

CINEKID 2001

CINEKID, il festival annuale di cinema, televisione e nuovi media per ragazzi tra i 4 e i 16 anni, giunge nel 2001 alla 15ª edizione che si terrà tra il 21 e il 28 ottobre nel cuore di Amsterdam. Al Balie e al Pathé City saranno presentati i film di recente produzione provenienti da tutto il mondo, rivolti ai giovani spettatori. Il tema di quest'anno è "L'animazione": una particolare attenzione sarà dedicata ai cartoni animati olandesi. I ragazzi potranno anche connettersi ai siti Internet più nuovi e provare le novità in fatto di giochi al computer in uno spazio attrezzato con postazioni interattive.

Stichting CINEKID
Korte Leidsdwarstraat 12 - 1017 RC Amsterdam
Tel. +31 20 5317890 - Fax +31 20 5317899 E-mail: info@cinекid.nl - Website: www.cinекid.nl

Abbonamento alla Newsletter

Se ha conosciuto la nostra Newsletter European Cinema Journal durante un evento cinematografico e desidera essere incluso nella nostra mailing list, può mandare un messaggio a: journal@mediasalles.it, o via fax al n.: 02 6691574. Se ha ricevuto la Newsletter per posta, significa che il suo nome è nella nostra mailing list: tutti i numeri dell'anno 2001 le saranno inviati gratuitamente. Se desidera scaricare la Newsletter dal nostro sito e non ricevere più la versione cartacea, può comunicarlo all'indirizzo journal@mediasalles.it.

Mailing List

Qualora avesse notato che i dati da noi utilizzati per spedirle materiali informativi non sono corretti o aggiornati, potrà comunicarcelo via fax (02 6691574) o via e-mail (journal@mediasalles.it) utilizzando il modulo pubblicato sul sito (<http://www.mediasalles.it>).

siano tra i 300 000 e i 500 000 i film commercializzati attraverso Internet giornalmente. Sebbene l'uso del cinema digitale sia attualmente in corso di sperimentazione, nell'intento di ridurre il tempo necessario per la distribuzione in sala su scala mondiale, i risultati sono ancora da vedere.

Froso Adamides
K. Cineplex

Questa edizione di Focus on Europe a Cinema Expo International è stata particolarmente ricca, grazie anche alla partnership di European Film Promotion, di European Film Academy - European Film Awards, alla sponsorizzazione di Heineken e alla collaborazione di Hollywood Reporter.

Questa Newsletter riporta un breve commento di Paul Johnson, European Sales Director di Hollywood Reporter e Producer di Cliveden 2001 (European CEO Summit), sulla collaborazione tra MEDIA Salles e Hollywood Reporter e le prospettive per il futuro.

MEDIA Salles e Hollywood Reporter hanno collaborato a Cinema Expo lo scorso giugno organizzando la proiezione del film, profondamente toccante, *La Stanza del Figlio*, di Nanni Moretti. Siamo stati molto fortunati che un valido sponsor come Heineken abbia preso parte a questo evento. Questa manifestazione rappresenta, per ogni produttore, non solo per gli studios americani, un'occasione importante alla quale partecipare in Europa. Gli Americani usano questo tipo di eventi con molta attenzione, presentando tutte le loro ultime produzioni e novità (più qualche anticipazione delle produzioni future) alimentando così la curiosità di tutti gli esercenti europei. Questo è un evento però al quale la maggior parte dei distributori e dei produttori europei non partecipa. Ma se la frequenza nelle sale d'Europa deve aumentare considerevolmente nel corso del prossimo decennio, tutti noi dobbiamo investire tempo, denaro e energie per far sì che ciò si possa verificare. Questo significa coinvolgere le società che distribuiscono e che vendono i film nella promozione.

