

Il consumo di cinema in Europa nel 2003

Cinema-going in Europe in 2003

La consommation de cinéma en Europe en 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 ed 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 5,1%. Certo non è una situazione allarmante – commentano gli addetti del settore – visto che il 2003 chiude comunque con più di 909 milioni di spettatori, quando dieci anni prima i biglietti venduti non raggiungevano i 690 milioni. A preoccupare semmai è il timore che i forti investimenti fatti in questo decennio per ammodernare ed estendere il parco delle sale stiano ormai per esaurire il loro effetto positivo sulla crescita delle presenze. Intanto gli schermi hanno superato quota 27.000, continuando a crescere (+2,2% rispetto al 2002), anche se con un incremento decisamente minore a quello del finire degli anni Novanta. In termini di spettatori, i risultati dei cinque principali mercati europei nel 2003 sono negativi. 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



If it was practically impossible to identify a single key for interpreting trends in cinema-going in European cinemas in 2002, the main trend in 2003 emerges very distinctly: admissions are down almost everywhere. Whilst in 2002, both on the larger markets and on the smaller ones, we saw some territories experiencing growth and others experiencing a reversal of this trend, the following year brought confirmation of the forecasts by those who had interpreted the decrease in admissions in Spain or in Germany as something more than an isolated hiccup. In 2003 overall admissions in the 18 countries of Western Europe analysed by MEDIA Salles suffered a drop of 5.1%. Of course this is not an alarming situation, say the experts, in view of the fact that 2003 closes nevertheless with over 909 million spectators, when ten years previously ticket sales amounted to fewer than 690 million. What may be worrying, on the other hand, is the fear that the heavy investments made over this decade in order to renovate and extend cinemas, are now exhausting the positive effect they had created in terms of a growth in

Si, per 2002, il s'averebbe praticamente impossibile de déterminer une clé unique de lecture du cours de la consommation de cinéma dans les salles européennes, en 2003 la tendance dominante s'est présentée avec plus de clarté: à savoir que, presque partout, les entrées ont subi une diminution. Alors qu'en 2002, aussi bien les marchés importants que les plus petits possédaient des territoires en croissance et d'autres en repli, l'année suivante voit se confirmer les prévisions de ceux qui avaient interprété la baisse de spectateurs en Espagne ou en Allemagne comme quelque chose de plus qu'une contraction passagère destinée à demeurer isolée. En 2003, en effet, les entrées globales dans les 18 pays d'Europe Occidentale analysés par MEDIA Salles ont subi une baisse de 5,1%. Certes, la situation n'est pas alarmante – commentent les experts du secteur – vu que 2003 a clôturé avec plus de 909 millions de spectateurs, alors qu'il y a dix ans les billets vendus n'atteignaient pas les 690 millions. Ce qui inquiète, c'est plutôt la crainte que les forts investissements réalisés durant ces dix dernières années pour moderniser et accroître le parc des salles, soient maintenant sur le point d'épuiser leur effet positif sur la croissance des entrées. En attendant, les écrans ont dépassé le nombre de 27.000, et continuent à augmenter (+2,2% par rapport à 2002), même si avec une hausse nettement inférieure à celle que l'on pouvait enregistrer à la fin des années Quatre-vingt-dix. En termes de spectateurs, les résultats des cinq principaux marchés européens en 2003 sont négatifs. L'Allemagne recule d'un pesant -9,1% (qui fait suite au -7,9% de 2002 par rapport à 2001) et elle s'établit

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 l'Italia, che arretra sotto la soglia dei cento milioni di spettatori (-5,5%) rispetto al 2002. Il Regno Unito vede i suoi spettatori diminuire del 4,9%, ottenendo peraltro, nel 2003, il secondo miglior risultato (oltre 167 milioni di spettatori) dell'ultimo decennio. Più contenuta la flessione del mercato spagnolo (-2,3% rispetto al 2002), che però nel giro di due anni ha perso circa 10 milioni di spettatori. In Spagna, come in Italia, rimangono invece significativi gli aumenti del numero degli schermi, rispettivamente del 5,0% e del 6,4%. Tra i mercati di minori dimensioni sono contraddistinti da un calo piuttosto accentuato Grecia (pari a circa -13% secondo le stime disponibili), Lussemburgo (-11,9%), Islanda (-10,8%), Svizzera (-9,8%), Austria (-7,8%) e Belgio (-6,1%). Meno severi i decrementi che hanno colpito la Svezia (-0,7%) e la Danimarca (-4,8%), dove gli schermi continuano peraltro a crescere. Alla tendenza negativa non sfugge il Portogallo (-3,9%), dove il calo degli spettatori era già iniziato nel 2002. In controtendenza troviamo solamente la Norvegia, con un lusinghiero +8,4% che le consente di superare la soglia dei 13 milioni di spettatori, seguita 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, e dalla Finlandia (+2,8%). Lieve crescita (+0,7%) anche per l'Irlanda, il paese

