

## Il consumo di cinema in Europa nel 2004

### *Cinema-going in Europe in 2004*

### La consommation de cinéma en Europe en 2004

### *El consumo de cine en Europa en 2004*

Un anno buono il 2004, per i cinema europei: gli spettatori sono, infatti, complessivamente aumentati in tutto il Continente. In Europa Occidentale – 19 paesi – la crescita è stata del 5,8%, in Europa Centro-Orientale e nel Bacino del Mediterraneo – 15 territori – addirittura del 15,1%. Sommando i biglietti venduti nelle due regioni, rispettivamente 961,6 e 113,4 milioni, si arriva alla bella cifra di un miliardo e 75 milioni. Un guadagno di quasi 68 milioni di spettatori rispetto al 2003 (+6,7%), ma soprattutto il miglior risultato dopo gli anni Ottanta, picco della grande crisi del cinema in sala. Anno buono, che in certi casi sembra però avere criterio di eccezionalità e non riesce comunque a contagiare tutti i mercati. Se, dunque, si legge in maniera chiara un segno di crescita, non mancano i territori in controtendenza.

Un'analisi più dettagliata mostra che in Europa Occidentale i cinque grandi mercati – quelli che solitamente superano la soglia dei cento milioni di biglietti – sono accomunati dal segno positivo. Ma alcuni di loro crescono meno della media. Il Regno Unito aumenta, infatti, del 2,4%, non riuscendo, con 171 milioni di spettatori, a migliorare il risultato record del 2002 (176 milioni). Del 4,7% è l'incremento in Spagna, mercato che usciva da due anni negativi, analogamente alla Germania, che nel 2004, crescendo del 5,2%, tira una boccata d'ossigeno e recupera quasi 8 dei 29 milioni di spettatori persi nel biennio precedente.

Assai più della media aumentano invece la Francia



*2004 was a good year for European cinemas: in fact, admissions increased in almost all countries throughout the Continent. In Western Europe – 19 countries – the growth rate was 5,8%, in Central-Eastern Europe and the Mediterranean Rim – 15 countries – as high as 15,1%. Adding up the number of tickets sold in both regions, respectively 961,6 and 113,4 million, we have the impressive figure of almost one billion, 75 million. Nearly 68 million spectators more compared to 2003 (+6,7%) but, above all, the best result since the Eighties, the peak of the great crisis in cinemas. A good year which, in some cases however, seems to stand as an exception and in any case fails to affect all markets. If, then, a clear sign of growth is to be seen, there are a number of territories affected by the opposite trend. A closer analysis shows that in Western Europe the five*

L'année 2004 a été bonne pour les cinémas européens: le nombre de spectateurs, en effet, a globalement augmenté dans tout le Continent. En Europe Occidentale – 19 pays – la croissance a été de 5,8%, et en Europe Centre-Orientale et dans le Bassin Méditerranéen – 15 territoires – elle a même touché 15,1%. En additionnant le nombre de billets vendus dans ces deux régions, respectivement 961,6 et 113,4 millions, on obtient la coquette somme de presque un milliard 75 millions. Presque 68 millions de spectateurs de gagnés, par rapport à 2003 (+6,7%), mais surtout, le meilleur résultat après les années Quatre-vingts, pic de la grande crise du cinéma en salle. Une bonne année qui, dans certains cas, semble cependant présenter un caractère d'exception, sans toutefois parvenir à s'étendre à tous les marchés. En un mot, si on peut lire clairement un signe de croissance, les territoires en contre-tendance ne sont pas absents. Une analyse plus détaillée montre qu'en Europe Occidentale, les cinq grands marchés – ceux qui, habituellement, dépassent le seuil de cent millions d'entrées – affichent tous un signe positif. Mais certains d'entre eux augmentent moins que la moyenne. Le Royaume-Uni, par exemple, avec une hausse de 2,4% et 171 millions de spectateurs, ne parvient pas à améliorer son résultat record de 2002 (176 millions). L'accroissement est de 4,7% en Espagne, un marché qui sort de deux années négatives, à l'instar de celui allemand qui, en 2004, avec une hausse de 5,2%, s'offre une bouffée

(+12,1%) e l'Italia (+15,2%). Questo paese, infatti, staccando quasi 15 milioni di biglietti in più del 2003, riesce a raggiungere il primato dei 113 milioni del 1998; la Francia, portandosi a oltre 195 milioni di biglietti, ottiene un risultato memorabile (bisogna risalire sino al 1983 per trovarne uno migliore) e consolida il suo ruolo di primo mercato europeo. Tra i mercati di dimensioni minori le diversità sono ancora più marcate. Se Austria e Lussemburgo, con incrementi rispettivamente del 9,2% e del 7,5%, crescono anche loro più della media dell'Europa Occidentale, Liechtenstein, Belgio, Svizzera e Danimarca, con incrementi compresi tra il 4% e il 5,5%, restano sotto alla media. Peraltro tutti questi mercati recuperano, in parte o completamente, gli spettatori persi nel 2003, con l'Austria che mette addirittura a segno il miglior risultato dal 1976. Mentre il Portogallo e la Grecia, il cui dato è per ora stimato, registrano una sostanziale stabilità, sei territori soffrono di un andamento più o meno pesantemente negativo. Si tratta dell'Irlanda, che, dopo una serie di otto risultati positivi, arretra dell'1%, dell'Islanda, dei Paesi Bassi e di tre mercati nordici – Norvegia, Svezia e Finlandia – tutti con decrementi tra il 7 e il 9,2%.

