

EUROPA PIÙ GRANDE: UN'OPPORTUNITÀ PER IL CINEMA

Intervista a Viviane Reding

1° maggio 2004: l'Europa diventa più grande. Ma come cambierà il mercato cinematografico nell'UE dei 25? L'abbiamo chiesto a Viviane Reding, Membro della Commissione Europea, Responsabile dell'Educazione e della Cultura, a Cannes per la Giornata del Cinema Europeo, di cui è stata promotrice.

Signora Reding, come cambierà lo scenario audiovisivo europeo con l'entrata dei nuovi stati membri?

Il 1° maggio sono entrati a far parte dell'Unione Europea paesi con un grande passato in campo cinematografico. Ora dobbiamo guidare questi paesi verso un futuro radioso. Purtroppo, i loro film devono ancora lottare per avere accesso al mercato dell'UE. Negli ultimi sei anni, i film prodotti in questi paesi hanno rappresentato meno dello 0,005% del totale delle presenze nei 15 paesi che allora componevano l'Unione. Ed è un vero peccato, se si pensa che da quei paesi, che vantano una lunga tradizione nella produzione cinematografica, provengono eccellenti pellicole. Già da tempo, inoltre, i 10 paesi appena entrati nell'UE partecipano al Programma MEDIA. Alcuni di loro sono tra le principali località dove effettuare riprese cinematografiche. Sono convinta che essi sapranno conquistarsi un ruolo di rilievo nel dare forma a un'industria cinematografica pan-Europea.

Quali sono attualmente i maggiori limiti alla realizzazione di coproduzioni europee e quali le possibili soluzioni?

Ho sempre creduto che le coproduzioni siano uno degli elementi decisivi per il futuro del cinema europeo. Ricordo negli anni Sessanta e Settanta, quando tutte le grandi pellicole francesi e italiane di allora erano - quasi in automatico - coproduzioni tra due paesi. Alcuni fra i più recenti successi, come *Amélie Poulain* e *No Man's Land*, sono coproduzioni. Gli ostacoli sono molti: costumi nazionali, lingua, mer-

cato che resta frammentato e, in generale, la mancanza di cooperazione tra le industrie nazionali. Dovremo lavorare intensamente in questo campo nel quadro del prossimo Programma MEDIA, che inizierà nel 2007.

Signora Reding, si deve a lei la proposta per la comunicazione adottata dalla Commissione Europea lo scorso marzo, che estende il sistema di sostegno pubblico per l'audiovisivo al 30 giugno 2007. I prossimi tre anni saranno utili alla Commissione anche per valutare se il sistema attuale risponda adeguatamente alle sfide che il mercato audiovisivo europeo dovrà affrontare...

Mentre ha esteso la validità delle regole attuali, la Commissione ha deciso di lanciare uno studio per valutare l'impatto economico e culturale di questo sistema. In generale, gli attuali schemi in vigore nei vari paesi europei formano una sorta di "caleidoscopio", con alcune nazioni che applicano il principio della cosiddetta "territorialisation", altre che usano sistemi fiscali per incentivare le riprese cinematografiche nel proprio territorio... A medio termine abbiamo bisogno di avere una visione più chiara di quanto sta accadendo e di quali possano essere le conseguenze per l'industria cinematografica europea. Ad esempio: questa situazione impedisce che l'industria cinematografica tragga vantaggio dal mercato interno, accelerando la circolazione dei film europei non nazionali nell'Unione Europea? Rallenterà la ripresa dell'industria nei nuovi stati membri?

Già lo scorso anno, per sua iniziativa, si è celebrata a Cannes una Giornata del Cinema Europeo. Qual è il significato di questo evento?

L'incontro dell'anno scorso è stato un grande evento, anche se nessuno all'inizio aveva creduto nel suo successo. Per la prima volta Ministri di quasi tutti gli stati membri si sono riuniti a Cannes per confrontarsi sul tema della diversità culturale e sui passi da compiere per migliorare le nostre industrie cinematografiche. Questo incontro ha avuto un forte impatto sulla stesura della Costituzione Europea. Per l'incontro di quest'anno ho convocato a Cannes i Ministri della Cultura, scegliendo di trattare il tema delle scuole di cinema, con lo scopo di aiutare i giovani a diventare cineasti in Europa. Il risultato di questa iniziativa, alla quale Milos Forman è stato invitato come ospite d'onore, ci aiuterà durante i preparativi del futuro programma dell'UE dedicato al settore dell'audiovisivo.

Qual è, secondo lei, il ruolo degli esercenti nel rafforzamento del mercato cinematografico europeo?

Gli esercenti cinematografici sono a mio parere dei pionieri che scoprono nuovi talenti e li fanno conoscere al maggior numero possibile di spettatori. La conoscenza del cinema deve iniziare presto: per questo motivo tengo particolarmente a un'educazione degli spettatori in cui gli esercenti rivestano un ruolo di primo piano. Senza di loro, il pubblico non potrebbe né scoprire nuovi talenti ogni anno né applaudire i capolavori delle cinematografie europee.

