

- 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 Funzione
 Società CAP Città
 Indirizzo
 Tel. Fax
 E-mail

Autorizzo MEDIA Salles ad utilizzare questi dati per inviarmi documentazione inerente alla sua attività.

Firma Data



MEDIA Salles ha organizzato il 5° "Focus on Europe" a Amsterdam

Sale cinematografiche in Europa e film dell'Europa: questi sono i due temi che MEDIA Salles ha messo in primo piano nell'evento "Focus on Europe" organizzato a Amsterdam nel quadro di Cinema Expo International 1999.

L'andamento della produzione europea nelle sale, fatti e tendenze che caratterizzano l'esercizio nei cinque grandi mercati del Continente, in Scandinavia, nel Benelux e nell'Europa Centro - Orientale sono stati gli argomenti del seminario che ha aperto Cinema Expo. Moderata da Karsten-Peter Grummitt, di Dodona Research, la tavola rotonda ha ospitato gli interventi di Steve Knibbs (UCI - UK), Jaime Tarrazón Jr (ACEC - E), Timo Manty (Finnkino - FIN), George Mihaly (H) e Lauge Nielsen (Pathé - NL). A questi è seguita l'analisi condotta da Joachim Ph. Wolff, presidente dell'UNIC, sulle quote di mercato dei film europei in sala. Obiettivo dell'incontro era fare il punto della situazione del consumo cinematografico in un'area che, dopo un 1998 per molti paesi eccezionale in termini di biglietti venduti, ma non privo di segnali d'allarme, è stata segnata all'inizio del '99 dalla contrazione della domanda. Steve Knibbs nell'analizzare quattro dei più importanti mercati - Gran Bretagna, Germania, Francia e Italia - ha rilevato come l'esercizio cinematografico europeo stia vivendo il 1999 come un periodo di attesa, nella speranza di rinnovare il successo di Titanic grazie al prequel di Star Wars. Ha poi segnalato che il decremento di presenze sofferto dalle sale della Gran Bretagna nel '98, in controtendenza rispetto agli altri mercati, potrebbe essere un campanello d'allarme. Sembra infatti riduttivo leggere il "disamoramento" del pubblico britannico come un fenomeno passeggero, legato all'avvenimento dei Mondiali di Calcio. La Gran Bretagna - ed anche la Germania, che nel '98 ha visto un incremento degli spettatori decisamente inferiore a quello di Italia, Francia e Spagna - devono semmai interrogar-



Romano Fattorossi, Presidente di MEDIA Salles, introduce il seminario di Amsterdam.

si sulla sovrabbondanza di offerta che pare ormai caratterizzare alcune aree. Il rischio dell'eccesso di schermi - come nel caso di Valladolid e Burgos - è stato evidenziato anche da Jaime Tarrazón, che ha descritto lo sviluppo del parco sale spagnolo. Avviato e consolidato prevalentemente da società del Paese, questo fenomeno vede ora coinvolti molti dei grandi gruppi internazionali. Costi di costruzione relativamente bassi, prezzi del biglietto piuttosto contenuti sono alcuni dei motivi che hanno consentito alla Spagna di incrementare nell'ultimo decennio il numero degli schermi e quello degli spettatori. In questo scenario complessivamente positivo non mancano segnali preoccupanti, come il progressivo ridursi del numero di biglietti venduti per schermo.

Su questo tema, cioè sulla relazione tra gli investimenti ed il costo del biglietto si è particolarmente soffermato George Mihaly, nell'esaminare la situazione dell'Europa Centrale e Orientale. Mentre, nei tre mercati principali - Polonia, Ungheria e Repubblica Ceca - si susseguono nuove aperture di multiplex o annunci di programmi di costruzione ambiziosissimi, il 1998 ha visto gli spettatori ridursi considerevolmente. Il principale motivo, per quanto riguarda la Polonia, va ricercato, secondo Mihaly, nell'eccessivo rialzo del prezzo. Aumentato per Titanic, il costo del biglietto non è più tornato ai livelli precedenti. Peraltro, una volta visto il film "evento", gli spettatori polacchi non sono stati più disposti a pagare altrettanto caro un film "normale". Eppure, sempre nella lettura di Mihaly, per finanziare il processo di ammodernamento del parco sale dell'Europa Centrale ed Orientale, che consentirebbe all'area di sviluppare il suo potenziale, è necessario elevare il prezzo del biglietto. Per esempio, Mihaly ritiene che già ora l'Ungheria, che vanta le strutture più moderne, potrebbe elevare il suo biglietto da circa 2,5 euro a 3,5 euro.

Col dinamismo che sembra caratterizzare i mercati sin qui citati, contrasta la situazione di sostanziale stabilità dei paesi scandinavi, dove schermi e spettatori rimangono

pressoché invariati da parecchi anni. Ultimamente peraltro si sono visti segni di vitalità nuova nelle società che tradizionalmente operano in quest'area, nel campo della distribuzione e dell'esercizio.

Timo Manty ha per esempio citato l'alleanza della svedese Sandrews con la danese Metronome che ha avuto come risultato l'apertura di un complesso a Helsinki - dove anche Finnkino ha appena inaugurato i 14 schermi del Tennispalatsi - e l'elaborazione di progetti nei paesi baltici e a San Pietroburgo.

Anche la svedese SF mira ad espandere il suo raggio di azione, innanzitutto in Norvegia. Secondo Manty la costruzione di nuovi complessi avverrà certamente anche in Scandinavia, ma a ritmo meno intenso che in Gran Bretagna o Germania, anche in conseguenza dei costi elevati e della regolamentazione da parte dei poteri pubblici. Uno scenario per vari aspetti analogo è stato delineato anche per i Paesi Bassi, da Lauge Nielsen. In questo mercato, dove solo Pathé vanta un'esperienza consolidata nei multiplex, sono ora annunciati diversi progetti. Gli operatori prevedono nel prossimo futuro un incremento di spettatori che dovrebbe consentire ai Paesi Bassi di ridurre le distanze rispetto al Belgio, che vanta una frequenza pro-capite pari a 2,4, ma che si presenta ormai come mercato maturo. Nel commentare l'incremento di biglietti venduti avvenuto nell'Europa Occidentale negli anni '90, J. Ph. Wolff ha concluso il seminario facendo notare che di questo aumento non hanno purtroppo beneficiato i film europei non nazionali, che si aggiudicano ogni anno un numero di spettatori piuttosto stabile.

Elisabetta Brunella

I film europei a "Focus on Europe"

Durante l'evento "Focus on Europe" sono stati proiettati su grande schermo due film europei:

Todo Sobre Mi Madre dello spagnolo Pedro Almodóvar, acclamato al Festival di Cannes;

Den Eneste Ene (The One and Only), la commedia brillante della regista danese Susanne Bier, che ha riscosso un grandissimo successo di pubblico in patria.

Euro Kids Network per People's Choice Awards

Anche quest'anno, MEDIA Salles sosterrà "People Choice Awards 1999", l'iniziativa dell'EFA - European Film Academy, che premia il miglior regista, il miglior attore e la miglior attrice europei per il 1999, sulla base dei voti direttamente espressi dal pubblico delle sale cinematografiche.

Ogni spettatore che assisterà alle proiezioni su uno dei 337 schermi aderenti al circuito Euro Kids Network, diffuso in 16 paesi europei, riceverà il tagliando per partecipare a questa originale "consultazione popolare" ed esprimere le proprie preferenze sul cinema europeo nell'anno 1999.