

NUOVO - SPECIALE BERLINO

Anticipazioni sul consumo di cinema in Europa nel 2005

*NEW - BERLIN SPECIAL*

*Advance news of cinema-going in Europe in 2005*

NOUVEAU - SPÉCIALE BERLIN

Anticipations sur la consommation de cinéma en Europe en 2005

*NOVEDAD - ESPECIAL BERLÍN*

*Avance sobre las pautas de consumo de cine en Europa en 2005*

---



## Il consumo di cinema in Europa nel 2005

### Cinema-going in Europe in 2005

### La consommation de cinéma en Europe en 2005

### El consumo de cine en Europa en 2005

Gli ultimi mesi del 2005 – che hanno visto una generale ripresa del consumo di cinema – non sono bastati a risollevarne le sorti di un anno caratterizzato dal segno negativo. In tutta l'Europa e nel Bacino del Mediterraneo gli spettatori sono decisamente diminuiti. In media i quindici paesi dell'Europa Occidentale i cui risultati sono già disponibili arretrano dell'11%. Perdono, infatti, circa 100 milioni di spettatori, passando dai 925 del 2004 a 824.

I dieci territori dell'Europa Centro-Orientale e del Mediterraneo, che hanno reso noti i loro dati, passano da 101 milioni di biglietti a 82 e subiscono un calo del 19%, con punte superiori al 20% in Repubblica Ceca (-21%), Slovacchia (-24%), Romania (-29%) e Polonia (-30%).

È pure vero che il 2004, come si era sottolineato a suo tempo, aveva avuto – soprattutto in certi paesi – un carattere di eccezionalità, facendo registrare crescite molto importanti.

Di conseguenza, si può rileggere il 2005 distinguendo i mercati tra quelli che hanno comunque mantenuto

*The last few months of 2005 – which saw a general recovery in cinema-going – proved unable to change the fate of a year marked by negative results. Throughout Europe and the Mediterranean Rim there was a decided decrease in admissions. On average the fifteen countries of Western Europe for which figures are already available regress by 11%. In fact, they lose around 100 million spectators, dropping from 925 in 2004 to 824.*

*The ten countries of Central-Eastern Europe and the Mediterranean area that have made their data available move from 101 million tickets sold to 82, experiencing a 19% drop, with peaks of over 20% in the Czech Republic (-21%), Slovakia (-24%), Romania (-29%) and Poland (-30%).*

*It is, however, true that 2004, as emphasised at the time, was –*



Les derniers mois de 2005 – qui avaient pourtant vu une reprise générale de la consommation de cinéma – n'ont pas suffi à conjurer le sort d'une année caractérisée par un résultat négatif. Dans toute l'Europe et dans le Bassin Méditerranéen, le nombre de spectateurs a chuté.

En moyenne, les quinze pays de l'Europe Occidentale dont les résultats sont déjà disponibles, reculent de 11%. Ils perdent, en effet, environ 100 millions de spectateurs, en passant de 925 millions en 2004, à 824 millions. Les dix territoires de l'Europe Centre-Orientale et de la Méditerranée, qui ont divulgué leurs chiffres, passent de 101 millions d'entrées à 82 millions, en subissant une baisse de 19%, avec des pointes dépassant même 20% en République Tchèque (-21%), en Slovaquie (-24%), en Roumanie (-29%) et en Pologne (-30%).

*Los últimos meses de 2005 – en los que pudo observarse una recuperación general en las pautas de consumo de cine – no han sido suficientes para cambiar un año caracterizado por resultados negativos. En Europa y la Cuenca del Mediterráneo se ha producido un descenso en las audiencias. Los quince países de Europa Occidental, cuyos datos están ya disponibles, muestran un retroceso medio del 11%. De hecho, pierden alrededor de 100 millones de espectadores, cayendo de los 925 millones en 2004 a los 824.*

*En los diez países de Europa Central, Oriental y de la Cuenca del Mediterráneo, que han publicado sus datos, se ha producido un descenso de entradas vendidas que han pasado de los 101 millones a los 82, experimentando un descenso del 19% con picos superiores al 20% en la República Checa (-21%), Eslovaquia (-24%), Rumanía (-29%) y Polonia (-30%).*

*Es, sin embargo cierto que 2004, como se subrayó entonces fue – especialmente para algunos países – un año excepcional que registró crecimientos muy altos. Consecuentemente, 2005 puede ser reinterpretado distinguiendo los*

parte del guadagno di spettatori realizzato tra il 2003 e il 2004 e quelli che invece l'hanno perso del tutto. Al secondo gruppo appartengono innanzitutto i due territori accomunati dalla più grave diminuzione che si registri in Europa Occidentale, pari a -19%. Si tratta di Austria e Germania, paese – quest'ultimo – che, perdendo quasi 30 milioni di biglietti rispetto al 2004, tocca il livello più basso dal 1995. In un'analoga situazione si trova, seppur con un calo meno severo, anche un altro dei cinque grandi mercati dell'Europa Occidentale, la Spagna, che chiude il 2005 con -14%, lasciandosi dietro 20 milioni di spettatori. Sulla stessa scia, territori di dimensioni minori come Lussemburgo (-15%), Svizzera (-12%), Finlandia (-12%), Svezia (-12%), Paesi Bassi (-11%), Portogallo (-10%), Norvegia (-6%), Irlanda (-5%), ma anche la Gran Bretagna (-4%). Sul fronte, invece, di coloro che meglio resistono al calo generalizzato, riuscendo a mantenere una quantità di spettatori superiore al 2003, ci sono Danimarca (-3%), Italia (-9%)