In passato, il problema era che gli studios americani producevano e distribuivano i loro film in tutta Europa. Gli europei e i produttori indipendenti, al contrario, vendevano di norma a differenti distributori a seconda dei paesi. Gli agenti di vendita, al fine di massimizzare gli incassi in tutti questi paesi, hanno bisogno di lavorare con le divisioni marketing di tutti i distributori per portare i film

all'attenzione dei proprietari e degli esercenti cinematografici, coloro cioè che in larga misura hanno il potere di controllare il destino e gli incassi potenziali delle produzioni cinematografiche. Tutti quindi dovrebbero inserire Cinema Expo del prossimo giugno nelle loro agende. Io so che Hollywood Reporter, MEDIA Salles e Heineken sceglieranno un film speciale per il prossimo anno. Speriamo di poter contare su uno dei vostri "gioielli".

Paul C. Johnson

IL CORSO DI FORMAZIONE DI MEDIA SALLES PER ESERCENTI CINEMATOGRAFICI EUROPEI

Nell'ambito dell'industria cinematografica europea, il settore dell'esercizio ha registrato nell'arco degli ultimi anni notevoli cambiamenti. Consapevole dei requisiti necessari per rispondere a tali cambiamenti, MEDIA Salles, in collaborazione con European Film College e Danske Biografer, ha ideato un corso destinato a tutti gli esercenti cinematografici europei. La prima edizione del corso, dal titolo "European Cinema Exhibition: a new approach", si svolgerà dal 5 al 9 giugno 2002 a Ebeltoft (Danimarca) presso lo European Film College.

L'obiettivo del progetto è fornire ai partecipanti una consapevolezza ad ampio raggio dei principali fenomeni che caratterizzano il moderno mondo dell'esercizio, dedicando un'attenzione privilegiata all'azione di promozione al cinema europeo in un'ottica di diversificazione dell'offerta cinematografica verso un pubblico con esigenze e richieste sempre più segmentate. Il corso aspira a dare l'opportunità agli esercenti cinematografici d'Europa di essere istruiti, aggiornati e orientati verso una professione sempre più integrata alle altre nell'ambito dell'industria cinematografica, nonché di rafforzare le proprie competenze in materia di marketing specificamente applicato a questo settore. Il raggiungimento di un pubblico sempre più esigente sarà posto come obiettivo attraverso l'analisi di iniziative già sperimentate. Il progetto si pone come l'inizio di una nuova esperienza didattica specifica per gli esercenti d'Europa, da sviluppare nel corso degli anni, anche attraverso la creazione di una rete che mantenga i collegamenti sia all'interno della comunità degli esercenti europei sia tra di essa e il mondo esterno.

IL NUOVO COMITATO ESECUTIVO DI MEDIA SALLES

MEDIA Salles ha eletto il nuovo Comitato Esecutivo che rimarrà in carica per i prossimi tre anni. Tra i sei membri che compongono l'organo direttivo, è stato nominato alla Presidenza Jens Rykaer, già Tesoriere dell'Associazione, direttore della Scuola Internazionale di Cinema "European Film College", con sede in Danimarca. Sono stati nominati Vicepresidenti l'olandese J. Ph. Wolff, che riveste anche la carica di consulente scientifico per l'Annuario di MEDIA Salles "European Cinema Yearbook", e Walter Vacchino, Vicepresidente dell'ANEC. J. Ph. Wolff curerà i rapporti con il Programma MEDIA della Commissione Europea, Walter Vacchino quelli con il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali in Italia. Come Tesoriere è stato scelto Mike Vickers, membro dell'associazione degli esercenti inglesi "Cinema Exhibitors' Association". Completano il Comitato Esecutivo Mette Schramm, Presidente di "DB", l'associazione danese del cinema, e Romano Fattorossi, membro della CICAE, la Confederazione Internazionale dei Cinema d'Essai, già Presidente di MEDIA Salles.



Joachim Ph. Wolff



Walter Vacchino

IL COMITATO ESECUTIVO DI MEDIA SALLES



Mike Vickers



Mette Schramm



Romano Fattorossi



un'iniziativa del Programma MEDIA 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>



European Cinema JOURNAL

MEDIA SALLES

Edizione per l'Italia n. 3 - anno III - settembre 2001

Il 17 maggio 2001, a Cannes, Jens Rykaer è stato eletto Presidente di MEDIA Salles. Rykaer, che ha fatto parte del Comitato Esecutivo di MEDIA Salles dal 1991, ricoprendo la carica di Tesoriere, traccia in questa intervista il bilancio di un decennio di attività dell'Associazione e parla delle prospettive per il futuro.

