

AI NOSTRI LETTORI

Il 2001 ha portato al cinema europeo piacevoli novità: la Palma d'oro a *La stanza del figlio*; i premi per il toccante *No man's land* di Danis Tanovic, migliore sceneggiatura a Cannes e allo *European Film Awards* di Berlino e Oscar per il miglior film straniero; il premio del pubblico al festival di Toronto a *Il favoloso mondo di Amélie*, seguito da un successo in sala a livello internazionale. Non possiamo dunque che sperare che il 2002 porti ancora più fortuna ai film europei. Mentre ci scusiamo per il ritardo con cui esce questo numero, siamo lieti di comunicarvi un'importante novità proprio per quanto riguarda lo *European Cinema Journal*. Per consentire un più rapido invio ed una più veloce consultazione, la Newsletter sarà spedita via e-mail a tutti coloro che ci avranno fatto pervenire il loro indirizzo. Chi desiderasse riceverne comunque una copia su carta potrà averla, con le consuete modalità, su esplicita richiesta. Invitiamo coloro che volessero comunicarci eventuali modifiche del proprio indirizzo o chi volesse abbonarsi alla nostra Newsletter ad inviarci un messaggio all'indirizzo: infocinema@mediasalles.it

E l'idea è piaciuta anche ai bambini, per i quali è stato un momento importante per conoscere pellicole di qualità adatte a loro e non sempre adeguatamente promosse all'interno dei circuiti commerciali. È quanto emerge dalla ricerca di MEDIA Salles. Una parte di essa, infatti, si era svolta proprio durante la tredicesima edizione di "Castellinaria" e, dei 296 questionari raccolti durante il festival, ben il 64% indicava il cinema come la forma preferita di narrazione, strapando lo scettro del divertimento e del coinvolgimento alla stessa televisione, di cui pure tutti i rispondenti al questionario risultano fortissimi fruitori.

I giovani spettatori hanno mostrato interesse per le proiezioni organizzate appositamente per le scuole sia nelle sale del circuito Euro Kids sia nel corso del Festival, dichiarandosi 'molto' (28%) o 'moltissimo' (36%) soddisfatti delle iniziative alle quali hanno partecipato. Significativamente, i bambini a cui piacerebbe andare di più al cinema hanno gradito 'moltissimo' le proiezioni ben nel 39% dei casi, contro il 25% di chi non è interessato a incrementare in futuro la propria frequenza cinematografica. Infine, la ricerca mostra chiaramente come le iniziative del circuito siano riuscite a perseguire l'obiettivo di formazione e di sensibilizzazione dei giovani al valore anche culturale della visione cinematografica, in quanto i bambini hanno citato fra i film preferiti, con riferimento alle produzioni europee - dopo *Astérix et Obélix contre César* e *Chiedimi se sono felice*, titoli campioni di incassi nel rispettivo paese di origine - proprio le pellicole viste durante le proiezioni organizzate con le scuole, quali, prime fra tutte, *Chicken run*, *La vita è bella*, *The nightmare before Christmas* e *La freccia azzurra*.

Appuntamento dunque il prossimo novembre a Bellinzona, per il Focus on Europe a "Castellinaria" 2002.

I PREMI EURO KIDS

Anche nel 2001 MEDIA Salles ha continuato la giovane ma significativa tradizione di premiare un film europeo per bambini selezionato tra quelli insieme più visti nei rispettivi paesi di origine e capaci di farsi apprezzare anche all'estero. A ciò si è aggiunta un'importante novità: un premio rivolto a una sala aderente al circuito Euro Kids Network che avesse svolto un efficace lavoro di promozione dei film europei per bambini nel

corso del 2000. L'occasione è stata proprio il Focus on Europe a Castellinaria. Sono così stati premiati il film *Manolito Gafotas* di Miguel Albaladejo, particolarmente apprezzato dai giovani spettatori spagnoli e con un ottimo potenziale per la distribuzione nel resto dell'Europa, e la sala italiana Cinema Fantarca di Modugno, che si è distinta nella realizzazione di iniziative riguardanti l'educazione all'immagine per bambini e numerosi laboratori per le scuole.