*especially for some countries – an exceptional year, recording very high growth. Consequently, 2005 can be re-interpreted by distinguishing the markets that have nonetheless maintained part of the growth in audiences achieved between 2003 and 2004 from those which, instead, lost it altogether. The second group includes first and foremost two countries that share the most serious drop recorded in Western Europe, equal to -19%. They are Austria and Germany, a country which, losing almost 30 million tickets compared to 2004, touches its lowest level since 1995.*

*A similar situation, though with a less severe drop, is also experienced by another of the five great markets of Western Europe, Spain, which closes 2005 with -14%, leaving behind 20 million spectators.*

*Following the same trend are smaller countries, such as Luxembourg (-15%), Switzerland (-12%), Finland (-12%), Sweden (-12%), The Netherlands (-11%), Portugal (-10%), Norway (-6%), Ireland (-5%), but also Great Britain (-4%). In the ranks of those that,*

Il est vrai, ainsi que nous l'avions souligné à l'époque – et surtout dans certains pays – que l'année 2004 avait eu un caractère d'exceptionnalité, en faisant enregistrer des hausses très importantes. On peut alors réinterpréter le cours de l'année 2005 en distinguant les marchés qui ont conservé une partie du gain en spectateurs réalisé entre 2003 et 2004 et les marchés qui, au contraire, l'ont entièrement perdu. À ce second groupe appartiennent, tout d'abord, les deux pays touchés par la plus forte baisse enregistrée en Europe Occidentale, qui est de l'ordre de -19%. Il s'agit de l'Autriche et de l'Allemagne; ce dernier pays, en perdant presque 30 millions d'entrées par rapport à 2004, touche son plus bas niveau depuis 1995. Bien qu'avec une diminution moins sévère, un autre des cinq grands marchés d'Europe Occidentale, l'Espagne, se trouve aussi dans une situation semblable, en clôturant l'année 2005 avec -14%, ce qui signifie, concrètement, 20 millions de spectateurs en moins. Des territoires de plus petites dimensions comme le Luxembourg (-15%), la Suisse (-12%),

*mercados que a pesar de todo mantuvieron parte del crecimiento de audiencias conseguido entre 2003 y 2004 de aquellos que, en su lugar, han perdido todo.*

*Al segundo grupo pertenecen dos destacados países que comparten la más seria caída registrada en Europa Occidental (-19%). Son Austria y Alemania, un país que, habiendo perdido casi 30 millones de entradas comparado con 2004, alcanza su nivel más bajo desde 1995.*

*Una situación similar, si bien con una caída menos severa, ha sido la experimentada por otro de los cinco grandes mercados de Europa Occidental, España, que cierra 2005 con un descenso del -14% y 20 millones de espectadores menos. La misma tendencia experimentan países más pequeños como Luxemburgo (-15%), Suiza (-12%), Finlandia (-12%), Suecia (-12%), Países Bajos (-11%), Portugal (-10%), Noruega (-6%), Irlanda (-5%), pero también Gran Bretaña (-4%). En el grupo de los que han conseguido permanecer por encima del descenso general, manteniéndose sus audiencias por encima de las cifras de 2003, están*

e Francia (-10%).

Analisi più approfondite – che saranno possibili quando dai dati ora disponibili si passerà a quelli definitivi e completi – consentiranno eventualmente di confermare se, alla base di questa miglior tenuta, ci sia anche il ruolo dei film nazionali che, nei tre paesi appena citati, detengono tradizionalmente quote di mercato superiori alla media dell'Europa Occidentale.

Si può peraltro già sin da ora citare l'Italia dove il secondo semestre, decisamente più positivo del primo quanto a spettatori, ha goduto della buona affermazione di una varietà di titoli nazionali, da *La Bestia Nel Cuore*, *I Giorni dell'Abbandono*, *La Tigre e La Neve*, *Romanzo Criminale*, *Ti Amo in Tutte le Lingue del Mondo* fino a *Natale a Miami*, che hanno soddisfatto gusti diversi, dal dramma alla commedia, e che hanno contribuito ad aumentare la quota di mercato delle produzioni nazionali, passata dal 19% a circa il 25%.

Per tentare di spiegare i risultati negativi del 2005 sono state fatte varie ipotesi. Alcune riguardano

*instead, stood up better to the general decrease, managing to keep their audiences above the 2003 figures, are Denmark (-3%), Italy (-9%) and France (-10%).*

*More detailed analyses – which can be made when the data now available is replaced by final and complete figures – will make it possible to confirm if the role of domestic films which, in the countries just mentioned, traditionally enjoy higher market shares than the average for Western Europe, also lies behind this better performance.*

*However, it is already possible to quote Italy where the second half of the year, decidedly better than the first half in terms of admissions, benefited from the affirmation of a range of domestic titles, from Don't Tell, The Days of Abandonment, The Tiger and the Snow, Crime Novel, Ti Amo in Tutte le Lingue del Mondo to Natale a Miami, catering for different tastes, from drama to comedy, and contributing to increasing the market share of domestic productions from 19% to about 25%.*

*Various hypotheses have been made in*

la Finlande (-12%), la Suède (-12%), les Pays-Bas (-11%), le Portugal (-10%), la Norvège (-6%), l'Irlande (-5%), mais aussi la Grande-Bretagne (-4%) sont dans la même situation. Au contraire, sur le front des pays qui résistent le mieux à la baisse généralisée et parviennent à conserver une quantité de spectateurs supérieure à celle de 2003, citons le Danemark (-3%), l'Italie (-9%) et la France (-10%).