IL CONSUMO DI CINEMA IN EUROPA NEL 2003

Se per il 2002 era risultato praticamente impossibile individuare una chiave unica per leggere l'andamento del consumo di cinema nelle sale europee, nel 2003 la tendenza dominante si presenta con più chiarezza: quasi ovunque le presenze hanno subito un calo. Mentre nel 2002 sia nei mercati di maggiori dimensioni sia in quelli più piccoli comparivano territori in crescita e altri in ripiegamento, l'anno successivo vede confermate le previsioni di chi aveva interpretato il decremento di spettatori in Spagna o in Germania come qualcosa di più di un colpo di singhiozzo destinato a rimanere isolato. Nel 2003, le presenze complessive nei 18 paesi dell'Europa Occidentale analizzati da MEDIA Salles hanno infatti sofferto di un calo del 4,8%. Certo non è una situazione allarmante - commentano gli addetti del settore - visto che il 2003 chiude comunque con oltre 920 milioni di spettatori, quando dieci anni prima i biglietti venduti erano circa 690 milioni. A preoccupare semmai è il timore che i forti investimenti fatti in questo decennio per ammodernare il settore e costruire nuovi schermi - cresciuti, seppur di poco (+0,3%), anche nel 2003 - stiano ormai per esaurire il loro effetto positivo sulla crescita delle presenze. Negativi sono i risultati dei cinque principali mercati europei. La Germania arretra con un pesante -9,1% (che segue il -7,9% del 2002 sul 2001) e si attesta sui 149 milioni di spettatori - il livello del '98 e del '99 - "bruciando" nel giro di due anni quasi 30 milioni di biglietti. Battuta d'arresto invece per il numero degli schermi, che resta invariato rispetto al 2002. Calano anche la Francia (-5,6%), che perde oltre 10 milioni di spettatori rispetto al 2002, e il Regno Unito, che vede i suoi spettatori diminuire del 4,9%. Resta, peraltro, quello del 2003, il secondo miglior risultato (oltre 167 milioni di spettatori) dell'ultimo decennio. Più contenute le flessioni del mercato spagnolo (-2,3% rispetto al 2002), che nel giro di due anni ha perso circa 10 milioni di spettatori, e del mercato italiano. Qui i dati riferiti agli schermi operanti per più di 60 giorni l'anno, ancora provvisori, mostrano un calo di circa il 3%. Sia in Spagna sia in Italia rimangono invece significativi gli aumenti del numero degli schermi, rispettivamente del 6,3% e del 4,5%. Tra i mercati di minori dimensioni sono contraddistinti da un calo più

(continua a pagina 2)

MEDIA SALLES E L'ALLARGAMENTO DELL'UE

Con una lettera di Jens Rykaer e con un quadro statistico del mercato cinematografico di Cipro, Estonia, Lettonia, Lituania, Polonia, Repubblica Ceca, Repubblica Slovacca, Slovenia e Ungheria, MEDIA Salles ha salutato l'ingresso dei nuovi paesi entrati in Europa il 1° maggio scorso. Questi testi, presentati in occasione del Festival "Il sipario strappato" organizzato da Eurovisioni a Roma alla fine di aprile, sono consultabili sul sito web di MEDIA Salles (www.mediasalles.it) nella sezione "MEDIA Salles and the enlargement of the European Union".



Da sinistra, Elisabetta Brunella, Segretario Generale di MEDIA Salles, Mike Vickers, Tesoriere di MEDIA Salles, Viviane Reding, Membro della Commissione Europea, Responsabile dell'Educazione e della Cultura, durante la presentazione della Newsletter "European Cinema Journal" alla 58ª Mostra d'Arte Cinematografica di Venezia.

tosto accentuato Grecia (pari a circa -13% secondo le prime stime), Lussemburgo (-11,9%), Svizzera (-9,8%), Austria (-7,8%) e Islanda (circa -7%, anche qui sulla base di dati stimati). Meno severi i decrementi che hanno colpito la Svezia (-0,7%), il Belgio (-6,1%) e la Danimarca (-4,7%), dove gli schermi continuano peraltro a crescere. Alla tendenza negativa non sfugge il Portogallo (-4,7%), dove il calo degli spettatori era già iniziato nel 2002. In controtendenza troviamo solamente la Norvegia, con un lusinghiero +8,4% che consente di superare la soglia dei 13 milioni di spettatori, seguita dalla Finlandia (+3,7%) e dai Paesi Bassi che, con un incremento del 3,1%, confermano l'andamento positivo che, iniziato nel 2000, li ha portati a superare, per numero di spettatori, il vicino, e per molti versi affine, Belgio. Lieve crescita (+0,7%) anche per l'Irlanda, il paese che detiene il primato europeo quanto a frequenza media pro capite, pari a circa 4,5. Connotata da un andamento negativo è anche la situazione delle presenze nell'Europa Centrale, Orientale e del Bacino del Mediterraneo, che chiude con un -2,6%. Ma i 13 territori di cui disponiamo dei dati registrano tendenze assai contrastanti fra loro: gli spettatori di sei paesi, infatti, sono in forte aumento, mentre calano vertiginosamente quelli degli altri sette. Un piccolo davvero eccezionale viene registrato in Bulgaria con oltre 3 milioni di presenze (+50,9%), rispetto ai poco più di 2 milioni del 2002. Anche Cipro vede i propri spettatori aumentare in maniera considerevole: l'incremento fra il 2002 e il 2003 è infatti del 21,5%. Altro risultato molto buono è quello della Repubblica Ceca, che nel 2003 registra il 13,5% di presenze in più rispetto al 2002. Non male anche il consumo di cinema in Slovenia, dove gli spettatori sono cresciuti del 7,1%. Positive, inoltre, Lettonia e Turchia, che rispettivamente registrano un aumento del 5,8% e del 4%. Paesi quali Lituania e Jugoslavia (ora Serbia e Montenegro) risentono invece di cali molto accentuati, pari al 27,1% nel primo caso (dove gli spettatori sono passati da 1,9 a meno di 1,4 milioni) e al 24,5% nel secondo (dove le presenze calano di oltre un milione fra il 2002 e il 2003). In forte diminuzione anche gli spettatori di Estonia (-18,2%), Romania (-14,8%) e Ungheria (-11,4%). Meno spettatori anche in Polonia (-6,7%) e in Repubblica Slovacca (-1,5%). Sinora abbiamo guardato al consumo di cinema analizzando i territori secondo le tradizionali aggregazioni dell'Europa Occidentale/Centrale e Orientale insieme con il Bacino del Mediterraneo. Ma se vogliamo scostarci da questa modalità, che risponde peraltro al criterio di avvicinare mercati con storie e caratteristiche simili e comparabili, e adottare invece il criterio basato sull'allargamento dell'Unione Europea, ora con 25 membri, vedremo che il numero totale degli spettatori, considerando anche le stime di Malta, si attesta nel 2003 su oltre 950 milioni, registrando un calo di circa il 5% rispetto al 2002, ma un lusinghiero incremento di circa il 16% rispetto al 1997.