admissions. Meanwhile screen numbers have grown to over 27,000 and continue to increase (+2.2% compared to 2002), although with a decidedly lower increase than that registered at the end of the Nineties. In terms of audiences, the results of the five main European markets in 2003 are negative. There have been negative results on the five main European markets. Germany dropped behind with a heavy -9.1% (that follows the -7.9% of 2002 over 2001) settling at 149 million spectators – the level found in 1998 and 1999 – thus “burning” in the period of two years, nearly 30 million tickets. There was a halt instead in the number of screens, that remains the same as in 2002. There was also a drop in France (-5.6%), losing more than 10 million spectators compared to 2002, and in Italy, which drops to below the one hundred million threshold (-5.5%) compared to 2002. The United Kingdom sees its audiences decrease by 4.9%, despite achieving, in 2003, the second best result (over 167 million spectators) of the last decade. There is a less evident dip on the Spanish market (-2,3% compared to 2002), which, however, has lost around 10 million spectators over a two-year period. In Spain, as in Italy, there remain significant increases in the number of screens, respectively 5.0% and 6.4%. On the smaller markets a fairly marked drop distinguishes Greece (about -13%, according to available estimates), Luxembourg (-11.9%), Iceland (-10.8%), Switzerland (-9.8%), Austria (-7.8%) and Belgium (-6.1%). There were less severe drops in Sweden (-0.7%) and Denmark (-4.8%), where screens continued to rise in number. Portugal didn't escape the negative tendency

sur le nombre de 149 millions de spectateurs – qui est le niveau de '98 et de '99 – en “brûlant” ainsi, en deux ans, presque 30 millions de billets. Temps d'arrêt, au contraire, quant au nombre d'écrans, qui demeure inchangé vis-à-vis de 2002. Les spectateurs diminuent aussi en France (-5,6%), où leur nombre baisse de plus de 10 millions par rapport à 2002, et en Italie, qui recule sous le seuil des cent millions de spectateurs (-5,5%) eu égard à 2002. Le Royaume-Uni voit ses spectateurs décroître de 4,9%, en obtenant, toutefois, en 2003, le second meilleur résultat (plus de 167 millions de spectateurs) de cette dernière décennie. Le fléchissement du marché espagnol est plus limité (-2,3% par rapport à 2002), bien qu'il ait perdu une dizaine de millions de spectateurs en deux ans. En Espagne, comme en Italie, l'augmentation du nombre d'écrans, respectivement de 5,0% et de 6,4%, demeure significative. Les marchés de plus petites dimensions, frappés par une baisse plutôt accentuée, sont la Grèce (environ -13% selon les estimations disponibles), le Luxembourg (-11,9%), l'Islande (-10,8%), la Suisse (-9,8%), l'Autriche (-7,8%) et la Belgique (-6,1%). Moins sévères les décroissements qui ont touché la Suède (-0,7%) et le Danemark (-4,8%) où, d'ailleurs, les écrans continuent à augmenter. Au Portugal, qui n'échappe pas à cette tendance négative (-3,9%), la diminution des spectateurs avait déjà commencé en 2002. Seule la Norvège est à contre-tendance, avec un flatteur +8,4% qui lui consent de dépasser le seuil des 13 millions de spectateurs, suivie des Pays-Bas,

che detiene il primato nell'Unione Europea quanto a frequenza media pro capite, pari a circa 4,4. Connotata da un andamento complessivamente negativo è anche la situazione delle presenze nell'Europa Centrale, Orientale e del Bacino del Mediterraneo, che chiude con un -3,9%. Ma i 15 territori di cui disponiamo dei dati registrano tendenze assai contrastanti fra loro: gli spettatori di sette paesi, infatti, sono in forte aumento, mentre calano vertiginosamente quelle degli altri otto. Un picco 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%. Positive, inoltre, la Lettonia, che registra un aumento del 5,8%, e Malta (+1,7%). Resta sostanzialmente stabile il mercato turco (+0,5% rispetto al 2002). 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 28,4% 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%).

(-3.9%), where the drop in admissions had already started in 2002.

We find only Norway in countertendency with a flattering +8.4% which bettered the level of 13 million spectators, followed by the Netherlands which, with a 3.1% increase, confirm the positive trend which began in 2000, leading them to overtake neighbouring Belgium, so similar to them in many ways, and Finland (+2.8%).

There was a slight rise (+0.7%) also for Ireland, the country that holds the EU per capita frequency record, of about 4.4.

