



un'iniziativa del Programma
MEDIA II dell'Unione Europea
con il sostegno del Governo Italiano
Via Soperga, 2 - 20127 Milano
tel. +39.02.66984405
fax +39.02.6691574
e-mail: infocinema@mediasalles.it
http://www.mediasalles.it

MEDIA

MEDIA SALLES JOURNAL

European Cinema

Edizione per l'Italia n.1 - aprile 1999

Nasce la Newsletter "European Cinema Journal" e si aggiunge ai servizi di informazione che MEDIA Salles offre agli operatori dell'industria cinematografica. Sin dall'inizio della sua attività MEDIA Salles si era posta l'obiettivo di colmare la mancanza di informazioni complessive ed aggiornate sulla situazione delle sale cinematografiche in Europa. Per questo nel 1992 aveva cominciato a pubblicare l'Annuario Statistico "European Cinema Yearbook", ormai vicino alla sua ottava edizione, che sarà presentata come al solito in autunno. Nel 1995 la volontà di fornire una "vetrina" dei film europei e delle imprese coinvolte nella loro produzione e diffusione, unita alle possibilità consentite dalla tecnologia, ha avuto come frutto la nascita della banca dati su Internet "European Cinema On-line Database" che oggi presenta 3.500 film e 8.000 società. Con questi strumenti, con le sue iniziative a supporto delle sale che, aderendo al circuito Euro Kids Network, si rivolgono al pubblico dei ragazzi, con gli eventi di promozione del cinema europeo "Focus on Europe", MEDIA Salles ha stabilito contatti con migliaia di professionisti, di ricercatori, di imprese e istituzioni. La Newsletter è stata ideata come modo per restare in contatto con tutti loro. Quattro volte l'anno farà conoscere lo sviluppo delle attività di MEDIA Salles e le modalità di accesso alle sue iniziative, inoltre diffonderà anteprime e sintesi di quelle informazioni che gli operatori dell'industria cinematografica sono ormai abituati a trovare solo da MEDIA Salles. Proprio questo è il "piatto forte" del numero 1 di "European Cinema Journal": un'anticipazione dei dati statistici che consentono di cogliere quasi in tempo reale l'andamento del consumo di cinema in sala e della trasformazione strutturale che l'esercizio europeo vive in questi anni. Con l'auspicio che la Newsletter faccia tanta strada quanto l'Annuario Statistico del Cinema Europeo!

Romano Fattorossi
Presidente di MEDIA Salles

L'esercizio cinematografico in Europa nel 1998

I dati, seppur ancora provvisori, relativi al consumo cinematografico nel 1998 mostrano che in Europa Occidentale gli spettatori sono in crescita: 844 milioni rispetto ai 792 del 1997 (+6,6%).

Risulta così nuovamente confermata la tendenza verso quel generale incremento delle presenze nelle sale che, a parte il "colpo di singhiozzo" del 1995, ha caratterizzato gli anni '90.

L'ammodernamento delle strutture e la disponibilità di film di produzione nazionale di successo continuano ad essere elementi importantissimi per richiamare il pubblico nei cinema.

A questo si è aggiunto nel 1998 "l'effetto Titanic".

Questo risulta particolarmente vero per la Francia che nel 1998 ha guadagnato ben 21 milioni di spettatori, registrando un incremento, rispetto al 1997, del 14,2%.

Alla base di questo successo vi è sicuramente il Titanic (20 milioni di biglietti venduti), ma ci sono anche gli ottimi risultati di tre produzioni nazionali "Le dîner de cons", "Les visiteurs 2", "Taxi" che hanno conquistato rispettivamente 9, 8 e 6 milioni di biglietti.

Con 170 milioni di spettatori, la Francia non solo si conferma come il mercato più importante d'Europa, ma aumenta il distacco rispetto agli altri quattro territori che valgono ciascuno più di 100 milioni di biglietti venduti.

Di questi il più importante per numero di spettatori (148,9 milioni nel 1998 rispetto ai 143,1 del 1997) è la Germania. Le presenze sono cresciute del 4% in un anno, mentre gli schermi sono aumentati del 2,8%.

Il saldo delle chiusure e delle nuove aperture mostra un incremento di 116 schermi.