10 ANNI DI MEDIA SALLES

Il 16 ottobre MEDIA Salles celebrerà il suo decimo anniversario. Qual è il suo bilancio del periodo trascorso?

L'aspetto forse più importante della costituzione di MEDIA Salles nell'ambito del primo Programma MEDIA (col sostegno finanziario del Governo Italiano) è che l'esercizio cinematografico per la prima volta è stato considerato come una parte importante della filiera cinematografica, a livello pan-europeo. L'accento era stato sempre posto sulla produzione e, per così dire, sulla creazione "artistica" del film. Distribuzione e esercizio, che sono le basi necessarie a che i film incontrino veramente il loro pubblico - erano considerati semplicemente come una necessità. Tutto il prestigio è stato tradizionalmente attribuito solo agli aspetti creativi della produzione cinematografica, cosa che per me rappresenta una visione della realtà veramente limitata. Se non si ha una rete di distribuzione e di esercizio forte, il ciclo di vita del film sarà irrimediabilmente breve. Se paragonata agli Stati Uniti, l'Europa mostra di soffrire di un'industria particolarmente frammentata. Per questo, da quando è stata pensata e ha definito i suoi obiettivi rivolti alla promozione dei film europei nei cinema commerciali, MEDIA Salles è diventata, per le organizzazioni europee dell'esercizio, il luogo naturale di incontro ed il centro delle attività.

Che tipo di attività?

Prima di tutto, MEDIA Salles ha ritenuto importante rilevare in dettaglio la situazione dell'esercizio cinematografico europeo. Questo non era mai stato fatto prima. Se si vuole curare il paziente, bisogna fare una diagnosi. È stato allora pubblicato il "Libro Bianco" che ha analizzato il processo di affermazione dei multiplex, la circolazione dei film europei nei cinema europei e il fenomeno dell'integrazione verticale. Le "leggende" sono state così sfatate, per essere sostituite da una profonda conoscenza del mercato. Da allora, MEDIA Salles pubblica un Annuario unico nel suo genere che delinea tutti gli aspetti dell'industria dell'esercizio cinematografico - una raccolta di dati statistici ricavati dalle fonti più attendibili in tutta l'Europa. Su questa base, MEDIA Salles poi ha costruito una banca dati che offre informazioni sui film europei e sui loro distri-

butori, ha organizzato settimane dedicate alla promozione di film europei in centinaia di cinema ed ha costituito una rete di cinema specializzati nella proiezione di film europei per ragazzi e giovani spettatori - "Euro Kids Network". E anche se purtroppo questa attività non potrà essere continuata, viste le nuove condizioni previste da MEDIA Plus per le sale riunite in circuito, la nostra azione rivolta al cinema per ragazzi ha trovato un nuovo sbocco nella realizzazione di un evento Focus on Europe al prossimo Castellina, il Festival Internazionale del Cinema Giovane.

Oltre a questo, quali sono i progetti per il futuro?

Il futuro di MEDIA Salles sta nella promozione e nella formazione. C'è ancora una grande necessità di promuovere i film europei ovunque i distributori e gli esercenti cinematografici si incontrano. In eventi come Cinema Expo in Europa, in tutti i maggiori festival e, ancora più importante, nei mercati pan-europei. Queste sono le occasioni in cui i compratori si incontrano e conoscono il prodotto e dove importatori interessati ai film stranieri possono contare su buoni consigli e aiuto pratico. La competenza di MEDIA Salles in questi contesti può essere veramente utile. Abbiamo ormai maturato una tradizione di collaborazione con Cinema Expo e ShowEast, negli Stati Uniti, dove MEDIA Salles organizza un evento Focus on Europe che comprende le proiezioni dei film europei di prossima uscita. Personalmente, spero che questo genere di attività possa essere incrementata. Nessun altro infatti lo fa. Anche la formazione per gli esercenti cinematografici è un settore in cui bisogna intervenire. Il prossimo anno organizzeremo un seminario internazionale per coloro che si occupano di marketing e promuovono campagne rivolte ad incrementare il consumo di cinema in Europa. Il corso si svolgerà presso lo European Film College in Danimarca e sarà organizzato in collaborazione con l'associazione degli esercenti danesi e, speriamo, con il Danish Film Institute. Il corso sarà finanziato da MEDIA Plus. Un progetto pilota è già stato previsto quest'anno al fine di acquisire esperienza per l'anno prossimo.