IL CINEMA EUROPEO A SHOWEAST 2001

L'ultima edizione di ShowEast, l'incontro annuale di distributori ed esercenti del nord est degli Stati Uniti, cui hanno partecipato anche molti operatori dell'industria cinematografica dell'America latina, ha avuto luogo dal 31 ottobre al 3 novembre 2001 nella città di Orlando, in Florida. All'appuntamento non poteva mancare MEDIA Salles, che anche questa volta ha creato per l'occasione un evento "Focus on Europe" per la promozione dei film europei in terra americana. Il suo stand è diventato in questi anni un punto di incontro, confronto e scambio di informazioni per gli esercenti impegnati a far conoscere le pellicole europee al pubblico americano più attento alle proposte della cinematografia internazionale. E presso lo stand poteva anche essere consultato lo "European Cinema Online Database": l'archivio sul web contenente più

di 5.000 film europei e circa 12.000 società operanti nell'industria cinematografica del Vecchio continente. Nel corso dell'incontro è stata inoltre presentata la "advance edition" dell'Annuario statistico del cinema europeo del 2001, con un'analisi dell'industria cinematografica di 32 paesi.

Grazie alla collaborazione del Sunshine Group Worldwide, MEDIA Salles ha presentato in anteprima il film ispano-messicano *El Espinazo del Diablo* diretto da Guillermo del Toro e prodotto da El Deseo, la società di Pedro Almodovar e del fratello Agustin. Sempre in anteprima è stata proiettata la pellicola inglese *Crush* di John McKay. Entrambi i film sono distribuiti in America dalla Sony Pictures Classics, rispettivamente dal 21 novembre 2001 e dal 5 aprile 2002.

Dal presidente di MEDIA Salles Jens Rykaer sono poi stati consegnati i riconoscimenti alle più significative attività di promozione delle pellicole europee: Diego Lerner di Buena Vista International ha ritirato il premio internazionale per la distribuzione mentre per gli esercenti è stato premiato Victor Carrady di Caribbean Cinemas.

Dopo Orlando, Washington. Come tradizione, infatti, l'evento Focus on Europe si è concluso con un incontro nella Capitale dove, il 5 novembre, rappresentanti dell'industria cinematografica e delle istituzioni politiche americane ed europee si sono confrontati in una tavola rotonda sul tema "Distribuzione cinematografica e politiche audiovisive nell'era digitale".



Il presidente di MEDIA Salles Jens Rykaer consegna a Diego Lerner (a destra) e Mark Zoradi (a sinistra) di Buena Vista International il premio per la promozione del cinema europeo, nel corso di Focus on Europe a ShowEast 2001



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

MEDIA

European Cinema JOURNAL

MEDIA SALLES

Edizione per l'Italia n. 4 - anno III - dicembre 2001

C'È DEL NUOVO IN DANIMARCA: A EBELTOFT IL PRIMO CORSO PER ESERCENTI

Si terrà presso lo European Film College di Ebeltoft, in Danimarca, dal 5 al 9 giugno prossimi, il primo corso di formazione rivolto agli esercenti cinematografici di tutta Europa realizzato nell'ambito del Programma MEDIA Plus. Nato dall'idea che l'ultimo "anello della catena", in senso temporale, del circuito cinematografico non sia affatto il meno importante, il corso vuole offrire agli esercenti cinematografici la possibilità di un continuo aggiornamento della loro professione sia dal punto di vista tecnico sia da quello di un approfondimento delle dinamiche che muovono un pubblico sempre più variegato ad entrare nelle sale.

Nel programma, lezioni sulle tecniche di marketing e di promozione del consumo di cinema, sulla gestione e programmazione della sala, sulla dimensione internazionale e sul come attuare una scelta di film che corrisponda agli interessi dei vari segmenti del pubblico, fino alla nuova frontiera del cinema digitale. Una scelta di temi nata proprio dal confronto, all'interno di varie iniziative, con le esigenze espresse dagli esercenti e già sperimentata nell'edizione pilota tenutasi sempre a Ebeltoft nel settembre scorso con la presenza di trenta partecipanti da nove paesi europei.

Il ritmo del corso, nello stile dello European Film College, è molto intenso e la vita nel campus favorisce, anche al di fuori dell'orario di studio, il confronto fra diverse esperienze e lo scambio di competenze.

Il progetto è promosso da MEDIA Salles, che si avvale di una triplice collaborazione: Danske Biografer, associazione di esercenti, European Film College, fondazione senza scopo di lucro e indipendente sotto l'egida del ministero dell'educazione danese, e Audiovisual Eureka, associazione intergovernativa cui aderiscono 35 paesi europei e il cui scopo principale è favorire la cooperazione e gli scambi nel settore audiovisivo di un'area sempre più estesa dell'Europa, aiutando in particolare i paesi dell'Europa Orientale, Centrale e Meridionale ad avvicinarsi il più possibile ai progetti in campo audiovisivo e ai programmi di supporto dell'Unione. Idea che trova qui una realizzazione degna di

nota: la nuova collaborazione con Audiovisual Eureka permette infatti di aprire il corso di formazione anche ai professionisti dei paesi esterni all'Unione Europea e dunque non membri del Programma MEDIA, ai quali l'associazione offre anche un sostegno finanziario al fine di favorirne la partecipazione.