(segue a pag. 2)

MEDIA Salles al "40° Cannes Market" maggio 1999

In collaborazione con



FILM FINDERS



Cannes Market

Martedì 18 maggio, 11.00

L'EUROPA GUARDA ALL'AMERICA L'AMERICA HA BISOGNO DELL'EUROPA

Tavola rotonda sulla distribuzione del cinema europeo negli Stati Uniti. Moderatore: Sydney Levine, Presidente di FILM FINDERS.

Geoff Gilmore, Co-direttore del "Sundance Film Festival" aprirà i lavori. Rappresentanti di società di distribuzione e di esercizio americane si confronteranno sullo stato del mercato e discuteranno le opportunità per i film europei negli Stati Uniti. Interventi e dibattito aperto: un'opportunità da non perdere per i professionisti europei e americani!

CANNES MARKET, Tente L'Oréal
- seguirà un aperitivo -

e

Mercoledì 19 maggio, 10.30

Presentazione di

EUROPEAN CINEMA JOURNAL Primo numero della Newsletter di MEDIA Salles

Dati in anteprima sull'esercizio cinematografico in Europa nel 1998

CANNES MARKET, Tente L'Oréal
- seguirà un aperitivo -

MEDIA Salles sarà presente a Cannes presso lo Stand del Programma MEDIA MIF Stand A.34 - Tel.+33.4.97065253

pag. 4

**"European Cinema Yearbook":
l'ultima edizione presentata
al Festival di Berlino**

Focus on Europe a Cinema Expo International - Amsterdam 21-24 giugno 1999

La sesta edizione di "Focus on Europe", l'iniziativa di MEDIA Salles volta alla promozione del film europeo a livello internazionale, si svolgerà, nell'ambito di Cinema Expo Int'l, ad Amsterdam. Col supporto di MEDIA Promotion e del Governo Italiano e grazie alla collaborazione con istituti cinematografici nazionali e agenti di vendita, MEDIA Salles promuoverà la produzione europea più recente. Anche quest'anno i partecipanti troveranno allo stand di MEDIA Salles una ricca documentazione, materiale pubblicitario e trailers dei titoli attesi in Europa nei prossimi mesi. Potranno inoltre navigare nella banca dati "European Cinema On-line Database" consultabile gratuitamente via Internet. Le informazioni su più di 3.500 film recenti e 8.000 società offrono un ampio panorama dell'industria cinematografica europea. Con "Focus on Europe",

Se ancora cinema tradizionali cessano l'attività, il fenomeno multiplex conosce un vero boom: nel secondo semestre dell'anno sono stati aperti 20 nuovi complessi per un totale di 186 schermi.

Un 1998 da record anche per l'Italia, dove i dati provvisori mostrano un mercato in crescita del 16,3%.

Oltrepassata la soglia dei 100 milioni lo

zione della Spagna nel 1998.

Da luglio a dicembre sono stati aperti 6 nuovi complessi per un totale di ben 95 schermi.

Tra questi, tre possono essere considerati, secondo la definizione proposta da MEDIA Salles, dei veri e propri megaplex. Superano infatti la soglia dei 16 schermi i complessi costruiti a Tenerife (18 schermi), a Madrid (25 schermi)

riore alla media europea, è anche vero che si tratta del decimo risultato consecutivo che migliora quello dell'anno precedente.

Questo significa un incremento delle presenze del 55% negli ultimi 10 anni. Da questo scenario, sostanzialmente positivo, si stacca la Gran Bretagna, che nel 1998, totalizzando 135,2 milioni di spettatori, ha perso, rispetto all'anno precedente, quasi 4 milioni di biglietti, con un decremento del 2,7%. E' pur vero che il 1997 era stato un anno da primato: il consumo era aumentato del 12,5% rispetto al 1996 ed i biglietti venduti avevano raggiunto la cifra record di 138,9 milioni.

Per trovare un numero di presenze così elevato bisogna risalire fino al 1974.

Da allora era iniziato un fenomeno di disaffezione verso le sale che aveva fatto crollare la frequenza pro capite a circa 0,96 nel 1984. Nel '97, invece, ogni cittadino della Gran Bretagna era arrivato a comperare in media 2,4 biglietti, collocandosi così tra i più forti consumatori europei (la media dell'Europa Occidentale era infatti 2).