Lei è stato recentemente eletto Presidente di MEDIA Salles - quali sono i suoi obiettivi?



Jens Rykaer, Presidente di MEDIA Salles

primo piano nell'industria cinematografica debba conoscere ciò che succede dietro le scene. O, in altre parole, è di fondamentale importanza che le persone coinvolte nella produzione di un film non cessino di occuparsene una volta che questo è stato realizzato. Il film "non esiste" finché non incontra il suo pubblico - preferibilmente al cinema. Per questo motivo la distribuzione e la proiezione in sala sono elementi integrati in un lungo processo e dovrebbero essere considerati come tali. Alla scuola che dirigo, EFC - European Film College, abbracciamo questa filosofia di integrazione verticale. Il mio obiettivo e la mia speranza è che MEDIA Salles possa contribuire a diffondere sempre più questo principio e, attraverso azioni veramente concrete, provare la sua capacità come ambasciatrice dei film europei nel mondo.



16 ottobre 2001
10° Anniversario di MEDIA Salles
per i cinema e la promozione dei film europei

FOCUS ON EUROPE A CEI 2001

Anche quest'anno MEDIA Salles ha organizzato un evento Focus on Europe a Cinema Expo International per la promozione dei film europei a livello pan-europeo. Questa è la quinta volta che l'Associazione prende parte al più grande incontro internazionale che si svolge in Europa per gli esercenti cinematografici. Tra i momenti salienti dell'evento Focus on Europe di quest'anno figurano la proiezione del film *La stanza del figlio*, vincitore della Palma d'Oro all'ultimo Festival di Cannes, preceduto dai trailers di film che hanno avuto successo nei loro paesi di origine e che hanno buone possibilità di circolazione nei mercati internazionali. Come nelle passate edizioni, Focus on Europe si è aperto con una tavola rotonda, che quest'anno ha avuto come tema "Difficult times in the USA: will it affect European growth? A Focus on Central Europe and the Mediterranean". In questo numero della Newsletter ospitiamo un estratto degli interventi di due dei relatori.

(segue a pag. 2)

GLI APPUNTAMENTI DI MEDIA SALLES

Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica

Venezia, 29 agosto - 8 settembre 2001
 MEDIA Salles è presente presso lo stand del Programma MEDIA, con una postazione per la navigazione via Internet nella banca dati "European Cinema On-line Database" e con l'Annuario Statistico del Cinema Europeo "European Cinema Yearbook", la più completa e aggiornata analisi sull'industria cinematografica europea.

Venezia, 6 settembre 2001
Palazzo del Casinò, terrazza dell'Industry Office

Presentazione del numero 3 della Newsletter "European Cinema Journal" con la partecipazione di Viviane Reding, Commissario Europeo per l'Educazione e la Cultura.

Eurovisioni
Roma, 21 - 23 ottobre 2001

Esce l'Advance Edition 2001 dell'Annuario Statistico del Cinema Europeo "European Cinema Yearbook", la pubblicazione di MEDIA Salles che, presentando i dati di 32 paesi europei e dei principali mercati mondiali, offre la panoramica più completa ed aggiornata sul consumo di cinema in sala.

Focus on Europe a ShowEast
Orlando, 31 ottobre - 3 novembre 2001

Dopo Cinema Expo International a Amsterdam, ecco un nuovo appuntamento con Focus on Europe, l'iniziativa di MEDIA Salles che promuove il cinema europeo a livello internazionale nei più importanti incontri degli esercenti.

Focus on Europe a Castellinaria
14ª Edizione del Festival Internazionale del Cinema Giovane
Bellinzona, 16 - 18 novembre 2001

Si sviluppa quest'anno la collaborazione, iniziata nel 2000, tra MEDIA Salles ed il Festival Internazionale del Cinema Giovane "Castellinaria" di Bellinzona, che ospita un evento Focus on Europe dedicato agli esercenti che si rivolgono al pubblico in erba.