Elisabetta Brunella
Segretario Generale di MEDIA Salles

Partecipanti ed esperti di 14 paesi al corso "DigiTraining Plus"

Si è svolto dal 31 marzo al 4 aprile il corso "DigiTraining Plus: New Technologies for European Cinemas" promosso da MEDIA Salles, interamente nuovo e dedicato al cinema digitale. Tra gli argomenti del corso, che si è tenuto presso la sede centrale della Barco a Kuumbe, in Belgio, un'analisi delle caratteristiche tecniche della proiezione digitale, una presentazione delle possibilità offerte dal cinema elettronico, una panoramica del mercato del cinema digitale con un confronto tra Europa e America. Molto spazio hanno avuto inoltre gli scambi di esperienze e la possibilità di toccare con mano, presso Barco e Kinopolis, i più avanzati strumenti tecnici per la proiezione digitale. Per una panoramica degli argomenti e delle attività svolte, vi invitiamo a consultare la sezione "Training" sul sito www.mediasalles.it

Schemi e presenze dal 1997 al 2003

paesi	schermi							var %	var %	var %	var %	var %	var %
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	1997 1998	1998 1999	1999 2000	2000 2001	2001 2002	2002 2003
A	424	424	503	523	579	562	553	-	18,6%	4,0%	10,7%	-2,9%	-1
B	475	497	492	491	493	514	525	4,6%	-1,0%	-0,2%	0,4%	4,3%	2
CH	503	518	471	499	508	508	528	3,0%	-9,1%	5,9%	1,8%	-	3
D	4.284	4.435	4.651	4.783	4.792	4.868	4.868	3,5%	4,9%	2,8%	0,2%	1,6%	4
DK	320	331	331	358	361	361	379	3,4%	-	8,2%	0,8%	-	5
E	2.584	2.997	3.354	3.556	3.747	4.001	4.253	16,0%	11,9%	6,0%	5,4%	6,8%	6
F	4.659	4.764	4.971	5.110	5.241	5.257	5.295	2,3%	4,3%	2,8%	2,6%	0,3%	7
FIN	321	331	362	343	339	342	344	3,1%	9,4%	-5,2%	-1,2%	0,9%	8
GR	340	360	380	391	454	439	450	5,9%	5,6%	2,9%	16,1%	-3,3%	9
I*	2.456	2.619	2.839	2.948	3.112	3.346	3.498	6,6%	8,4%	3,8%	5,6%	7,5%	10
IRL	228	261	299	313	322	326	329	14,5%	14,6%	4,7%	2,9%	1,2%	11
IS	50	45	46	47	50	51	51	-10,0%	2,2%	2,2%	6,4%	2,0%	12
L	26	21	21	25	25	25	26	-19,2%	-	19,0%	-	-	13
N	395	393	398	391	394	401	399	-0,5%	1,3%	-1,8%	0,8%	1,8%	14
NL	499	516	520	562	565	593	602	3,4%	0,8%	8,1%	0,5%	5,0%	15
P	410	449	488	495	460	401	401	9,5%	8,7%	1,4%	-7,1%	-12,8%	16
S	1.164	1.167	1.123	1.129	1.174	1.176	1.170	0,3%	-3,8%	0,5%	4,0%	0,2%	17
UK	2.369	2.589	2.826	3.039	3.248	3.402	3.433	9,3%	9,2%	7,5%	6,9%	4,7%	18
totale	21.507	22.717	24.075	25.003	25.864	26.573	26.652	5,6%	6,0%	3,9%	3,4%	2,7%	19
BG	121	106	191	202	202	194	194	-12,4%	80,2%	5,8%	-	-4,0%	20
CY	23	26	30	28	43	43	37	13,0%	15,4%	-6,7%	53,6%	-	-14
CZ	747	764	740	743	749	794	756	2,3%	-3,1%	0,4%	0,8%	6,0%	-4
EE*	180	173	174	76	81	81	81	-3,9%	0,6%	-56,3%	6,6%	-	-17
HU	580	625	603	562	622	605	500	7,8%	-3,5%	-6,8%	10,7%	-2,7%	-17
LT	115	105	99	88	84	79	83	-8,7%	-5,7%	-11,1%	-4,5%	-6,0%	5
LV	114	116	119	111	126	107	106	1,8%	2,6%	-6,7%	13,5%	-15,1%	-0
PL	698	714	755	824	852	854	880	2,3%	5,7%	9,1%	3,4%	0,2%	3
RO	441	379	316	293	276	247	213	-14,1%	-16,6%	-7,3%	-5,8%	-10,5%	-13
SI	93	93	88	84	92	88	100	-	-5,4%	-4,5%	9,5%	-4,3%	13
SK	337	337	342	292	289	308	287	-	1,5%	-14,6%	-1,0%	6,6%	-6
TR	487	584	694	770	921	985	1.147	19,9%	18,8%	11,0%	19,6%	6,9%	10
YU		186	160	164	215	253	186	-	-14,0%	2,5%	31,1%	17,7%	-16
totale	3.936	4.208	4.311	4.237	4.552	4.638	4.570	6,9%	2,4%	-1,7%	7,4%	1,9%	-1