Anche nel 1998, nonostante il calo degli spettatori, con una frequenza pro capite intorno al 2,3, la Gran Bretagna riesce a restare aldisopra della media europea (2,2).

In questo anno di luci ed ombre, segnato, nel primo semestre, dal successo di Titanic e poi dal negativo effetto dei Mondiali di Calcio, gli schermi sono aumentati dell'8,9% rispetto al 1997.

Alla fine del 1998 erano 113 i multiplex, per un totale di 1.198 schermi. Se nel 1997 il 38,9% degli schermi era situato nei multiplex, nel 1998 tale percentuale è cresciuta ulteriormente: 46,4%.

E la tendenza per il prossimo futuro è ancora all'aumento: nel 1999 sono previsti circa venti nuovi complessi.

Il decremento degli spettatori - fenomeno isolato, nel 1998, alla Gran Bretagna - può indurre a chiedersi se il mercato britannico abbia iniziato a soffrire di una offerta di schermi troppo elevata.

Sembra peraltro che una conclusione di questo genere sia perlomeno affrettata. Il Belgio, l'altro territorio europeo in cui il fenomeno multiplex è altrettanto sviluppato (16 complessi multiplex raggruppano il 43% degli schermi del

Numero di schermi e numero di presenze: 1997 - 1998.

	Schermi			Presenze (x 1 000)		
	1997	1998	var. %	1997	1998	var. %
A	424	.	.	13 717	15 219	10,9%
B	475	498	4,8%	22 073	ca 25 000	13,3%
CH	503	518	3,0%	15 552	15 894	2,2%
D	4 128	4 244	2,8%	143 122	148 876	4,0%
DK	320	331	3,4%	10 843	11 011	1,5%
E	2 584	2 968	14,9%	105 045	108 440	3,2%
F	4 659	4 762	2,2%	148 935	170 110	14,2%
FIN	321	325	1,2%	5 943	6 317	6,3%
GR	340	360	5,9%	ca 11 600	ca 11 500	-0,9%
I	2 401 ¹	ca 2 500 ²	4,1%	102 805	119 569	16,3%
IRL	228	259	13,6%	11 491	12 386	7,8%
IS	26	.	.	1 330	1 317	-1,0%
L	26	21	-19,2%	1 186	1 415	19,3%
N	395	393	-0,5%	10 948	11 526	5,3%
NL	444	461	3,8%	18 934	20 100	6,2%
P	ca 400	ca 390	-2,5%	ca 14 000	ca 14 500	3,6%
S	1 164	1 167	0,3%	15 210	15 819	4,0%
UK	2 369	2 581	8,9%	138 922	135 200	-2,7%
Totale				791 656	844 199	6,6%
BG	121	106	-12,4%	2 685	2 333	-13,1%
CY	23	25	8,7%	931	1 013	8,8%
HU	523	557	6,5%	16 818	14 578	-13,3%
PL	825	841	1,9%	ca 23 700	19 900	-16,0%
RO	451	379	-16,0%	9 456	6 799	-28,1%
SK	296	296	-	4 041	4 082	1,0%

1 Schermi operanti per più di 60 giorni l'anno. 2 Idem.

scorso anno, gli spettatori hanno sfiorato ora i 120 milioni.

Continua intanto la trasformazione del parco sale italiano: al frazionamento dei cinema monoschermo, in atto ormai da alcuni anni, si è accompagnata, nell'ultimo biennio, la costruzione ex-novo di complessi multischermo per iniziativa di società di esercizio sia italiane sia straniere.

L'affermazione crescente dei multiplex è uno degli elementi salienti della situa-

e a Barcellona (24 schermi), rispettivamente da Unión Cine Ciudad, il più importante esercente spagnolo, dal gruppo belga Kinopolis e da AMC, entrambi alla prima "esperienza" in Spagna e fautori del modello "megaplex".

Seppur meno degli schermi (14,9%), anche i biglietti sono risultati in aumento sul mercato spagnolo: + 3,2% rispetto al 1997.

Se nel 1998 il tasso di crescita della Spagna, in termini di spettatori, è infe-

Dati 1997: "European Cinema Yearbook - 1998 edition" (<http://www.mediasalles.it>).