I MULTIPLEX E LE ILLUSIONI COMPETITIVE

Dati statistici degni di nota sui multiplex nei paesi dell'Europa Occidentale negli ultimi tre anni

Le difficoltà incontrate da molte catene cinematografiche statunitensi sono assai note. Molti esercenti europei si sono posti la domanda che dà il titolo a questo seminario.

Un imprenditore, e quindi anche un gestore di multiplex, è generalmente un ottimista. Altrimenti non avrebbe scelto questo mestiere assai rischioso.

Di conseguenza, all'inizio, gli esercenti che operano al di fuori degli Stati Uniti possono aver pensato che quelle difficoltà si sarebbero risolte presto o che comunque non avrebbero colpito l'Europa.

Questa può essere anche stata la ragione per non reagire immediatamente, cioè per non modificare i programmi di investimento.

Un aspetto rilevante in questo contesto è la posizione relativamente difficile degli esercenti di multiplex.

La delicata posizione degli esercenti di multiplex paragonata a quella di molti altri settori del commercio al dettaglio

Un argomento ben noto di qualsiasi testo di economia anche "per principianti" è il ciclo del maiale.

(Questo argomento è particolarmente interessante per me che sono olandese, dal momento che, fino alla recente epidemia, nei Paesi Bassi c'erano più o meno tanti maiali quanti abitanti).

Gli allevatori di maiali operano in un mercato atomistico: questo significa che il singolo allevatore non può influenzare il prezzo. Se, a causa di un fattore esterno, il prezzo dei maiali aumentasse in modo sensibile, gli allevatori, visto il nuovo prezzo, alleverebbero più maiali. Peraltro siccome il nuovo atteggiamento sarebbe adottato da tutti gli allevatori presenti sul mercato, il prezzo si ridurrebbe in maniera sensibile, in conseguenza dell'aumento dell'offerta di maiali.

In risposta al basso prezzo dei maiali che ne risulterebbe, gli allevatori reagirebbero allevando un numero inferiore di maiali, e così via.

Questo è un esempio tipico molto noto in microeconomia di un processo dinamico. A meno che gli allevatori di maiali non imparino dalla spiacevole esperienza (o che intervengano misure governative), il

mercato non raggiungerà un nuovo equilibrio. A causa dell'illusione competitiva da loro sperimentata, gli allevatori di maiali sono visti con compassione.

Comunque, paragonati agli allevatori di maiali, gli esercenti di multiplex meritano a questo riguardo più comprensione. Il periodo di "gestazione" di un multiplex, vale a dire il tempo necessario per la preparazione, la concessione dei vari permessi, e quindi la costruzione, è di diversi anni. Una volta che la costruzione è avviata, si è già raggiunto il punto di non-ritorno.

Ancora peggio è che, se gli esercenti di multiplex scoprono che sono vittime di un'illusione competitiva proprio come gli allevatori di maiali, la via del ritorno è ancora più dura, perché è difficile trovare una destinazione alternativa per un multiplex.

Recenti sviluppi nel settore dei multiplex

Dico questo perché questo seminario tratta delle eventuali conseguenze che la crisi,

Tabella 1 - Numero di multiplex (cinema con ≥ 8 schermi)

Paese	1992	1998	1999	2000
A	-	9	15	22
B	9	16	16	16
CH	-	2	3	5
D	14	70	87	114
DK	1	2	2	4
E	-	61	104	121
F	31	73	93	106
FIN	-	1	3	3
I	1	8	12	21
IRL	3	7	9	9
N	3	4	4	4
NL	-	4	4	7
S	12	16	15	15
UK	44	113	136	153

Fonti: European Cinema Yearbook, Source Document 2000, MEDIA Salles. Per il 2000, European Cinema Journal - maggio 2001, con dati aggiuntivi forniti da MEDIA Salles.

che colpisce il mercato degli USA, potrebbe avere per l'industria cinematografica in Europa, e a me è stato chiesto di presentare alcune cifre che illustrino la situazione dei multiplex.