*Elaborazione di MEDIA Salles su dati SIAE riferiti agli schermi operanti per più di 60 giorni l'anno. Dati 1997-2002: MEDIA Salles.

*I dati del 1997, 1998 e 1999 comprendono i circoli cinematografici rurali. (www.mediasalles.it)

RALLENTA LA CAPACITÀ DEI MULTIPLEX DI SOTTRARRE SPETTATORI AGLI ALTRI CINEMA

La crescita del numero di schermi nei multiplex – come già sottolineato nel numero precedente della nostra Newsletter "European Cinema Journal" – ha subito nell'Europa Occidentale un rallentamento significativo negli ultimi cinque anni: infatti, il tasso medio di crescita registrato al 31 ottobre di ogni anno ammontava al 26% nel 2000 ed è passato al 20% nel 2001, al 15% nel 2002 e al 9% nel 2003. Tale rallentamento ha riguardato sia i complessi fino a 15 schermi, la cui crescita è passata dal 22,5% del 2000 al 9,3% del 2003, sia i megaplex, nei quali l'incremento annuale di schermi è passato dal 26,3% del 2000 all'8,1% del 2003.

La riduzione del tasso di crescita ha riguardato anche i biglietti venduti in alcuni dei principali mercati: i multiplex, infatti, pur continuando a guadagnare spettatori rispetto agli altri cinema, hanno visto aumentare le proprie presenze a tassi decrescenti.

In Francia, per esempio, il rapporto fra le presenze ottenute dai multiplex e quelle realizzate dagli altri cinema è cresciuto (rispetto all'anno precedente) del 27,7% nel 1999, del 23,3% nel 2000, del 17,8% nel 2001 e solo del 9,8% nel 2002. Analogamente, in Germania il rapporto fra le presenze ottenute dai multiplex e quelle realizzate dagli altri cinema, cresciuto del 17,4% tra il 1998 e il '99, e del 23,1% nel 2000, è aumentato solamente del 9,8% nel 2001, rimanendo a questo livello anche nel 2002.

Fa in parte eccezione l'Italia, dove il rapporto fra le presenze nei multiplex e quelle negli altri cinema ha raggiunto nel 2002 il valore

0,30 con un incremento del 45,7%, superiore a quello registrato l'anno prima (+33,3%) sebbene inferiore a quello ottenuto nel 2000 (+89,5%).

A fronte di un andamento generale del mercato cinematografico non troppo lusinghiero, che ha visto i cinema con meno di 8 schermi perdere in cinque anni il 28% di spettatori in Spagna, il 27,2% in Belgio, il 24,4% in Finlandia, il 20% in Italia, il 17,8% in Francia, il 5,9% in Germania e l'1,5% in Danimarca, sembra che i multiplex stiano comunque vedendo diminuire nel tempo la loro capacità di erodere spettatori agli altri cinema.

Questo risulta ancora più chiaramente analizzando il numero medio di presenze per schermo riferito ai complessi multiplex che nel 2002, rispetto all'anno precedente, ha subito diminuzioni significative in diversi paesi, quali la Germania (-10,3%), la Spagna (-10,2%), la Norvegia (-5,7%), il Belgio (-3,7%), la Francia (-3,1%) e l'Italia (-1,6%), paese quest'ultimo in cui nel 2001 si era verificata una riduzione ben più significativa (-20,1%). In alcuni mercati le contrazioni nel numero medio di presenze per schermo riferite ai multiplex sono risultate superiori alle diminuzioni delle presenze per schermo subite dagli altri cinema, le quali hanno assunto, infatti, valori pari al -8,9% in Germania, al -4,8% in Norvegia e al -2,7% in Francia.

Il dato più rilevante riguarda, infine, il numero medio di spettatori per cinema, dal quale dipende la redditività complessiva di un multiplex, che si basa sulle economie derivanti dalla presenza di un numero elevato di schermi.

Nel 2002 le presenze per cinema riferite ai multiplex sono diminuite, rispetto all'anno precedente, in alcuni importanti mercati, quali la Germania (-10,3%), la Spagna (-4,6%),