Lorsque, des données actuellement disponibles, nous pourrions passer à celles définitives et complètes, des analyses plus approfondies permettront éventuellement de confirmer si, à la base de cette meilleure tenue, il y a aussi le rôle joué par les films nationaux qui, dans les trois pays que nous venons de citer, détiennent traditionnellement des parts de marché supérieures à la moyenne de l'Europe Occidentale. D'ailleurs, nous pouvons déjà indiquer l'Italie où le second semestre, nettement plus positif que le premier quant au nombre d'entrées, a bénéficié de la bonne affirmation d'une multiplicité de titres nationaux, allant de *Don't Tell*, *The Days of Abandonment*, *The Tiger and The Snow*, *Crime Novel*, *Ti Amo in*

*Dinamarca (-3%), Italia (-9%) y Francia (-10%).*

*Los análisis más detallados – que podrán elaborarse cuando los datos ahora disponibles sean sustituidos por las cifras finales y completas – harán posible confirmar si el papel de las películas nacionales que, en los países del último grupo, disfrutaban tradicionalmente de una cuota de mercado superior a la media de Europa Occidental, se encuentra en la base de este mejor comportamiento del mercado cinematográfico.*

*Sí es posible afirmar ya que Italia donde el segundo semestre del año, decididamente mejor que el primero en términos de audiencias, se benefició del éxito de algunos títulos nacionales, como La Bestia Nel Cuore (Don't Tell), I Giorni dell'Abbandono (The Days of Abandonment), La Tigre e La Neve (The Tiger and The Snow), Romanzo Criminale (Crime Novel), Ti Amo in Tutte le Lingue del Mondo o Natale a Miami. Películas para todos los gustos y de todos los géneros, del drama a la comedia, que han contribuido a incrementar la cuota de mercado de las producciones nacionales del 19% al 25%.*

fenomeni con caratteristiche di lungo periodo e più esterni all'offerta cinematografica in senso stretto, come il mutamento delle abitudini nel tempo libero, l'affermarsi di canali alternativi di fruizione del film (per esempio i dvd, facilitati nella loro diffusione dall'accorciarsi delle windows) o la pirateria. Altre spiegazioni insistono di più sulla qualità stessa dei film usciti nell'anno, meno capaci – in particolare quelli statunitensi – di attirare il grande pubblico al cinema. Tra coloro che sembrano propendere per questa ipotesi, John Fithian, Presidente di Nato (l'associazione statunitense degli esercenti), che, commentando l'annata 2005 degli Usa – chiusasi a -8,5%, ma considerata pur sempre una delle migliori dell'ultimo decennio – nota come l'andamento ciclico sia una caratteristica propria del consumo di cinema in sala.

Lo stesso fatto che una manciata di film di attrattiva internazionale – accompagnata, nei paesi più fortunati, da un numero di produzioni nazionali di qualità o di richiamo popolare – sia

*order to try and explain the negative results in 2005. Some regard phenomena of a long-term nature and located more outside the offer of films in its strictest sense, such as the change in leisure habits, the affirmation of alternative channels for viewing films (for example, dvds, the spread of which has been facilitated by reducing windows) or piracy. Other explanations insist more on the actual quality of the films released during the year, less capable – especially in the case of US films – of drawing large audiences. Amongst those who seem to favour the latter hypothesis is John Fithian, President of Nato (the US exhibitors' association) who, when commenting on the year 2005 in the Usa – which closed at -8.5%, but is still considered one of the best in the last decade – notes how the cyclical trend is a particular characteristic of cinema-going.*

*The very fact that a handful of films with international appeal – accompanied, in the more fortunate countries, by a number of quality domestic productions or ones with popular appeal – has managed to bring*

*Tutte le Lingue del Mondo* jusqu'à Natale a Miami, qui ont satisfait les goûts les plus divers, du drame à la comédie, et contribué à augmenter la part de marché des productions nationales, passée de 19% à quelque 25%.

Pour essayer d'expliquer les résultats négatifs de 2005, différentes hypothèses ont été faites. Certaines concernent des phénomènes ayant des caractéristiques de longue période et plus extérieurs à l'offre cinématographique dans le sens strict, tel le changement des habitudes durant le temps libre, l'affirmation de canaux alternatifs de vision des films (par exemple les dvd, facilités dans leur diffusion par la diminution des délais d'exploitation) ou la piraterie. D'autres explications insistent davantage sur la qualité des films sortis durant l'année, moins à même – notamment ceux américains – d'attirer le grand public au cinéma. Parmi les personnes qui semblent pencher pour cette hypothèse, citons John Fithian, Président de Nato (l'association américaine des exploitants) qui, en commentant l'année 2005 aux Usa – clôturée à -8,5%, mais toujours considérée une des meilleures de la dernière décennie –

*Se han barajado varias hipótesis para tratar de explicar los resultados negativos de 2005. Algunas se refieren a fenómenos relacionados con el largo plazo y algo externos a la oferta cinematográfica en sentido estricto como el cambio en los hábitos de ocio, la consolidación de canales alternativos a través de los cuales poder disfrutar de una película (por ejemplo el dvd cuya expansión se ha facilitado reduciendo ventanas de explotación) o la piratería. Otras explicaciones insisten más en la calidad de las películas estrenadas durante el año, incapaces – sobre todo en el caso de las películas estadounidenses – de conseguir grandes taquillas. Entre los partidarios de esta última hipótesis se encuentra John Fithian, Presidente de Nato (la asociación de exhibidores estadounidenses) quien, al comentar el año 2005 en Estados Unidos – que se cerró con un descenso del 8,5% pero aún es considerado uno de los mejores de la última década – señaló como esta pauta cíclica es muy característica del consumo de cine.*

*El hecho es que un puñado de películas con atractivo internacional –*

riuscita nell'ultimo quadrimestre a riportare al cinema milioni di spettatori sembra accreditare l'ipotesi più legata alle caratteristiche stesse dei film. E anche a dare una certa speranza per il futuro.