Posso assicurarvi che durante le Assemblee generali dell'UNIC¹ un argomento di discussione ricorrente è la preoccupazione per l'eccesso di schermi e degli investimenti fatti in alcuni dei paesi membri dell'Associazione. Lo sviluppo dei multiplex nei paesi dell'Europa Occidentale, negli ultimi anni, è riassunto nella tabella 1.

I paesi dove per primi sono stati costruiti i multiplex in Europa sono la Gran Bretagna, seguita dal Belgio e successivamente dalla Francia e dalla Germania. La costruzione di multiplex in Belgio è ora stagnante, mentre sembra continuare senza sosta in Francia, in Gran Bretagna, e specialmente in Germania. Con riferimento alla Germania, questo potrebbe suscitare qualche stupore, perché, come è stato spiegato da K.-P. Grummitt nel suo intervento in occasione del seminario dello scorso anno, lo scenario si presentava poco favorevole già allora. Le mie osservazioni circa il periodo di "gestazione" sono particolarmente appropriate qui: l'aumento del numero dei multiplex è il risultato degli investimenti che erano già stati pianificati: e "fermare lo sviluppo di multiplex è un po' come arrestare un carroarmato"². Dovremmo aspettare quindi, quale sarà la situazione alla fine del 2001 e quello che i prossimi anni porteranno. Un interessante sviluppo di questo contesto è quello della Spagna. L'affermazione dei multiplex è iniziata relativamente tardi, ma è continuata con straordinaria velocità. Nel 2000, in Spagna c'erano ormai più multiplex che in Francia e Germania. Degno di nota anche il fatto che tra il 1992 ed il 1999 pure il numero degli schermi nei cinema con 2-7 schermi è aumentato di 734 unità. In Italia lo sviluppo è iniziato piuttosto tardi. Non solo ci sono ancora relativamente pochi multiplex, ma già nel 1999 c'erano 1.977 schermi nei cinema monoschermo, cioè il 68% del totale. (Questa percentuale è una sorta di indicatore della fase di sviluppo dell'esercizio cinematografico in un dato paese).

Il futuro per la costruzione di nuovi multiplex in Italia sembra essere abbastanza luminoso. D'altro canto si può notare che nel 1999 il numero medio di posti per schermo era 243, cioè il secondo più alto dell'Europa Occidentale, mentre il numero medio dei biglietti venduti era 42.920, cioè il più basso (calcoli basati sui dati dell'European Cinema Yearbook 2000).

Un altro modo per indicare gli incrementi dei multiplex nei rispettivi paesi è il loro grado di penetrazione, cioè il numero di schermi nei multiplex come percentuale del totale degli schermi³. Questo è illustrato nella tabella 2.

Tabella 2 - Numero degli schermi nei multiplex (≥ 8 schermi) come percentuale del totale degli schermi 1992-2000

Paese	1992 %	1998 %	1999 %	2000 %
A	-	28,28	28,83	33,02
B	24,59	42,66	43,50	43,76
CH	-	3,47	5,94	8,82
D	4,57	16,35	18,95	23,40
DK	5,40	7,85	7,85	12,78
E	-	21,42	31,84	35,10
F	6,49	23,47	21,57	24,12
FIN	-	3,02	9,39	9,91
I	0,46	3,13	4,40	7,35
IRL	16,93	27,97	33,11	31,49
N	7,11	9,41	9,30	10,79
NL	-	6,40	6,37	12,46
S	9,89	13,37	12,91	12,82
UK	25,13	46,27	51,03	56,19

Fonti: European Cinema Yearbook 2000, MEDIA Salles. Per il 2000: European Cinema Journal, MEDIA Salles maggio 2001 e dati aggiuntivi forniti da MEDIA Salles.