%	presenze (x 1.000)							var %					
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	1997 1998	1998 1999	1999 2000	2000 2001	2001 2002	2002 2003
0,6%	13.717	15.219	15.024	16.299	18.985	19.245	17.738	10,9%	-1,3%	8,5%	16,5%	1,4%	-7,8%
1,1%	22.073	25.386	21.869	23.548	24.035	24.379	22.900	15,0%	-13,9%	7,7%	2,1%	1,4%	-6,1%
1,9%	15.552	15.918	15.428	15.592	17.113	18.811	16.963	2,4%	-3,1%	1,1%	9,8%	9,9%	-9,8%
-	143.122	148.876	148.996	152.533	177.925	163.910	148.957	4,0%	0,1%	2,4%	16,6%	-7,9%	-9,1%
0,0%	10.843	11.011	10.915	10.691	11.921	12.911	12.300	1,5%	-0,9%	-2,1%	11,5%	8,3%	-4,7%
3,3%	105.045	112.143	131.348	135.391	146.810	140.716	137.472	6,8%	17,1%	3,1%	8,4%	-4,2%	-2,3%
7,7%	148.935	170.110	153.570	165.957	185.816	184.461	174.147	14,2%	-9,7%	8,1%	12,0%	-0,7%	-5,6%
6%	5.943	6.395	7.035	7.091	6.539	7.424	7.700	7,6%	10,0%	0,8%	-7,8%	13,5%	3,7%
5%	11.600	12.400	12.000	12.700	13.200	12.600	11.000	6,9%	-3,2%	5,8%	3,9%	-4,5%	-12,7%
5%	98.191	112.900	98.772	97.819	105.538	112.165	109.000	15,0%	-12,5%	-1,0%	7,9%	6,3%	-2,8%
9%	11.491	12.387	12.390	14.886	15.942	17.319	17.432	7,8%	-	20,1%	7,1%	8,6%	0,7%
-	1.477	1.516	1.531	1.569	1.508	1.620	1.500	2,6%	1,0%	2,5%	-3,9%	7,4%	-7,4%
0,0%	1.186	1.415	1.316	1.362	1.414	1.432	1.262	19,3%	-7,0%	3,5%	3,8%	1,3%	-11,9%
5%	10.948	11.526	11.351	11.586	12.477	12.041	13.047	5,3%	-1,5%	2,1%	7,7%	-3,5%	8,4%
5%	18.934	20.094	18.647	21.581	23.787	24.119	24.858	6,1%	-7,2%	15,7%	10,2%	1,4%	3,1%
5%	14.163	17.327	18.758	19.224	20.940	19.480	18.556	22,3%	8,3%	2,5%	8,9%	-7,0%	-4,7%
5%	15.210	15.819	15.982	16.978	18.101	18.297	18.172	4,0%	1,0%	6,2%	6,6%	1,1%	-0,7%
9%	138.922	135.217	139.059	142.507	155.911	175.903	167.256	-2,7%	2,8%	2,5%	9,4%	12,8%	-4,9%
3%	787.352	845.659	833.991	867.314	957.962	966.833	920.260	7,4%	-1,4%	4,0%	10,5%	0,9%	-4,8%
-	2.685	2.333	2.484	2.217	2.007	2.016	3.042	-13,1%	6,5%	-10,7%	-9,5%	0,4%	50,9%
0,0%	931	1.013	842	1.012	858	854	1.038	8,8%	-16,9%	20,2%	-15,2%	-0,5%	21,5%
8%	9.815	9.252	8.371	8.719	10.363	10.693	12.140	-5,7%	-9,5%	4,2%	18,9%	3,2%	13,5%
-	974	1.060	875	1.084	1.304	1.558	1.274	8,8%	-17,5%	23,9%	20,3%	19,5%	-18,2%
4%	16.443	14.570	14.388	14.287	15.693	15.278	13.541	-11,4%	-1,2%	-0,7%	9,8%	-2,6%	-11,4%
1%	565	1.594	1.780	2.103	2.367	1.916	1.396	182,1%	11,7%	18,1%	12,6%	-19,1%	-27,1%
9%	1.268	1.406	1.375	1.457	1.152	1.071	1.133	10,9%	-2,2%	6,0%	-20,9%	-7,0%	5,8%
0%	24.330	20.318	27.516	20.892	27.650	27.091	25.264	-16,5%	35,4%	-24,1%	32,3%	-2,0%	-6,7%
8%	9.456	6.799	4.192	5.112	5.726	5.316	4.527	-28,1%	-38,3%	21,9%	12,0%	-7,2%	-14,8%
6%	2.503	2.569	1.965	2.077	2.466	2.776	2.972	2,6%	-23,5%	5,7%	18,7%	12,6%	7,1%
8%	4.041	4.082	3.030	2.646	2.848	3.013	2.968	1,0%	-25,8%	-12,7%	7,6%	5,8%	-1,5%
4%	17.765	22.641	24.843	26.400	26.008	22.229	23.127	27,4%	9,7%	4,8%	-0,1%	-14,5%	4,0%
5%	-	7.222	3.475	4.096	4.806	4.769	3.600	-	-51,9%	17,9%	17,3%	-0,8%	-24,5%
5%	90.776	94.859	95.136	91.742	103.248	98.580	96.022	4,5%	0,3%	-3,6%	12,5%	-4,5%	-2,6%

A Salles, "European Cinema Yearbook – 2003 final edition"

I dati del 2003 sono provvisori, quelli in corsivo sono stime.

I dati possono essere riprodotti a condizione di citare la fonte.

l'Italia (-3,3%) e la Francia (-2,9%).

Confrontando le presenze per cinema realizzate negli ultimi cinque anni dai multiplex con quelle ottenute dagli altri esercizi cinematografici emerge una tendenza che, a parte il picco raggiunto nel 2000, non risulta positivo in tutti i mercati europei. In particolare, il numero medio di presenze per cinema registrato dai multiplex in rapporto agli altri cinema, che appare in crescita in Francia e in Spagna, presenta invece un andamento costantemente in diminuzione in Germania (-13,8% nel 2002 rispetto al 1998) e decrescente negli ultimi due anni in Italia.