Dati 1998: non definitivi. I dati presentati possono essere riprodotti a condizione di menzionarne la fonte.

anteprime di film europei saranno proposte su grande schermo agli oltre 2.000 esercenti e distributori europei e dei maggiori mercati mondiali che ogni anno si incontrano ad Amsterdam. E' questa la terza volta che "Focus on Europe" approda ad Amsterdam. Tra i momenti salienti della precedente edizione figurano la proiezione del film di Roberto Benigni "La vita è bella", e la tavola rotonda "L'impatto dei multiplex sull'industria cinematografica e sulla vita della città". Le sintesi degli interventi sono disponibili nel sito Web <http://www.mediasalles.it>

Ulteriori informazioni possono essere richieste per e-mail: database@mediasalles.it

Paese), ha infatti registrato un significativo incremento di spettatori.

Nel 1998 i biglietti venduti sono aumentati di circa il 13%. Dei quasi 3 milioni di spettatori in più, una parte assai significativa è stata guadagnata ad Anversa, per effetto dell'apertura, avvenuta alla fine del 1997, dei 17 schermi di Gaumont in centro città.

Consumo cinematografico in crescita anche in Irlanda, altro paese ad elevata incidenza di multiplex (che rappresentano circa il 28,2% degli schermi), che passa a 12,4 milioni di biglietti (+7,8% rispetto al 1997) e che si conferma con 3,4 come il territorio europeo con la frequenza pro-capite più alta (Reykjavik a parte).

Sale "vertiginosamente" anche la frequenza del Lussemburgo, che giunge a collocarsi a 3,3. Nel Granducato, nel giro di due anni, il numero dei biglietti venduti è quasi raddoppiato.

Un 1998 positivo anche per la Scandinavia, dove tutti i paesi, tra cui anche la Svezia e la Norvegia, che nel 1997 avevano visto calare le presenze rispettivamente dell'1,2%, e del 4,7%, guadagnano spettatori.

Gli incrementi variano tra l'1,5 % della Danimarca, il 4% della Svezia, il 5,3% della Norvegia, che recupera tutti gli spettatori persi nel 1997 ed ottiene uno dei migliori risultati degli anni '90, e il 6,3% della Finlandia, dove i biglietti varcano la soglia dei 6 milioni, che non raggiungevano dal 1991.

Per la Finlandia il 1998 è stato segnato dall'inaugurazione del primo multiplex, un investimento di Andrew Metronome con partners locali.

Spingendosi ancora più a nord, si registra una levissima flessione del consumo di cinema a Reykjavik (-1%), dove peraltro la quasi leggendaria frequenza annuale pro-capite non scende sotto gli

nuiti praticamente ovunque.

Sulla base dei dati disponibili, solo la Slovacchia sembra "resistere" (+1%) al calo generalizzato che colpisce, seppur in misura diversa, i mercati dell'area orientale: -13% in Bulgaria ed in Ungheria, -16% in Polonia, -28% in Romania.

Più variegato è l'andamento del saldo tra chiusure e nuove aperture di schermi: positivo in Ungheria (+6,5%) e in Polonia (+1,9%), ancora, e pesantemente, negativo in Bulgaria (-12,4%) e Romania (-16%).

La fiducia degli investitori nei confronti della ripresa del consumo cinematografico nell'Europa Centrale e Orientale si conferma comunque elevata.

Nel 1998 sono stati aperti in Ungheria 3 nuovi multiplex, per un totale di 29 schermi.

Pure a questi mercati mira l'alleanza siglata da Kinopolis e Cinemaxx, che, col neonato marchio Kinemaxx, hanno

Quote di mercato in base all'origine dei film.