Tabella 3 - Concentrazione delle presenze nei multiplex (cinema con ≥ 8 schermi)

Paese	1998 %	1999 %	2000 %
A	-	-	48,47
B	68,21	73,30	-
D ¹	30,29	34,42	40,39
DK	16,78	16,71	25,25
E	29,82	37,68	38,32
F	30,75	36,18	41,57
FIN	-	30,10	-
I	4,24	7,37	-
N	20,61	21,09	-
NL	8,90	10,04	14,40
S	37,90	38,60	-

1. Nei cinema con ≥ 7 schermi. Fonti: European Cinema Yearbook 2000, MEDIA Salles. Per il 2000, dati provvisori forniti da MEDIA Salles.

La tabella 2 è particolarmente interessante se paragonata alla tabella 3, che illustra la concentrazione delle presenze nei multiplex.

Dr. Joachim P. Wolff
Economista

Note:

1. Union Internationale des Cinémas, l'Associazione delle federazioni europee degli esercenti nazionali (della quale sono stato il Presidente fino al febbraio scorso).
2. "Circuit Breakers. Multiplexes head for Euro exist", di Adam Dawtrey, nel numero di Variety (25 giugno 8 luglio 2000, pag. 52) dedicato a Cinema Expo.
3. Questo è solo un indicatore globale, perché il grado di penetrazione definito in questo modo è anche dipendente dal cambio del numero degli schermi situati non nei multiplex.
4. Si veda, per esempio, l'opuscolo "Cinema Expo International 10th Anniversary June 25 - 28, 2001 Amsterdam RA".

Questo articolo è stato pubblicato anche sul numero 4/2001 della rivista Multisala International.

MULTIPLEX IN EUROPA: SULLA SCIA DELLA CRISI AMERICANA? IL CASO DI CIPRO

Cipro è una piccola isola del Mediterraneo, che conta non più di 800.000 abitanti. Gli schermi attualmente operanti sono 28, ma prima della fine dell'anno è prevista l'apertura di

altri 15, compresi 3 complessi multischermo. Tuttavia, la situazione a Cipro non è sempre stata così positiva. L'introduzione del VHS tra il 1979 ed il 1980 ha portato l'industria dell'esercizio cinematografico all'orlo del disastro, causando la chiusura di circa 120 cinema nell'arco di pochi mesi. Entro il 1986, i video club illegali erano diventati 700. Solo nel 1990, grazie anche all'aiuto di organismi internazionali, l'industria cinematografica a Cipro è stata in grado di riprendersi - sebbene siano ancora tante le sfide da affrontare.

Perdura il problema della stagionalità del consumo di cinema, consumo che cala nei mesi estivi. In passato l'affluenza nelle sale quasi cessava e i distributori evitavano di far uscire in questo periodo nuovi film. Questa situazione ha iniziato a cambiare nel 1999, quando è stato aperto il K. Cineplex. I risultati sono stati buoni, con alcuni titoli che sono rimasti in programmazione per ben 17 settimane durante la stagione estiva. Tuttavia, cambiare le abitudini di consumo del Paese è un processo che mostra di richiedere parecchio tempo.

Un problema molto grave è quello della pirateria, con le statistiche che mostrano che il tasso di pirateria a Cipro è circa dell'800% e pure in aumento a ritmi considerevoli. Il ritardo dell'uscita dei film nelle sale cipriote - con alcuni titoli che sono distribuiti quattro o cinque mesi dopo il lancio negli Stati Uniti, implica che certe produzioni siano disponibili in DVD e VHS prima che sul grande schermo, consentendo così la distribuzione su larga scala di copie pirata. Un nuovo studio, apparso su Los Angeles Daily News del 21 giugno 2001, lancia allarmanti statistiche sulla pirateria, stimando che

(segue a pag. 4)

L'esercizio cinematografico a Cipro, 1995 - 2000

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Presenze	777 626	879 232	930 699	1 013 102	842 055	1 012 223
Frequenza pro capite	1,2	1,2	1,3	1,4	1,1	1,3
Numero di cinema con 1 schermo	12	12	11	9	6	4
Numero di cinema con 2 schermi	5	6	6	7	8	8
Numero di cinema con 3-5 schermi	-	-	-	1	2	2
Numero di cinema con 6 o più schermi	-	-	-	-	-	-
Totale degli schermi	22	24	23	26	30	28

Fonte: European Cinema Yearbook - edizione 2000 (MEDIA Salles).