(approfondimenti a pag. 3)

MEDIA Salles al Festival di Cannes 2002

18 - 25 maggio 2002

Stand al Villaggio Internazionale MEDIA Pavilion

Esplanade Georges Pompidou.

"L'Annuario European Cinema Yearbook" - edizione 2001 - sarà disponibile presso lo stand.

22 maggio

Eureka Audiovisuel - Palais des Festivals, stand 21.02, piano 01

MEDIA Salles "Spotlight day": giornata dedicata agli incontri con i professionisti dell'Europa dell'Est a partire dalle 11.00. Presentazione di MEDIA Salles alle 16.00. Seguirà aperitivo.

23 maggio, dalle 17.30

Aperitivo al MEDIA Pavilion per l'uscita della Newsletter di MEDIA Salles "European Cinema Journal" n.1/02 che presenta i dati sul consumo di cinema nel 2001.



Lo stand di MEDIA Salles a Cannes nel 2001

LA CRESCITA DEI MULTIPLEX IN EUROPA NEL 2001

Il 2001 è stato, ancora, un anno che ha visto l'apertura di moltissimi multiplex in Europa.

I complessi con almeno 8 schermi - questo è il criterio adottato da MEDIA Salles per rilevare i multiplex - hanno toccato, al 31 ottobre 2001, quota 710, per un totale di 7.574 schermi.

Le cifre analoghe, al 31 ottobre 2000, erano rispettivamente 599 e 6.338, pari a circa il 22% del totale degli schermi dei trentadue paesi dell'Europa Occidentale e Centro-orientale rilevati da MEDIA Salles. In dodici mesi si è registrato quindi un incremento del 19,5% quanto a numero di schermi e del 18,5% per numero di complessi.

Da questo emerge anche che la taglia media dei complessi attivi a ottobre 2001 è leggermente più alta di quella dei multiplex esistenti alla fine di ottobre del 2000.

È passata infatti da circa 10,5 schermi per complesso a oltre 11.

Più della media sono peraltro cresciuti i megaplex, cioè i complessi con almeno 16 schermi: erano 31 nel 2000 (601 schermi), sono diventati 43 nel 2001 (825 schermi).

Il tasso di crescita è dunque del 37% in termini di schermi, del 39% in termini di complessi.

Sull'insieme dei complessi multiplex i megaplex pesano solo per il 6%, ma rappresentano l'11% degli schermi.

Tra i megaplex aperti nel 2001 spiccano i Kinopolis di Valencia (Spagna) e Poznan (Polonia) che al ragguardevole numero di schermi (rispettivamente 24 e 20) uniscono un ugualmente elevato numero di posti (8.194 e 7.338). Si è detto che mediamente i complessi con almeno 8 schermi sono cresciuti di circa il 19%.

Guardando più da vicino la loro distribuzione geografica si nota che in alcuni mercati la crescita è stata più forte che in altri.

Su tutti spicca la Turchia, dove gli schermi nei multiplex sono più che raddoppiati. Sono aumentati più della media europea anche i multiplex in Italia, in Polonia e nella Repubblica Ceca. Nel giro di dodici mesi, gli schermi nei multiplex italiani sono passati da 196 a 304, i complessi da 19 a 29. In Polonia i complessi da 10 sono diventati 15, mentre il numero degli schermi è passato da 107 a 170. Nella Repubblica Ceca i complessi da 3 sono saliti a 6, gli schermi da 32 a 55.