	Film nazionali		Film europei		Film USA		Altri	
	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998
B ¹	3,6%	1,3%	13,4%	22,1%	82,1%	76,1%	0,9%	0,5%
CH	2,3%	2,5%	21,0%	21,7%	73,6%	72,3%	3,1%	3,5%
D	16,7%	9,1%	11,5%	5,7%	70,5%	83,9%	1,3%	1,4%
DK	18,8%	12,8%	13,1%	9,1%	66,5%	77,8%	1,7%	0,4%
E	13,0%	11,9%	17,6%	8,4%	67,9%	78,6%	1,5%	1,1%
F	34,2%	27,0%	10,0%	7,2%	52,5%	64,0%	3,3%	1,9%
I ²	31,3%	23,6%	15,9%	10,8%	48,7%	65,2%	4,2%	0,4%
NL	3,4%	5,6%	10,5%	4,1%	84,5%	89,8%	1,6%	0,5%
S	17,8%	14,4%	14,9%	8,8%	66,7%	76,3%	0,7%	0,5%
BG	0,4%	0,4%	3,7%	7,8%	96,0%	91,5%	-	0,3%
PL	20,4%	9,1%	7,8%	4,4%	71,4%	85,9%	0,4%	0,6%
RO	2,7%	0,9%	1,5%	2,5%	92,2%	95,4%	3,6%	1,2%
SK	2,1%	1,1%	20,4%	3,5%	74,6%	95,3%	2,8%	0,1%

¹ Bruxelles. ² Dati Cinetel.

Superiore alla media europea è anche l'incremento degli spettatori in Austria (+10,9% rispetto al '97) ed a Cipro (+8,8%). Crescono in misura minore i Paesi Bassi (+6,2%) che restano tra i territori europei dove il numero dei biglietti pro-capite è più modesto (1,3 l'anno), il Portogallo (+3,6%) e la Svizzera (+2,2%).

Sostanzialmente stabile è la situazione che emerge dalle stime delle presenze nei cinema greci.

8 biglietti.

Decisamente in contrasto con lo scenario positivo dell'Europa Occidentale è la situazione dei paesi dell'Europa Centrale e Orientale.

Mentre nel 1997 si registrava una netta differenziazione tra paesi dal consumo in crescita e tendente ad assumere le connotazioni del mercato occidentale e paesi ancora segnati dal calo delle presenze e dalla forte riduzione del parco sale, nel 1998 gli spettatori sono dimi-

annunciato un programma che prevede la costruzione di 20 complessi, nel corso dei prossimi 3 o 4 anni, nei paesi dell'Europa del Nord e dell'Est.

Tra i primi obiettivi di Kinemaxx figura la Polonia, mercato dove ben presto, al multiplex aperto da UCI, sono previsti aggiungersi altri complessi della stessa UCI e di importanti imprese internazionali come Ster-Kinekor.

Elisabetta Brunella

Desidero ricevere gratuitamente i prossimi numeri della pubblicazione "European Cinema Journal"

Vi prego di modificare come indicato qui sotto i miei dati in vostro possesso

Da completare e restituire a MEDIA Salles (Via Soperga, 2 - 20127 Milano - tel.: 02.66984405 - fax: 02.6691574)

Nome Cognome
Società Funzione
Indirizzo CAP Città
Tel. Fax
E-mail
Autorizzo MEDIA Salles ad utilizzare questi dati per inviarmi documentazione inerente alla sua attività.
Firma Data

Annuario Statistico del Cinema Europeo "European Cinema Yearbook":

l'ultima edizione presentata al Festival di Berlino

Il 14 febbraio MEDIA Salles ha presentato al Festival di Berlino l'edizione finale 1998 dell'Annuario Statistico del Cinema Europeo "European Cinema Yearbook", alla presenza, fra gli altri, della regista Katja von Garnier, membro della giuria, e di Luciana Castellina, Presidente di Agenzia Italia. Mentre Romano Fattorossi, Presidente di MEDIA Salles, ha sottolineato l'importanza che la ricerca ed i servizi informativi rivestono tra le attività di MEDIA Salles, Joachim Ph. Wolff, consulente scientifico per l'Annuario Statistico, ha evidenziato alcuni dei risultati che possono emergere dai dati pubblicati.