Admissions in Central Europe, Eastern Europe and in the Mediterranean Rim were characterized by a generally negative trend and closed with -3.9%. But the 15 territories whose data we possess, register rather contrasting tendencies: the number of spectators in seven countries, in fact are undergoing a significant rise, meanwhile there is a giddy drop in the other eight. A truly exceptional peak was registered in Bulgaria with more than 3 million presences (+50.9%), as against a little over 2 million in 2002. Over the period of a year, Cyprus saw its spectators rise considerably: the increase between 2002 and 2003 was of 21.5%. Another very good result was obtained in the Czech Republic, that in 2003 saw 13.5% more admissions than in 2002.

Cinema-going did not do badly in Slovenia, where audiences rose by 7%. Positive data also for Latvia, which registered a rise of 5.8%, and Malta (+1.7%). The Turkish market remains basically stable (+0.5% compared to 2002).

Countries such as Lithuania and Yugoslavia (now Serbia

lesquels, avec une hausse de 3,1%, confirment le cours positif entamé en 2000 et qui les avait amenés à dépasser, en nombre de spectateurs, la Belgique toute proche et, sous de nombreux aspects, semblable, mais aussi la Finlande (+2,8%).

Une légère croissance (+0,7%) également en Irlande, pays détenant le record, dans l'Union Européenne, de fréquentation moyenne par habitant, qui est de l'ordre de 4,4.

La situation des entrées en Europe Centrale, Orientale et du Bassin Méditerranéen, elle aussi, marquée par un cours globalement négatif, clôture avec un -3,9%.

Mais les 15 territoires dont nous disposons des données, enregistrent des tendances très opposées: en effet, les spectateurs de sept pays sont en forte augmentation, alors que le nombre de ceux des huit autres baisse vertigineusement. La Bulgarie enregistre un pic vraiment exceptionnel, avec plus de 3 millions d'entrées (+50,9%), par rapport à un peu plus de 2 millions en 2002. Chypre aussi voit son nombre de spectateurs s'accroître considérablement: en effet, la hausse entre 2002 et 2003 a été de 21,5%. Un autre résultat excellent est celui de la République Tchèque qui, en 2003, a enregistré 13,5% d'entrées en plus par rapport à 2002. Assez bonne également la consommation de cinéma en Slovénie, où le nombre de spectateurs s'est accru de 7%. Positives, en outre, la Lettonie, qui enregistre une augmentation de 5,8%, et Malte (+1,7%). Le marché turque demeure essentiellement stable (+0,5% eu égard 2002). Au contraire, des pays comme la Lituanie et la Yougoslavie (à présent Serbie et Monténégro)

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 si attesta nel 2003 su oltre 940 milioni, registrando un calo di circa il 5% rispetto al 2002, ma un lusinghiero incremento di circa il 15% rispetto al 1997.

Elisabetta Brunella
Segretario Generale di MEDIA Salles

and Montenegro) experienced very sharp drops, equal to 27.1% for the former (where spectators decreased from 1.9 million to less than 1.4 million) and 28.4% for the latter (where admissions dropped by more than a million between 2002 and 2003). There was also a considerable decrease in audiences in Estonia (-18.2%), Romania (-14.8%) and Hungary (-11.4%). There were also fewer spectators in Poland (-6.7%) and in the Slovak Republic (-1.5%).

So far we have looked at cinema-going by analysing the territories according to the traditional groupings of Western/Central and Eastern Europe together with the Mediterranean Rim. But, shifting from this modality, which responds to the criteria of grouping markets with similar and comparable histories and characteristics, and instead adopting criteria based on the enlargement of the European Union to the 25 members, we will see that the total number of admissions settles in 2003 at more than 940 million, registering a drop of about 5% compared to 2002, but a flattering increase of nearly 15% compared to 1997.

Elisabetta Brunella
Secretary General of MEDIA Salles

subissent des baisses très accentuées, de l'ordre de 27,1% dans le premier cas (où les spectateurs sont passés de 1,9 à moins de 1,4 millions) et à 28,4% dans le second (où les entrées ont diminué de plus d'un million entre 2002 et 2003). En forte diminution aussi le nombre de spectateurs en Estonie (-18,2%), en Roumanie (-14,8%) et en Hongrie (-11,4%). Moins de spectateurs également en Pologne (-6,7%) et en République Slovaque (-1,5%).

Jusqu'ici, nous avons considéré la consommation de cinéma en analysant les territoires selon les agrégations traditionnelles d'Europe Occidentale/Centrale et Orientale avec le Bassin Méditerranéen. Mais, si nous nous écartons de cette modalité qui, d'ailleurs, répond au critère de rapprocher les marchés ayant des histoires et des caractéristiques similaires et comparables et nous adoptons, au contraire, le critère basé sur l'élargissement de l'Union Européenne, à présent avec 25 membres, nous voyons qu'en 2003, le nombre total des spectateurs s'est établi à plus de 940 millions, en enregistrant une baisse d'environ 5% par rapport à 2002, mais un accroissement flatteur d'environ 15% eu égard à 1997.

Elisabetta Brunella
Secrétaire Générale de MEDIA Salles