>
- ScreenX*: [site]. [accesat 26 mar. 2024]. Disponibil: <http://screenxmovies.com/screenx/screenx.php>
- Legea pentru aprobarea Ordonanței Guvernului nr. 39/2005 privind cinematografia: nr. 328 din 14 iulie 2006. In: *Monitorul oficial al României* [online]. 2006, nr. 649 [accesat 26 mar. 2024]. Disponibil: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/73800>
- Norme metodologice din 12 septembrie 2006 pentru aplicarea Ordonanței Guvernului nr. 39/2005 privind cinematografia, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 328/2006, anexa nr. 13 [online]. In: *Monitorul oficial al României* [online]. 2006, nr. 900 [accesat 25 mar. 2024]. Disponibil: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/216333>
- Best Film Festivals in 2024: The Top 15 Best Film Festivals in the World [online]. In: *Filmmaking Lifestyle*: [site]. [accesat 02 apr. 2024]. Disponibil: <https://filmlifestyle.com/best-film-festivals/>
- Film Festival Secrets: 5 Types Of Film Festivals [online]. In: *Raindance*: [site]. [accesat 10 apr. 2024]. Disponibil: <https://raindance.org/film-festivals-five-types/>
- CRISP, V. *Film Distribution in The Digital Age* [online]. UK: Palgrave Macmillan, 2015 [accesat 17 noiembrie 2013]. Disponibil: <https://www.scribd.com/document/516837370/Film-Distribution-in-the-Digital-Age>
- Distribution revolution : conversations about the digital future of film and television*. Ed.: M. Curtin, J. Holt, K. Sanson [online]. Oakland: University of California Press, 2014 [accesat 29 mar. 2024]. Disponibil: https://books.google.md/books?hl=en&lr=&id=LaowDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=film+distribution&ots=bup6YVVA5S&sig=dkuMcRL5gw1NLpGnpkvMZrk6soQ&redir_esc=y#v=onepage&q=film%20distribution&f=false
- Revenue of the ad-supported video-on-demand (AVOD) market in Europe from 2016 to 2021 [online]. In: *Statista*: [site]. 29 aug. 2024 [accesat 29 mar. 2024]. Disponibil: <https://www.statista.com/statistics/1305193/european-avod-revenues/>
- Netflix statistics (Q3, 2024) [online]. In: *DemandSage*: [site]. 2024 [accesat 12 apr. 2024]. Disponibil: <https://www.demandsage.com/netflix-subscribers/>