È interessante notare come Belgio, Spagna e Francia presentino una percentuale di complessi megaplex sul totale dei cinema (rispettivamente il 3,3%, l'1% e lo 0,5%) molto superiore a quella di Germania (0,2%) e Italia (0,1%). In particolare, in Spagna la crescita dei megaplex non sembra avvenire a tassi decrescenti come accade mediamente in Europa, il che fa ipotizzare la ricerca, da parte delle società d'esercizio in Spagna, di economie basate sulla dimensione.

Per quanto riguarda le prospettive future appare possibile che in alcuni paesi europei, come è già accaduto negli Stati Uniti, venga ricercata una maggiore efficienza dei complessi multiplex aumentando il numero di schermi detenuti da ogni esercizio, puntando quindi non tanto sulla redditività del singolo schermo quanto sulla capacità del cinema di attrarre un numero complessivamente maggiore di persone, in qualità di consumatori non solo di film ma anche di un complesso di servizi accessori, in una logica integrata di divertimento.

Paola Bensi
Docente di Marketing
Università Cattolica di Cremona

FILM EUROPEI PER BAMBINI E RAGAZZI

La scelta degli esperti

Sta per cominciare l'evento **Focus on Europe – Speciale cinema per ragazzi** di MEDIA Salles, rivolto agli esercenti europei impegnati nella programmazione di film per ragazzi e per le scuole. Attraverso questa iniziativa, che si terrà dal 3 al 6 giugno a Praga e Zlín, in collaborazione con l'omonimo Festival del Cinema per Bambini e Ragazzi, MEDIA Salles conferma la sua attenzione per la promozione dei film per ragazzi a livello europeo e l'impegno ad agevolare il lavoro degli esercenti attivi in questo campo.

Con questo intento, MEDIA Salles si è rivolta a direttori di Festival di rilievo internazionale ed esperti del settore, per proporre ai suoi lettori una selezione di film particolarmente adatti a rappresentare gli interessi, la vita quotidiana e i sogni dei ragazzi della nuova Europa.

Secondo **Claudio Gubitosi**, Direttore del Giffoni Film Festival (Salerno), del gran numero di film europei usciti nel 2003 e nei primi mesi del 2004, sono tre le pellicole da sottoporre all'attenzione di un pubblico preadolescente e adolescente: l'inglese *Wondrous Oblivion* di Paul Morrison, per la sua sceneggiatura capace di raccontare il razzismo, la solidarietà e l'amicizia senza banalità; lo spagnolo *El Viaje de Carol* di Imanol Uribe, che rappresenta la guerra civile spagnola vista attraverso gli occhi di una ragazzina di 11 anni alle prese con i primi amori e il dramma della perdita delle persone care; infine, *Les Choristes* di Christophe Barratier, che ricorda *L'attimo fuggente* in una nuova versione declinata nei toni della passione musicale. *Les Choristes*, leggero e commovente

te insieme, è adatto a un pubblico sia giovane sia adulto.

Secondo **Petr Koliha**, Direttore Artistico del Festival di Zlín, tra i 270 film provenienti da ben 35 paesi che saranno proposti nell'edizione 2004 del Festival, di particolare interesse sono *The Farmhouse Janitor*, di produzione ceca, lo spagnolo *4th Floor*, significativo tra i film per *teenagers* per la sua attenzione alle emozioni dei ragazzi di questa fascia d'età, e il norvegese *Just Bea*, segnalato anche da **Lennart Ström**, Direttore del BUFF – Festival Cinematografico Internazionale per Bambini e Ragazzi di Malmö. Ström consiglia pure *Immediate Boarding* di Ella Lemhagen, di produzione svedese, improntato sulla differenza dei sessi, il danese *Scratch* di Anders Gustafsson, focalizzato sulle scelte sentimentali misteriose e complesse di una ragazzina. *Polleke*, prodotto nei Paesi Bassi, narra invece una storia molto simile a quella di Romeo e Giulietta. Ström indica anche il documentario svedese *Jobanna, Yobanna!* di Thomas Danielsson, la cui protagonista è una ragazza di 19 anni presa in giro da tutti da quando ha iniziato a frequentare la scuola, che riesce però a condividere le sue sofferenze con molti altri giovani.

Tonje Hardersen, consulente per i film per bambini di Film&Kino, suggerisce i norvegesi *Beast of Beauty* di Hilde Heier, pellicola horror per i più giovani, e lo struggente *Disa Moves to Japan* di Benedicte M. Orvung, storia di una bambina di 4 anni e del suo lungo viaggio con la madre dalla Norvegia al Giappone. Hardersen segnala lo svedese *Elina* di Klaus Härö, sulla vita quotidiana di una ragazzina divisa tra la nostalgia per la perdita del padre e l'ostilità nei confronti di un testardo insegnante, mentre per i più piccoli *Tootletubs & Jyro*, cortometraggio finlandese sull'amicizia tra due insetti e sulle loro avventure alla ricerca di cibo e di nuovi modi per utilizzare gli oggetti del mondo umano, e *Someone Like Hodder*, film danese il cui protagonista è un giovane solitario ma ricco di immaginazione.

Giancarlo Zappoli, Direttore Artistico del Festival di Castellinaria (Bellinzona – CH), consiglia il film tedesco *Das Fliegende Klassenzimmer* di Tony Wigand, lo svizzero *Little Girl Blue* di Anna Luif e i danesi *Elina*, segnalato anche da Hardersen, e *Kald Mig Bare Aksel*: in generale, si tratta di pellicole adatte ai ragazzi tra gli 11 e i 14 anni. **Mia Lindrup**, Presidente dell'ECFA (Associazione europea per i film per bambini), consiglia *Back to Gaya*, spettacolare cartone tedesco di recentissima produzione sull'amicizia, adatto ai bambini di 8 anni.