Degni di nota sono pure i tassi di crescita dei multiplex in Spagna (circa il 21% in ter-

(segue a pag. 2)

Gli schermi nei multiplex europei al 31.10.2001

Paese	8 schermi	9 schermi	10 schermi	11 schermi	12 schermi	13 schermi	14 schermi	15 schermi	16 schermi	17 schermi	18 schermi	19 schermi	20 schermi	21 schermi	22 schermi	23 schermi	24 schermi	25 schermi	30 schermi	Totale
A	72	18	40	11	36	13	14							21						225
B	24		20	11	48	13	42		16	17							24	25		240
CH	24		10			13														47
CZ	16	9	30																	55
D	344	279	180	55	96	26	42	30	16		18	19								1.105
DK		18	10	11						17										56
E	344	270	230	121	144	52	28	60	32	17	18		20				72	25		1.433
EE				11																11
F	216	117	120	77	348		168	120	64	34	18	19	20		22	23				1.366
FIN		9	20				14													43
GR	8	9	10	11									20							58
HU	16	18	40	22			14													110
I	24	90	60	22	36	26	28				18									304
IRL		18	20	11	36		14													99
L			10																	10
N	24					13														37
NL	24	9	10			13	14													70
P	8	18	30	11									20							87
PL	24	9	30	11	36	26	14						20							170
RO			10																	10
S	64	9	30		12		14		16		18									163
SI					12															12
SK	8																			8
TR	16	18	20	11																65
UK	200	315	270	132	300	117	210	90	48		18		60						30	1.790
Totale	1.456	1.233	1.200	528	1.104	312	616	300	192	85	108	38	160	21	22	23	96	50	30	7.574

mini di schermi) e in Francia (circa il 20%). Mentre infatti Turchia, Italia, Polonia e Repubblica Ceca sono territori in cui la diffusione dei multiplex era nel 2000 decisamente inferiore alla media europea, Spagna e Francia sono paesi in cui gli schermi nei multiplex rappresentavano già nel

2000 rispettivamente il 35% e il 24% del totale. Infine resta da segnalare che nell'ottobre del 2001 i paesi con almeno un multiplex sono 25: i tre che si sono aggiunti rispetto all'ottobre 2000 sono Estonia, Slovenia e Repubblica Slovacca che hanno visto l'apertura di un complesso con almeno otto

schermi nelle rispettive capitali.

Elisabetta Brunella

Altre informazioni sui multiplex in Europa sono disponibili nell'Annuario "European Cinema Yearbook" - edizione 2001, elaborato da MEDIA Salles e consultabile sul sito www.mediasalles.it

CORSO PER ESERCENTI: COME PARTECIPARE

Per i partecipanti provenienti dai paesi aderenti al Programma MEDIA, il costo del corso è di 120 euro e comprende il soggiorno presso lo European Film College. Le spese di viaggio sono a carico dei partecipanti. Per maggiori informazioni è possibile rivolgersi a:

• a proposito dell'organizzazione del corso, del programma e della selezione dei partecipanti:

Jonna Jensen
tel: +45 45461052
cell: +45 21743474
E-mail: joj@mail.tdcadsl.dk

• a proposito del progetto: **MEDIA Salles**
Elisabetta Brunella
tel: +39 02 66984405
E-mail: infocinema@mediasalles.it
Web: www.mediasalles.it

• per il viaggio e la sistemazione presso il College:

European Film College
Irene P. Paaske
tel: +45 86340855
E-mail: insec@efc.dk

I professionisti provenienti dai paesi dell'Europa Centro-Orientale possono partecipare al corso grazie all'accordo con Eureka Audiovisuel. Per maggiori informazioni:
• Eureka Audiovisuel
Eric Foucher
tel: +32 2 543 76 60
E-mail: e.foucher@aveureka.be



PROIETTARE IN DIGITALE: TRA PROGETTO ED ESPERIENZA

Quale potrà essere la funzione del digitale nell'evoluzione del mercato cinematografico? E in particolare, quale la sua incidenza nella promozione del cinema europeo? Intorno a queste e altre domande prenderà forma il modulo dedicato a quella che rappresenta senza dubbio una nuova frontiera del cinema. Relatore Marc Tijssens di Kinopolis, una delle imprese che, come Gaumont in Francia e Arcadia in Italia, ha già iniziato l'esperienza del digitale. È da queste recenti ma già significative esperienze che sono maturate le prime riflessioni circa gli aspetti progettuali, i nuovi modelli in termini di strategie di mercato, le motivazioni all'ingresso nel mondo del digitale. E proprio su queste riflessioni si orienterà una parte del corso. È necessario infatti che, chi si trova a gestire la promozione e l'offerta del prodotto cinematografico nelle sale, conosca e possa valutare rischi e opportunità del cinema digitale. Se è chiaro che l'introduzione del digitale in fase di produzione cambia il modo di realizzare un film, bisogna chiedersi quali potrebbero essere i cambiamenti derivanti dalle proiezioni digitali. A chi gestisce il delicato momento di incontro tra il film e il suo pubblico, dunque, il compito di riflettere sulle nuove forme in cui esso potrà avvenire.

