

Mentre va in stampa il numero 3 della nostra Newsletter, rileggo il rapporto che MEDIA Salles ha preparato in vista del seminario sulla diffusione del cinema europeo negli Stati Uniti che si terrà nell'ambito del Taormina-FilmFest, il 30 e il 31 luglio.

Ne emerge lo stato di buona salute delle sale statunitensi: gli spettatori americani continuano ad aumentare, ugualmente cresce il numero degli schermi.

Ma che film si vedono nelle sale d'Oltreoceano? Quale spazio hanno le opere europee? I dati che testimoniano il successo de "La vita è bella" negli Stati Uniti sono sicuramente confortanti: il film, distribuito in prima battuta in 6 sale, ha scalato le classifiche del box-office toccando oltre 1 100 schermi, ha vinto tre Oscar, uscirà tra breve in versione doppiata. Ha incassato sul mercato statunitense circa 60 milioni di euro ovvero tanto quanto in Europa.

Eppure la quota di mercato dei film non americani negli Stati Uniti non va oltre il 3%.

Chi come MEDIA Salles ha a cuore le sorti del cinema europeo, per motivi sia culturali sia economici, non può non interrogarsi di fronte a questa situazione.

Per questo abbiamo scelto di approfondire ed estendere le nostre ricerche al mercato nordamericano, di creare - come abbiamo fatto a Cannes '99 - delle occasioni in cui i professionisti d'Europa e d'Oltreoceano si riuniscano e possano discutere di progetti comuni, di dar vita agli eventi "Focus on Europe" per la promozione del cinema europeo nei principali incontri dell'esercizio cinematografico. Questo è il nostro contributo perché lo "scambio" tra gli Stati Uniti e l'Europa nel campo cinematografico diventi non solo più equilibrato dal punto di vista commerciale, ma anche reale occasione di confronto e di arricchimento sul piano delle idee e delle culture.

Romano Fattorossi
 Presidente di MEDIA Salles

Il consumo di cinema nei maggiori mercati mondiali

Presentiamo in questo numero una comparazione di massima fra la situazione dell'esercizio cinematografico europeo e quella di tre dei maggiori mercati mondiali: gli Stati Uniti, l'Australia ed il Giappone.

Tale confronto deve essere eseguito con molta cautela sia perché si tratta di realtà con problematiche e caratteristiche completamente diverse, sia per l'influenza che possono avere i tassi di cambio sui valori degli incassi lordi e del prezzo medio del biglietto.

Dalla comparazione emerge una tendenza positiva: tutti i mercati risultano in crescita sia in relazione al consumo di cinema (numero di presenze e frequenza media) sia in termini di struttura dell'offerta (numero di schermi).

Il mercato dell'Europa Occidentale ha superato nel 1998 la soglia degli 800 milioni di biglietti venduti (le presenze sono risultate infatti in crescita o stabili in tutti i paesi europei, con l'eccezione del solo Regno Unito). La frequenza media, pur permanendo su valori decisamente inferiori rispetto agli standard del mercato americano, si è ormai assestata al di sopra dei 2 biglietti per abitante.

Anche il numero di schermi è cresciuto notevolmente, ad un tasso di poco inferiore al 6%; quest'incremento è inoltre stato più che compensato dall'aumento delle presenze e degli incassi nel mercato e la redditività media per schermo risulta dunque anch'essa ancora in salita.

Il numero di schermi cresce anche negli Stati Uniti: pur essendo, tra quelli considerati, il paese con la maggiore offerta di schermi (ossia il minor numero di abitanti per schermo), il tasso di crescita delle sale è ancora molto elevato (oltre l'8%).

L'aumento degli schermi è stato però accompagnato nell'ultimo anno da una flessione delle presenze medie per schermo, mentre gli incassi per schermo rimangono sostanzialmente invariati (alla leggera diminuzione del valore riportato in Ecu nella tabella corrisponde in realtà un lievissimo

(segue a pag. 2)

I prossimi appuntamenti di MEDIA Salles

Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica Venezia, 1°-11 settembre 1999

MEDIA Salles è presente presso lo stand del Programma MEDIA nell'area "Industry Office", con una postazione per la navigazione sulla banca dati "European Cinema On-line Database" e con il numero 3 della Newsletter "European Cinema Journal".

Eurovisioni Roma, 26-29 settembre 1999

Esce l'ottava edizione dell'Annuario Statistico del Cinema Europeo - European Cinema Yearbook, la pubblicazione di MEDIA Salles che offre la panoramica più completa ed aggiornata sull'industria cinematografica nei paesi dell'Europa Occidentale, Centrale e Orientale.

MIFED Milano, 17-22 ottobre 1999

MEDIA Salles è presente all'interno dello stand del Programma MEDIA.

Giornate Euro Kids Network a Kid Screen Como, 15-17 ottobre 1999

Due le iniziative di MEDIA Salles: l'incontro annuale degli esercenti partecipanti al circuito Euro Kids Network; il seminario sulla promozione e diffusione del cinema per giovani in Europa, in collaborazione con ECFEA.

ShowEast Atlantic City, 18-21 ottobre 1999

Con la sesta edizione dell'evento "Focus on Europe", MEDIA Salles promuove il cinema europeo nel mercato nordamericano. In tale occasione esce il numero 4 della Newsletter "European Cinema Journal".

Shanghai Film Market Shanghai, 22-24 ottobre 1999

MEDIA Salles è presente con uno stand informativo e una postazione per la navigazione sulla banca dati "European Cinema On-line Database".