Elisabetta Brunella  
*Segretario Generale di MEDIA Salles*

*millions of spectators back into the cinemas over the past four months seems to support the hypothesis linked rather to the characteristics of the films themselves. And also to provide some hope for the future.*

*Elisabetta Brunella*  
 Secretary General of MEDIA Salles

remarque comment le cours cyclique est une caractéristique propre de la consommation de cinéma en salle. Le fait même qu'une poignée de films d'attrait international – accompagnée, dans les pays plus chanceux, d'un nombre de productions nationales de qualité ou de rappel populaire – ait réussi, au cours de ce dernier quadrimestre, à ramener au cinéma des millions de spectateurs, semble créditer l'hypothèse davantage liée aux caractéristiques mêmes du film. Et aussi à donner un certain espoir pour le futur.

Elisabetta Brunella  
*Secrétaire Générale de MEDIA Salles*

*acompañadas, en los países más afortunados, por un número de producciones nacionales de calidad o reclamo popular – que se las han apañado para devolver a millones de espectadores a las salas en los últimos cuatro meses del año, parecen apoyar la hipótesis más ligada a las características de las películas en sí mismas. Y también parecen traer alguna esperanza de futuro.*

*Elisabetta Brunella*  
 Secretaria General de MEDIA Salles



**Incasso lordo (1995-2005)****Gross box office revenues (x 1 000) (1995-2005)****Recettes brutes (1995-2005)****Recaudación (1995-2005)**

ECU (1999-2005: EURO)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005 <sup>1</sup>
<b>A</b>	66 087	66 306	82 544	86 884	87 347	102 562	119 492	125 952	115 830	124 697	.
<b>CH</b>	124 774	121 866	128 641	130 789	127 210	137 767	160 335	177 354	149 731	159 240	c. 140 513
<b>D <sup>2</sup></b>	629 678	678 445	743 081	816 323	808 120	824 462	987 245	960 075	849 762	892 925	744 989
<b>DK</b>	49 710 <sup>3</sup>	59 231	64 732	72 063	71 942	74 362	86 870	99 614	97 735	105 238	c. 102 607 <sup>4</sup>
<b>E</b>	301 333	338 892	351 443	400 373	495 859	536 333	616 429	625 904	639 431	691 608	c. 616 296
<b>F</b>	703 180	724 539	781 894	911 360	823 164	893 165	1 013 927	1 027 865	1 000 274	1 136 410	.
<b>FIN</b>	34 652	33 841	36 515	40 835	45 407	46 631	46 272	53 400	56 005	50 810	c. 47 210
<b>I <sup>5</sup></b>	370 224	444 171	480 948	568 776	516 811	515 708	561 948	583 278	549 063	645 787	c. 594 100 <sup>6</sup>
<b>IRL</b>	33 403	53 537	53 221	56 540	59 703	76 184	83 041	93 500	97 500	100 900	102 885
<b>L</b>	3 428	3 862	6 510	7 980	7 336	7 639	8 535	c. 8 880	c. 7 777	c. 8 894	.
<b>N</b>	53 149	59 945	60 461	66 383	71 447	75 721	86 796	96 956	96 897	94 959	c. 98 486
<b>NL <sup>7</sup></b>	93 939 <sup>8</sup>	92 962	104 433	116 166	104 762	128 540 <sup>9</sup>	148 510	156 476	163 168	154 059	134 515
<b>P <sup>10</sup></b>	c. 25 753	c. 32 824	.	.	.	c. 70 530	c. 79 590	73 215	73 607	76 065	c. 68 000 <sup>11</sup>
<b>S</b>	104 270	110 443	108 124	111 876	123 147	131 838	135 522	147 280	150 843	141 199	119 071
<b>UK</b>	413 452	536 329	726 960	721 325	883 595	944 142	1 034 317	1 179 828	1 052 781	1 092 121	c. 1 134 095
<b>Totale UE</b>											
<b>Total EU</b>	2 829 109	3 175 382	3 540 405	3 910 501	4 027 193	4 352 096	4 921 698	5 135 267	4 853 776	5 220 713	3 663 768
<b>Total UE</b>											
<b>Total UE</b>											
<b>Totale generale</b>											
<b>Total general</b>	3 007 032	3 357 193	3 729 507	4 107 673	4 225 850	4 565 584	5 168 829	5 409 577	5 100 404	5 474 912	3 902 767
<b>Total général</b>											
<b>Total general</b>											