EUROPEAN FILM COLLEGE

Perché proprio Ebeltoft? L'edizione di giugno 2002 del corso di formazione per esercenti manterrà diversi aspetti della "versione pilota", tra i quali il College che la ospiterà e che è anche tra i promotori dell'iniziativa: lo European Film College di Ebeltoft, in Danimarca. Fondato nel '93 da un gruppo di produttori cinematografici, scrittori e intellettuali danesi con l'intento di contribuire a una cultura filmica vivace e a un'industria cinematografica di successo in Europa, lo European Film College si occupa dell'educazione e formazione a 360 gradi nel campo audiovisivo rivolgendosi a giovani studenti ma anche a professionisti e ai semplici appassionati del mondo del cinema. Suo "fiore all'occhiello", nonché corso principale dell'anno, lo "eight-month foundation course" che ogni anno, da settembre a maggio, offre a studenti provenienti da tutto il mondo un programma intensivo di formazione in tutti gli aspetti dell'arte e del mestiere del cinema e della televisione. Basato sui principi classici della tradizione danese delle scuole popolari, stimola gli studenti a costruirsi la propria professionalità lavorando, 24 ore al giorno e sette giorni alla settimana per 32 settimane, come membri di un gruppo nel quale mettere alla prova, "sul campo", il proprio talento, la propria creatività e la propria motivazione. Alla fine del corso niente esami né test: ogni studente è responsabile di ciò che impara e di come usa il proprio tempo nel college di Ebeltoft. E con lo stesso spirito lo European Film College apre le sue porte anche ai professionisti: corsi, seminari, dibattiti, aggiornamenti, il tutto in moduli che prevedono programmi a tempo pieno e ritmi di vita che stimolano il confronto anche al di fuori delle aule. Maggiori informazioni sul sito: www.efc.dk

UN FOCUS ON EUROPE PER IL CINEMA DEI GIOVANISSIMI

Focus on Europe rivolge la sua attenzione anche al pubblico dei giovanissimi. Dalla fine del 2001, infatti, l'iniziativa di MEDIA Salles per la promozione del cinema europeo ha anche un'edizione speciale a "Castellinaria", il Festival Internazionale del Cinema Giovane giunto ormai al suo quattordicesimo anno di vita. All'interno del Festival, che ha avuto luogo dal 17 al 24 novembre scorso, MEDIA Salles ha organizzato due giornate dedicate alla promozione del cinema europeo specificamente rivolto agli esercenti che in tutta l'Europa propongono una programmazione mirata per i ragazzi e le scuole. L'evento è l'evoluzione dell'incontro annuale degli esercenti aderenti al circuito Euro Kids Network. Infatti, anche se le nuove condizioni previste da MEDIA Plus per il sostegno alle sale non consentono più di finanziare il circuito come in passato, MEDIA Salles non interrompe la propria azione rivolta al cinema per ragazzi: lo testimonia la nuova iniziativa Focus on Europe che dal 2001 vede consolidarsi la collaborazione tra MEDIA Salles e il Festival "Castellinaria". Lo scopo è quello di proseguire e incrementare quell'attenzione, che è stata la base della creazione di Euro Kids Network, verso una cultura cinematografica per i più giovani, troppo spesso vittime di un mercato cinematografico poco attento alle loro necessità. Non è infatti un caso che, come emerge dalla ricerca di MEDIA Salles "Piccoli Spettatori, Grande Schermo" rivolta al pubblico dagli 8 agli 11 anni, il 34% dei bambini europei valuti i film "lontani dal mondo reale" e che per il 14% di essi al cinema si raccontino storie vicine solo alla vita degli adulti. Dal 16 al 18 novembre più di quaranta esercenti che, dalla Scandinavia a Cipro, ospitano o organizzano nelle loro sale circuiti di film di qualità per ragazzi, hanno partecipato al Focus. Con due giornate di intenso dibattito si sono confrontati sulle strategie più valide per promuovere il cinema europeo che possa attrarre l'attenzione dei più giovani e hanno condiviso con il pubblico in erba di "Castellinaria" la visione di numerose proiezioni. Esperienza tutt'altro che marginale: con 800 giovanissimi spettatori in sala, gli esercenti hanno potuto "toccarne con mano" le reazioni, sentirne i commenti a caldo, intuire quali film catturavano maggiormente l'attenzione del giovane pubblico.

(segue a pag. 4)