Oltre a *Just Bea*, già suggerito da Koliha e Ström, *Immediate Boarding* e *Polleke* (anch'essi indicati da Ström), Lindrup segnala *The Blindgänger*, toccante produzione tedesca che narra i problemi quotidiani di due tredicenni, e la pellicola norvegese *Fia!*, una ragazzina che crede che quasi tutti siano dei clown.

Con le indicazioni di **Klas Viklund**, Responsabile del progetto Skolbio dell'Istituto del Film Svedese, ci si sposta sul fronte dei film già presentati con successo nei cinema dei 117 centri che aderiscono al progetto: nella top-ten del 2003 due pellicole svedesi, *We can be heroes!* e *Lilya 4-ever*, compaiono rispettivamente al primo e al terzo posto; in seconda posizione appare l'inglese *Bend it like Beckham*, mentre al settimo posto una pellicola italiana: *La Gabbianella e il Gatto*.

IL CONSUMO DI CINEMA NELLA REPUBBLICA CECA

Il mercato dell'esercizio cinematografico ceco affronta in questi anni una nuova fase di sviluppo, che riguarda sia la programmazione sia la gestione delle sale. Prima della caduta del comunismo nel 1989, ogni paese di una certa dimensione aveva un cinema e non era insolito trovarne tre in una città di medie dimensioni. Le presenze erano quindi elevate. I mutamenti sociali hanno portato più possibilità di intrattenimento, apparecchiature più sofisticate nel contesto domestico, a partire dai videoregistratori, e un'offerta più diversificata di programmi televisivi da parte delle reti private. Tutto ciò ha molto pesato sul consumo di cinema nella Repubblica Ceca. Oltre che per i cinema, il calo di spettatori è stato problematico anche per produttori e distributori. In sintesi, la Repubblica Ceca si è trovata ad affrontare di colpo quello che gli altri paesi dell'Unione Europea hanno affrontato gradualmente. La situazione è stata particolarmente difficile per i cinema. In un primo momento, quelli di minori dimensioni hanno iniziato a chiudere. Questo si è verificato a partire dal 1992, quando si pose fine alla gestione delle sale da parte delle amministrazioni locali, municipali e regionali. Le chiusure dei cinema hanno cominciato a colpire gradualmente anche i cinema delle città più grandi. Molti cinema a gestione municipale divennero un peso per i bilanci delle istituzioni, che non ne avevano alcun profitto. Solo più tardi, nella seconda metà degli anni Novanta, iniziò la privatizzazione delle sale. Oggi i cinema cechi sono gestiti in diversi modi: direttamente dalle amministrazioni comunali (ad esempio, dagli Assessorati alla Cultura), come una specie di "cinecircoli" (cinema municipali, ma anche centri culturali pubblici) o da esercenti privati che hanno un contratto con le istituzioni che sono proprietarie del cinema. Alla fine degli anni Novanta numerose società straniere sono entrate nel mercato ceco per costruire multiplex di nuova concezione, influenzando significativamente lo sviluppo del mercato. Altre sale di piccole e medie dimensioni sono state chiuse. Le cause di questo fenomeno sono state molteplici – un numero limitato di copie, l'impiego di attrezzature superate, lo scarso comfort offerto al pubblico ecc.

Questi fattori hanno indotto gli spettatori a spostarsi verso i nuovi complessi. Come in altri paesi europei, il pubblico è principalmente interessato alle produzioni americane (70%-80% del mercato). La concorrenza dei multiplex ha costretto i cinema di minori dimensioni a prestare un'attenzione maggiore alla loro programmazione. Sono nati molti progetti interessanti – come i cinema Evald e Aero a Praga e il cinema Art a Brno. Questi cinema privilegiano film europei più impegnativi e altri titoli non programmati dai multiplex. È probabile che questa strategia verrà adottata anche da altri cinema, specialmente nelle regioni dove molti multiplex sono in costruzione. Tuttavia, questi cinema d'essai possono esistere solo dove vi è pubblico potenziale, come le città universitarie. Nella Repubblica Ceca esistono solo due leggi sul cinema, entrambe approvate fra il 1992 e il 1993. La legge n. 241/1992 ha istituito un fondo statale a sostegno e sviluppo del cinema ceco. La fonte principale per questa sovvenzione è il prelievo di una corona su ogni biglietto venduto, e le entrate provenienti dai diritti dei film prodotti tra il 1961 e il 1991. È possibile richiedere un contributo o un prestito per la ristrutturazione di un cinema, per le attrezzature tecniche o per progetti speciali. Dato che questo fondo ha una scarsa disponibilità finanziaria, ottenere questo tipo di sostegno è piuttosto difficile. Ci si aspetta che ci saranno cambiamenti per quanto riguarda la dotazione finanziaria di questo fondo. La nuova proposta prevede un prelievo del 3% nelle entrate derivanti dai biglietti, dai DVD e dai video venduti, dalle televendite e dai ricavi ottenuti dalle televisioni con la pubblicità.