- 1) Tassi di cambio: Eurostat al 31 dicembre 2005.  
*Currency exchange rates: Eurostat as at 31<sup>st</sup> December 2005.*  
 Taux de change: Eurostat au 31 décembre 2005  
*Tipos de cambio: Eurostat a 31 de diciembre de 2005.*
- 2) Inclusi i cinema municipali.  
*Including municipal cinemas.*  
 Y compris les cinémas municipaux.  
*Incluidos los cines municipales.*
- 3) Questo dato si riferisce a 53 settimane di programmazione.  
*This figure refers to 53 screening weeks.*  
 Cette donnée se réfère à 53 semaines de programmation.  
*Esta cifra corresponde a 53 semanas de programación.*
- 4) Stima MEDIA Salles su dati Danske Biografer.  
*MEDIA Salles estimate based on Danske Biografer data.*  
 Estimation de MEDIA Salles sur la base des données Danske Biografer.  
*Estimación de Media Salles sobre los datos de Danske Biografer.*
- 5) Relativo agli schermi operanti per più di 60 giorni l'anno. L'incasso lordo in milioni di ECU relativo al totale degli schermi del paese era 457,2 nel 1996, 495,6 nel 1997 e 587,7 nel 1998. Nel 1999: 532,9 milioni di EURO. Nel 2000: 544,3 milioni di EURO. Nel 2001: 576,5 milioni di EURO. Nel 2002: 641,6 milioni di EURO. Nel 2003: 610,4 milioni di EURO. Nel 2004: 658,1 milioni di EURO.  
*Relevant to screens with more than 60 days of activity per year. The total gross box office in millions of ECU relevant to all screens in the country was 457,2 in 1996, 495,6 in 1997 and 587,7 in 1998. In 1999: 532,9 millions of EURO. In 2000: 544,3 millions of EURO. In 2001: 576,5 millions of EURO. In 2002: 641,6 millions of EURO. In 2003: 610,4 millions of EURO. In 2004: 658,1 millions of EURO.*  
 Relatives aux écrans en activité pendant plus de 60 jours par an. Le total des recettes brutes en millions d'ECU de tous les écrans du pays était de 457,2 en 1996, de 495,6 en 1997 et de 587,7 en 1998. En 1999: 532,9 millions d'EURO. En 2000: 544,3 millions d'EURO. En 2001: 576,5 millions d'EURO. En 2002: 641,6 millions d'EURO. En 2003: 610,4 millions d'EURO. En 2004: 658,1 millions d'EURO.  
*Correspondiente a las pantallas con más de 60 días de actividad al año. La recaudación total en millones de ECU correspondientes a las pantallas del país ascende a 457,2 en 1996, 495,6 en 1997 y 587,7 en 1998. En 1999: 532,9 millones de EUROS. En 2000: 544,3 millones de EUROS. En 2001: 576,5 millones de EUROS. En 2002: 641,6 millones de EUROS. En 2003: 610,4 millones de EUROS. En 2004: 658,1 millones de EUROS.*
- 6) Stima MEDIA Salles su dati SIAE e Cinetel.  
*MEDIA Salles estimate based on SIAE and Cinetel data.*  
 Estimation de MEDIA Salles sur la base des données SIAE et Cinetel.  
*Estimación de Media Salles sobre los datos de SIAE y Cinetel.*

- 7) Queste cifre includono un 4% circa riguardante i cinema municipali (quelli attrezzati professionalmente, con proiezioni regolari). A causa di difficoltà nella registrazione di alcuni dei loro risultati, il loro incasso totale deve essere stimato superiore di circa il 25% a quanto registrato. Di conseguenza i totali riportati sono di circa l'1% inferiori ai reali.  
 Queste cifre, inoltre, non includono i dati relativi ad alcuni piccoli distributori. Nel 2003 l'incasso lordo complessivo è di circa 164 milioni di EURO.  
*These figures includes about 4% originating from municipal cinemas (i.e. the professionally equipped ones with regular performances). Due to difficulties with the registration of some of their results, their total GBO has to be estimated about 25% higher than registrated, so that the indicated totals are about 1% lower than they really are.*  
*Moreover, these figures do not include data on some small distributors. In 2003 total gross box office was around 164 millions of EURO.*  
 Ces chiffres comprennent un pourcentage d'environ 4% concernant les cinémas municipaux (ceux équipés professionnellement, avec des séances régulières). A la suite d'une difficulté dans l'enregistrement de certains de leurs résultats, leurs recettes totales doivent être considérées supérieures d'environ 25% par rapport au chiffre enregistré. Il s'ensuit que les totaux indiqués sont inférieurs d'environ 1% aux chiffres réels.  
 En outre, ces chiffres ne comprennent pas les données relatives à quelques petits distributeurs. En 2003 les recettes brutes globales ont été d'environ 164 millions d'EUROS.  
*Estas cifras incluyen cerca de un 4% procedente de los cines municipales (es decir, cines equipados profesionalmente con resultados regulares). Debido a las dificultades de registro de algunos de sus resultados, se estima que su recaudación es aproximadamente un 25% más altos que los registrados, de modo que los totales indicados son cerca de un 1% más bajos que los datos reales. Además, estas cifras no incluyen datos de los pequeños distribuidores. En 2003 la recaudación asciende a unos 164 millones de EUROS.*
- 8) Questo dato si riferisce a 53 settimane di programmazione.  
*This figure refers to 53 screening weeks.*  
 Cette donnée se réfère à 53 semaines de programmation.  
*Esta cifra corresponde a 53 semanas de programación.*
- 9) Idem.
- 10) 1995-2001: stime.  
*1995-2001: estimates.*  
 1995-2001: estimations.  
*1995-2001: cálculos aproximados.*
- 11) Stima MEDIA Salles su dati ICAM.  
*MEDIA Salles estimate based on ICAM data.*  
 Estimation de MEDIA Salles sur la base des données ICAM.  
*Estimación de Media Salles sobre los datos de ICAM.*