Quest'edizione dell'Annuario, che costituisce la panoramica più completa ed aggiornata sull'esercizio cinematografico di cui esamina l'andamento nel periodo dal 1989 al 1997, è composta da due volumi. Il primo fornisce, attraverso numerose tavole comparative, i principali indicatori dell'esercizio cinematografico europeo: dalla ripartizione nei vari paesi degli oltre 780 milioni di biglietti venduti nel 1997 in Europa occidentale, alla spesa procapite dei cittadini europei (dai 5,7 Ecu del cittadino greco, ai quasi 56 Ecu dell'abitante di Reykjavik), alla ripartizione degli schermi di ciascun paese in funzione della dimensione del complesso in cui si trovano (dalla Grecia dove quasi il 90% degli schermi si trova in cinema monosala, al Belgio dove oltre il 40% degli schermi totali si trova in cinema multiplex). Questo volume è completato da un'analisi dettagliata dei 341 multiplex operanti in Europa a giugno '98, che rileva, paese per paese, il numero di siti, degli schermi, dei posti e le società di esercizio.

Il secondo volume, denominato "Source document", raccoglie, in oltre 400 pagine, i profili dettagliati dei paesi presi in esame fornendo, per ciascuno di essi, oltre

quaranta diversi tipi di informazioni.

Tra le novità di quest'edizione compaiono i dati sull'Estonia e nuove tavole comparative quali: "Numero di cinema" (l'indicazione del numero di complessi cinematografici completa l'indicatore "Numero di schermi" già fornito nell'Annuario); "Densità di schermi nei multiplex" (la percentuale sul totale degli schermi situati in complessi multiplex nel periodo 1991-1997 in ciascun paese); "Concentrazione nell'esercizio" e "Concentrazione nella distribuzione" (le tre principali società, rispettivamente di esercizio e di distribuzione, e la relativa quota di mercato); "Prezzo medio del biglietto a valori reali (1989=100)" (evidenzia le variazioni reali del prezzo del biglietto dal 1989).

Internationale Filmfestspiele Berlin, Palace Hotel, 14 febbraio 1999. Presentazione dell'Annuario "European Cinema Yearbook", edizione 1998.

Katja von Garnier, membro della Giuria del 49° Festival di Berlino.

I due volumi che compongono l'Annuario sono disponibili su Internet al sito di MEDIA Salles. (<http://www.mediasalles.it>).



Internationale Filmfestspiele Berlin, Palace Hotel, 14 febbraio 1999. Presentazione dell'Annuario "European Cinema Yearbook", edizione 1998.

Da sinistra a destra: Mike Vickers, Vice-Presidente di MEDIA Salles, Luciana Castellina, Presidente dell'Agenzia Italia, Romano Fattorossi, Presidente di MEDIA Salles, Elisabetta Brunella, Segretario Generale di MEDIA Salles, Joachim Ph. Wolff, consulente scientifico per lo European Cinema Yearbook.

EURO KIDS NETWORK 1999

La Commissione Europea ha stanziato, per il 1999, 600.000 Euro per Euro Kids Network.

Questo circuito, coordinato da MEDIA Salles, dal 1996 sostiene e collega sale che si impegnano nella programmazione di film per ragazzi e per le istituzioni scolastiche, dando particolare risalto alle produzioni di origine europea.

Il circuito comprende oggi 337 schermi, in 16 paesi europei. Le sale aderenti, sulla base dei dati di programmazione di film europei per il giovane pubblico, possono ricevere un contributo finanziario fino a 12.000 Euro l'anno.

Ad esse MEDIA Salles offre servizi formativi ed informativi, come, per esempio, la riunione annuale dei membri di Euro Kids Network che dà agli esercenti la possibilità di scambiare esperienze e opinioni e di acquisire nuove informazioni sulle produzioni per ragazzi.

Nel 1999 la riunione di Euro Kids Network si terrà il 16 e 17 ottobre in Italia, a Como - Villa Olmo, rinnovando la collaborazione con Kid Screen, il convegno internazionale sul cinema per ragazzi e l'educazione ai media.



BANDO PER EURO KIDS NETWORK 2000

La scadenza per la presentazione delle candidature a Euro Kids Network 2000 è fissata al 31 luglio 1999.

Le Condizioni di Partecipazione ed il Formulario di adesione possono essere richiesti direttamente agli uffici di MEDIA Salles oppure ai MEDIA Desks e Antennae. Possono anche essere scaricati da Internet, al sito di MEDIA Salles. (<http://www.mediasalles.it>).

Ulteriori informazioni sono disponibili presso gli uffici di MEDIA Salles.
E-mail: eurokids@mediasalles.it.