Questo nuovo sistema porterebbe circa 10 milioni di euro al posto degli attuali 2,6 milioni e permetterebbe di mettere più fondi a disposizione dei cinema, per aiutarli a rinnovare le attrezzature tecniche. La seconda legge, n. 273/1993, ha abolito il monopolio statale dell'industria audiovisiva e fondato l'Archivio Cinematografico Nazionale. I cinema che hanno un club o un circolo collaborano con l'Archivio. Sebbene il loro numero sia fortemente calato, la situazione sembra ora stabilizzata. L'interesse del pubblico per i film del passato e per i film d'essai è costante. Gli interessi dei cinema sono rappresentati dall'Associazione degli Esercenti (APK), che è, insieme all'Unione dei Distributori (UFD) e all'Associazione dei Produttori Audiovisivi (APA), un membro fondatore della Camera Cinematografica Ceca (CFK). L'obiettivo dell'Associazione APK è sostenere gli operatori cinematografici nelle loro relazioni con i distributori e gli altri organismi dell'industria audiovisiva, l'amministrazione statale e altri partner. Insieme agli altri aderenti alla Camera Cinematografica Ceca, APK collabora alla stesura delle leggi dell'audiovisivo. L'Associazione APK include tutti i tipi di esercenti. Considerando che il numero dei suoi membri è in aumento, la sua attività è da considerarsi positiva. Dopo molti anni, ogni componente dell'industria audiovisiva ha sicuramente bisogno di una rappresentanza non solo per proporre nuove soluzioni, ma anche per sostenerle.

Milos Navratil
Presidente dell'Associazione
degli Esercenti Cechi

IL CONSUMO DI CINEMA NELLA REPUBBLICA CECA - DATI PRINCIPALI

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Numero di cinema	800	750	730	745	710	686	660	665	.
Numero di schermi	817	765	747	764	740	743	749	794	c. 829
Presenze (x 1.000)	9.253	8.854	9.815	9.252	8.371	8.719	10.363	10.693	12.140
Frequenza pro capite	0,90	0,86	0,95	0,90	0,81	0,85	1,01	1,04	.
Incasso lordo (valuta nazionale - x 1.000)	255.000	303.499	437.000	509.000	496.000	593.000	817.700	946.000	.
Prezzo medio del biglietto (valuta nazionale)	27,56	34,28	44,52	55,02	59,25	68,01	78,90	88,47	.
Incasso lordo (euro - x 1.000)	7.333	8.877	11.349	14.485	13.762	17.148	24.576	30.623	.
Prezzo medio del biglietto (euro)	0,79	1,00	1,16	1,57	1,64	1,97	2,37	2,86	.
Film prodotti nel paese	23	20	20	14	17	14	18	19	.

NOTIZIE DA MEDIA SALLES

"EUROPEAN CINEMA EXHIBITION": A BUDAPEST LE NUOVE LEZIONI SULLA GESTIONE DELLA SALA

Quest'anno sarà Budapest a ospitare il corso "European Cinema Exhibition: A New Approach". Ormai consolidata dal successo delle quattro precedenti edizioni, questa iniziativa di formazione si terrà dal 22 al 26 settembre e sarà interamente dedicata, come da tradizione, al marketing e alla gestione della sala. Anche quest'anno l'evento rappresenterà per gli esercenti europei un'occasione particolarmente importante per scambiarsi esperienze, visitare sale cinematografiche, partecipare a lavori di gruppo, dibattiti e seminari introdotti da professionisti ed esperti di varie nazionalità. Fra i relatori di questa edizione, Tony Meehan e Rob Arthur di RAAM Management Limited (UK), illustreranno il ruolo della comunicazione strategica e degli eventi promozionali per il successo delle sale cinematografiche nonché le tendenze più innovative a livello della gestione

nel settore dell'esercizio.

Per **Tony Meehan**, in particolare, "la comunicazione è un fattore centrale per l'esercizio. Ad esempio, ascoltare i propri clienti consente di migliorare i servizi; dialogare con il proprio personale permetterà invece di migliorare le prestazioni professionali di ciascuno. Inoltre, gli esercenti dovrebbero estendere le attività della propria sala, non limitandosi solo a proiettare i film".

Secondo **Rob Arthur**, "è fondamentale fornire un quadro di riferimento chiaro e preciso in cui collocare l'attività di gestione della sala e mettere gli esercenti nelle condizioni di garantire l'eccellenza del servizio offerto ai propri clienti. Questi obiettivi possono essere raggiunti con una maggiore attenzione verso il cliente e con una selezione più attenta delle pellicole, oltre che con un maggior investimento nella formazione e nello sviluppo".

Le iscrizioni al corso devono pervenire a MEDIA Salles entro il **2 agosto**. I formulari sono disponibili nella sezione "Training" del sito web www.mediasalles.it

L'AGENDA DI MEDIA SALLES

FOCUS ON EUROPE
- SPECIALE CINEMA PER RAGAZZI -
Praga e Zlín (CZ), in collaborazione
con "Zlín Film Festival 2004"

3-6 giugno 2004

Premio "Euro Kids" al miglior film per ragazzi.
Premio "Euro Kids" alle sale per l'attività di programmazione, animazione, promozione.

FOCUS ON EUROPE
A CINEMA EXPO INTERNATIONAL
Amsterdam (NL), 21-24 giugno 2004

Sarà un seminario sull'esercizio cinematografico in Europa, dedicato all'apertura di sale nei nuovi mercati, ad aprire l'evento organizzato anche quest'anno da MEDIA Salles per promuovere il cinema europeo.

EUROPEAN CINEMA EXHIBITION:
A NEW APPROACH
Budapest (HU), 22-26 settembre 2004

Promozione e marketing, analisi delle tipologie di film adatte alle diverse fasce di pubblico, gestione della sala, cinema digitale. Formulare di iscrizione su www.mediasalles.it
Scadenza: **2 agosto 2004**.