**Presenze (1995-2005)**
**Admissions (x 1 000) (1995-2005)**
**Entrées (1995-2005)**
**Espectadores (1995-2005)**

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>A</b>	11 993	12 316	13 717	15 219	15 024	16 299	18 985	19 245	17 738	19 377	15 680
<b>CH</b>	14 797	15 149	15 548	15 911	15 403	15 564	17 082	18 774	16 478	17 200	c. 15 100
<b>D</b> <sup>1</sup>	124 485	132 885	143 122	148 876	148 996	152 533	177 925	163 910	148 957	156 709	127 318
<b>DK</b>	8 817 <sup>2</sup>	9 894	10 843	11 011	10 915	10 691	11 921	12 911	12 297	12 787	c. 12 404 <sup>3</sup>
<b>E</b>	94 638	104 265	105 045	112 143	131 348	135 391	146 810	140 716	137 472	143 932	c. 123 576
<b>F</b>	130 235	136 741	148 935	170 110	153 570	165 957	185 816	184 461	174 147	195 208	c. 175 653
<b>FIN</b>	5 301	5 487	5 943	6 395	7 035	7 091	6 539	7 424	7 633	6 928	c. 6 100
<b>I</b> <sup>4</sup>	86 520	92 354	98 191	112 900	98 772	97 819	105 538	103 768	98 037	112 903	c. 103 000 <sup>5</sup>
<b>IRL</b>	9 837	11 480	11 491	12 387	12 390	14 886	15 942	17 319	17 432	17 262	16 396
<b>L</b>	672	754	1 186	1 415	1 316	1 362	1 414	1 432	1 262	1 357	1 156
<b>N</b>	10 938	11 489	10 948	11 526	11 351	11 586	12 477	12 041	13 049	11 966	c. 11 300
<b>NL</b> <sup>6</sup>	17 184 <sup>7</sup>	16 783	18 934	20 094	18 647	21 581 <sup>8</sup>	23 787	24 119	24 862	23 044	20 473
<b>P</b>	c. 10 500	c. 12 800	14 163	17 327	18 758	19 224	20 940	19 480	18 723	18 800	17 000 <sup>9</sup>
<b>S</b>	14 869	15 400	15 210	15 819	15 982	16 978	18 101	18 297	18 172	16 611	14 618
<b>UK</b>	114 558	123 480	138 922	135 217	139 059	142 507	155 911	175 903	167 256	171 300	c. 164 692
<b>Totale UE</b>											
<b>Total EU</b>	629 609	674 639	725 702	778 913	771 812	802 319	889 629	888 985	843 988	896 218	798 066
<b>Total UE</b>											
<b>Total UE</b>											
<b>Totale generale</b>											
<b>Total general</b>	655 344	701 277	752 198	806 350	798 566	829 469	919 188	919 800	873 515	925 384	824 466
<b>Total général</b>											
<b>Total general</b>											

1) Inclusi i cinema municipali.

*Including municipal cinemas.*

Y compris les cinémas municipaux.

*Incluidos los cines municipales.*

- 2) Questo dato si riferisce a 53 settimane di programmazione.  
*This figure refers to 53 screening weeks.*  
Cette donnée se réfère à 53 semaines de programmation.  
*Esta cifra corresponde a 53 semanas de programación.*
  
- 3) Stima MEDIA Salles su dati Danske Biografer.  
*MEDIA Salles estimate based on Danske Biografer data.*  
Estimation de MEDIA Salles sur la base des données Danske Biografer.  
*Estimación de Media Salles sobre los datos de Danske Biografer.*
  
- 4) Relative agli schermi operanti per più di 60 giorni l'anno. Le presenze relative al totale degli schermi erano 96 448 505 nel 1996; 102 566 523 nel 1997; 118 425 865 nel 1998; 103 483 150 nel 1999; 103 367 832 nel 2000; 109 535 939 nel 2001; 114 805 678 nel 2002; 109 312 788 nel 2003; 115 845 480 nel 2004.  
*Relevant to screens with more than 60 days of activity per year. The total admissions relevant to all screens were 96 448 505 in 1996; 102 566 523 in 1997; 118 425 865 in 1998; 103 483 150 in 1999; 103 367 832 in 2000; 109 535 939 in 2001; 114 805 678 in 2002; 109 312 788 in 2003; 115 845 480 in 2004.*  
Relatives aux écrans en activité pendant plus de 60 jours par an. Le total des entrées de tous les écrans était de 96 448 505 en 1996; de 102 566 523 en 1997; de 118 425 865 en 1998; de 103 483 150 en 1999; de 103 367 832 en 2000; de 109 535 939 en 2001; 114 805 678 en 2002; 109 312 788 en 2003; 115 845 480 en 2004.  
*Correspondiente a las pantallas con más de 60 días de actividad al año. En total se registraron las siguientes entradas correspondientes a todas las pantallas: 96 448 505 en 1996; 102 566 523 en 1997; 118 425 865 en 1998; 103 483 150 en 1999; 103 367 832 en 2000; 109 535 939 en 2001; 114 805 678 en 2002; 109 312 788 en 2003; 115 845 480 en 2004.*
  
- 5) Stima MEDIA Salles su dati SIAE e Cinetel.  
*MEDIA Salles estimate based on SIAE and Cinetel data.*  
Estimation de MEDIA Salles sur la base des données SIAE et Cinetel.  
*Estimación de Media Salles sobre los datos de SIAE y Cinetel.*
  
- 6) Queste cifre non includono i dati relativi ad alcuni piccoli distributori. Nel 2003 le presenze complessive sono circa 25 000 000.  
*These figures do not include data on some small distributors. In 2003 total admissions were around 25 000 000.*  
Ces chiffres ne comprennent pas les données relatives à quelques petits distributeurs. En 2003 les entrées globales ont été environ 25 000 000.  
*Estas cifras no incluyen datos de algunos pequeños distribuidores. En 2003, hubo cerca de 25 000 000 entradas en total.*
  
- 7) Questo dato si riferisce a 53 settimane di programmazione.  
*This figure refers to 53 screening weeks.*  
Cette donnée se réfère à 53 semaines de programmation.  
*Esta cifra corresponde a 53 semanas de programación.*
  
- 8) Idem.
  
- 9) Stima MEDIA Salles su dati ICAM.  
*MEDIA Salles estimate based on ICAM data.*  
Estimation de MEDIA Salles sur la base des données ICAM.  
*Estimación de Media Salles sobre los datos de ICAM.*

**Numero di schermi (1995-2005)**
**Number of screens (1995-2005) <sup>1</sup>**
**Nombre d'écrans (1995-2005)**
**Número de pantallas (1995-2005)**

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>A</b>	379	421	424	424	503	523	579	566	550	558	552
<b>CH</b>	434	441	450	459	479	486	500	518	529	539	533
<b>D</b>	3 901	4 070	4 284	4 435	4 651	4 783	4792	4 868	4 868	4 870	4 889
<b>DK</b>	309	322	320	331	331	358	361	361	379	380	.
<b>E</b>	2 183	2 372	2 584	2 997	3 354	3 556	3747	4 001	4 274	4 497	c. 4 375
<b>F</b>	4 377	4 530	4 659	4 764	4 971	5 110	5241	5 257	5 289	5 314	.
<b>FIN</b>	330	325	321	331	362	343	339	342	339	342	c. 340
<b>I <sup>2</sup></b>	2 281	2 326	2 456	2 619	2 839	2 948	3112	3 353	3 566	3 610	c. 3 600 <sup>3</sup>
<b>IRL</b>	197	215	228	261	299	313	322	326	329	335	369
<b>L</b>	17	17	26	21	21	25	25	25	26	24	24
<b>N</b>	394	395	395	393	398	391	394	401	401	428	429
<b>NL <sup>4</sup></b>	487	493	499	516	520	562	565	593	603	623	659
<b>P</b>	282	323	410	449	488	495	460	c. 400	468	594 <sup>5</sup>	.
<b>S</b>	1 168	1 165	1 164	1 167	1 123	1 129	1174	1 176	1 170	1 179	1 174
<b>UK</b>	1 970	2 095	2 369	2 589	2 826	3 039	3248	3 402	3 433	3 342	c. 3 357
<b>Totale UE</b>											
<b>Total EU</b>											
<b>Total UE</b>	17 881	18 674	19 744	20 904	22 288	23 184	23 965	24 670	25 294	25 668	19 339
<b>Total UE</b>											
<b>Totale generale</b>											
<b>Total general</b>	18 709	19 510	20 589	21 756	23 165	24 061	24 859	25 589	26 224	26 635	20 301
<b>Total général</b>											
<b>Total general</b>											

- 1) Informazioni sugli schermi a tempo parziale, estivi ed itineranti sono disponibili nel “Source Document”, consultabile al sito web di MEDIA Salles (<http://www.mediasalles.it>).  
*Data on part-time, summer and travelling screens is published in the “Source Document”, available at MEDIA Salles web site (<http://www.mediasalles.it>).*  
 Détails sur les écrans à temps partiel, d'été et itinérants sont publiés dans le “Source Document”, disponible au site web de MEDIA Salles (<http://www.mediasalles.it>).  
*Los datos sobre las pantallas a media jornada, itinerantes y estivales está publicado en el “Source Document”, disponible en el sitio web de MEDIA Salles (<http://www.mediasalles.it>).*
- 2) Schermi operanti per più di 60 giorni l'anno. Fonte: SIAE.  
*Screens with more than 60 days of activity per year. Source: SIAE.*  
 Ecrans en activité pendant plus de 60 jours par an. Source: SIAE.  
*Pantallas con más de 60 días de actividad al año. Fuente: SIAE.*
- 3) Stima MEDIA Salles su dati SIAE e Cinetel.  
*MEDIA Salles estimate based on SIAE and Cinetel data.*  
 Estimation de MEDIA Salles sur la base des données SIAE et Cinetel.  
*Estimación de Media Salles sobre los datos de SIAE y Cinetel.*
- 4) Cinema municipali inclusi.  
*Municipal cinemas included.*  
 Cinémas municipaux inclus.  
*Cines municipales incluidos.*
- 5) Dati INE che includono anche le sale polivalenti.  
*INE data, which includes polyvalent theatres.*  
 Données INE comprenant aussi les salles polyvalentes.  
*Datos del INE que incluyen también las salas polivalentes.*

**Incasso lordo (1995-2005)**
**Gross box office revenues (x 1 000) (1995-2005)**
**Recettes brutes (1995-2005)**
**Recaudación (1995-2005)**
**ECU (1999-2005: EURO)**

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005 <sup>1</sup>
<b>CY</b>	2 997	3 511	4 499	5 109	4 484	5 787	5 554	.	6 524	4 655	5 458
<b>CZ</b>	7 333	8 877	11 349	14 485	13 762	17 148	24 576	30 623	33 446	36 310	29 494
<b>EE</b>	1 072	1 669	c. 2 100	2 965	2 589	3 153	4 820	5 829	5 106	4 795	4 815
<b>HU</b>	12 779	14 110	21 068	20 833	25 724	28 996	39 822	46 333	38 852	41 633	36 790
<b>LV</b>	971	1 100	1 898	2 475	3 040	3 805	3 288	3 190	3 282	5 016	c. 5 197
<b>PL</b>	c. 30 492	35 016	c. 42 518	c. 50 943	77 863	64 075	c. 100 751	c. 92 474	68 930	114 000	c. 86 643
<b>RO<sup>2</sup></b>	4 916	4 827	4 123	5 250	2 574	3 994	5 505	6 037	5 455	6 314	c. 6 689
<b>SI</b>	.	7 256	6 398	6 967	4 952	5 989	7 885	9 390	10 741	10 908	c. 9 004
<b>SK</b>	3 930	3 918	4 156	4 614	3 720	3 529	4 651	5 827	6 222	6 755	5 290
<b>TR</b>	c. 25 599	c. 23 449	53 990	48 608	.	88 359	55 671	56 223	67 935	94 928	110 570
<b>Totale UE</b>											
<b>Total EU</b>											
<b>Total UE</b>	59 574	75 457	93 986	108 391	136 134	132 482	191 347	193 666	173 103	224 072	182 691
<b>Total UE</b>											
<b>Totale generale</b>											
<b>Total general</b>											
<b>Total général</b>	90 089	103 733	152 099	162 249	138 708	224 835	252 523	255 926	246 493	325 314	299 950
<b>Total general</b>											

1) Tassi di cambio: Eurostat al 31 dicembre 2005.

*Currency exchange rates: Eurostat as at 31<sup>st</sup> December 2005.*

Taux de change: Eurostat au 31 décembre 2005

*Tipos de cambio: Eurostat a 31 de diciembre de 2005.*

2) Incasso netto.

*Net box office.*

Recettes nettes.

*Ingresos netos.*

**Presenze (1995-2005)**
**Admissions (x 1 000) (1995-2005)**
**Entrées (1995-2005)**
**Espectadores (1995-2005)**

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>CY</b>	778	879	931	1 013	842	1 012	858	854	1 034	705	822
<b>CZ</b>	9 253	8 854	9 815	9 252	8 371	8 719	10 363	10 693	12 140	12 046	9 479
<b>EE</b>	1 012	1 005	974	1 060	875	1 084	1 304	1 558	1 274	1 187	1 132
<b>HU</b>	13 954	13 279	16 443	14 570	14 388	14 287	15 693	15 278	13 541	13 663	11 503
<b>LV</b>	1 021	958	1 268	1 406	1 375	1 457	1 152	1 071	1 133	1 680	c. 1 601
<b>PL</b>	22 613	21 440	24 330	20 318	27 516	20 892	27 650	27 091	25 264	33 401	c. 23 466
<b>RO</b>	17 007	12 639	9 456	6 799	4 192	5 112	5 726	5 316	4 527	4 002	c. 2 850
<b>SI</b>	2 926	2 714	2 503	2 569	1 965	2 077	2 466	2 776	2 972	3 004	c. 2 465
<b>SK</b>	5 643	4 851	4 041	4 082	3 030	2 646	2 848	3 013	2 968	2 902	2 201
<b>TR</b>	10 804	13 044	17 765	22 641	24 843	26 040	26 008	22 229	22 331	28 804	26 729
<b>Totale UE</b>											
<i>Total EU</i>											
<b>Total UE</b>	57 199	53 980	60 304	54 270	58 361	52 174	62 333	62 334	60 326	68 587	52 669
<i>Total UE</i>											
<b>Totale generale</b>											
<i>Total general</i>											
<b>Total general</b>	85 010	79 663	87 525	83 711	87 396	83 325	94 066	89 879	87 184	101 394	82 248
<i>Total general</i>											

**Numero di schermi (1995-2005)**
**Number of screens (1995-2005)**
**Nombre d'écrans (1995-2005)**
**Número de pantallas (1995-2005)**

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>CY</b>	22	24	23	26	30	28	43	43	47	38	35
<b>CZ</b>	817	765	747	764	740	743	749	794	757	675	.
<b>EE<sup>1</sup></b>	214	197	180	173	174	76	81	81	81	81	69
<b>HU</b>	584	550	580	625	603	562	622	605	589	580	c. 465
<b>LV</b>	245	137	114	116	119	111	126	107	110	78	c. 65
<b>PL</b>	730	717	698	714	755	824	852	854	877	878	.
<b>RO</b>	434	407	441	379	316	293	276	247	213	183	.
<b>SI</b>	.	99	93	93	88	84	92	88	100	111	c. 110
<b>SK</b>	365	341	c. 337	c. 337	342	292	289	308	290	281	c. 260
<b>TR</b>	366	381	487	584	694	c. 770	921	985	985	1 147	c. 1 100
<b>Totale UE</b>											
<b>Total EU</b>											
<b>Total UE</b>	2 977	2 830	2 772	2 848	2 851	2 720	2 854	2 880	2 851	2 722	744
<b>Total UE</b>											
<b>Totale generale</b>											
<b>Total general</b>											
<b>Total général</b>	3 777	3 618	3 700	3 811	3 861	3 783	4 051	4 112	4 049	4 052	1 844
<b>Total general</b>											

1) I dati fino al 1999 comprendono i circoli cinematografici locali.

*Up to 1999 data include village cinema clubs.*

Les données jusqu'à 1999 comprennent les cercles cinématographiques locaux.

*Hasta 1999 los datos incluyen los círculos cinematográficos locales.*