La divaricazione tra mercati con risultati buoni e quelli che perdono spettatori è ancora più forte nell'Europa Centro-Orientale e nel Bacino del Mediterraneo. Nel 2004, buona parte dei biglietti venduti in più, rispetto al 2003, è da attribuirsi

*big markets – those that generally cross the one hundred million tickets threshold – share this positive tendency. Yet some grow less than the average. The United Kingdom, in fact, grows by 2,4%, failing with its 171 million spectators to better its 2002 record (176 million). The growth rate is 4,7% in Spain, a market that emerges from two bad years, in the same way as Germany which, in 2004, grew by 5,2%, drawing a breath of fresh air and recovering nearly 8 of the 29 million spectators lost over the previous two-year period. Growth in France (+12,1%) and Italy (+15,2%) is considerably above the average. In fact, this country touches the 113-million record of 1998, selling nearly 15 million tickets more than in 2003; France, with a result of more than 195 million tickets, achieves a memorable result (not since 1983 has there been a better one) and confirms its role as the leading European market. On the smaller markets, the differences are even more marked. Whilst Austria and Luxembourg, with increases of respectively 9,2% and 7,5%, also grow more than the average for Western Europe, Liechtenstein, Belgium, Switzerland and Denmark, with rises between 4% and 5,5%, remain below average. However, all these markets recover, wholly or partially, the spectators lost in 2003, with Austria even achieving the best result since 1976. Whilst Portugal and Greece (for which the figures are still estimates) record a basically stable result, six territories suffer from a more or less seriously negative trend. They are Ireland, which, after a series of eight*

d'oxygène et récupère presque 8 millions de spectateurs, sur les 29 millions de perdus au cours des deux années précédentes.

La croissance de la France (+12,1%) et de l'Italie (+15,2%) s'avère considérablement au-dessus de la moyenne. En effet, avec presque 15 millions d'entrées en plus qu'en 2003, ce pays effleure le record de 113 millions de 1998; la France, elle, avec plus de 195 millions d'entrées, obtient un résultat mémorable (il nous faut remonter jusqu'en 1983 pour en trouver un meilleur), en consolidant ainsi son rôle de premier marché européen. Dans les marchés de plus petites dimensions, les diversités sont encore plus marquées. Si, avec une augmentation respectivement de 9,2% et de 7,5%, l'Autriche et le Luxembourg augmentent eux aussi plus que la moyenne de l'Europe Occidentale, le Liechtenstein, la Belgique, la Suisse et le Danemark, dont les hausses sont comprises entre 4% et 5,5%, demeurent en deçà. Tous ces marchés, du reste, récupèrent, partiellement ou totalement, les spectateurs perdus en 2003; l'Autriche affiche même le meilleur résultat depuis 1976. Alors que le Portugal et la Grèce – dont le chiffre, pour le moment, est une estimation – enregistrent une stabilité substantielle, six territoires souffrent d'un cours plus ou moins lourdement négatif. Il s'agit de l'Islande, de l'Irlande qui, après une série de huit résultats positifs, recule de 1%, des Pays-Bas, et de trois marchés nordiques – la Norvège, la Suède et la Finlande – qui présentent tous des baisses de 7 à 9,2%.

all'andamento eccezionale della Polonia, che passa da 25 a 33 milioni di presenze (+32,2%), e della Turchia, che guadagna 6,5 milioni di spettatori (+29%). Percentualmente assai elevati sono anche i risultati di due mercati di piccole dimensioni come Lettonia (+48,3%) e Croazia (+27%). Lusinghiero, ma al di sotto della media della Regione, l'incremento della Lituania (+10,2%). In misura minore crescono Bulgaria, Ungheria, con circa 13,7 milioni di biglietti, e Slovenia, che oltrepassa la soglia dei 3 milioni di spettatori. Segno negativo, invece, per sette territori. Tra di essi anche la Repubblica Ceca che, pur registrando una leggera flessione, ottiene comunque il secondo miglior risultato del decennio. Mentre i cali della Slovacchia e di Cipro restano contenuti tra il 2% e il 3%, più sensibili sono i decrementi di Malta ed Estonia (circa il 6%). Accomunati da un analogo tasso di decremento nel 2004 rispetto al 2003 (circa il 12%), sono Romania e Serbia-Montenegro, che condividono anche una più generale tendenza alla perdita di spettatori negli ultimi anni. In sintesi, un anno buono sì, ma non per tutti, a conferma del fatto che, come già rilevato in passato, i diversi mercati europei tendono a mantenere caratteristiche specifiche e a sfuggire a una lettura omogenea.

Elisabetta Brunella  
Segretario Generale di MEDIA Salles

*positive results, loses 1%, Iceland, The Netherlands and three northern markets – Norway, Sweden and Finland – all with losses of between 7 and 9,2%. The discrepancy between markets with a positive result and those that have lost audiences is still greater in Central-Eastern Europe and the Mediterranean Rim. In 2004 a large share of the extra tickets sold compared to 2003, can be attributed to the exceptional trend in Poland, which grows from 25 to 33 million admissions (+32,2%), and Turkey, which gains 6,5 million spectators (+29%). High percentages are also to be seen in the results of two small markets, such as Latvia (+48,3%) and Croatia (+27%). Flattering, but still below the average for the Region, is the increase in Lithuania (+10,2%). Bulgaria, Hungary, with around 13,7 million tickets, and Slovenia, which crosses the 3-million-spectator threshold, grow less. A negative trend, instead, for seven countries. These include the Czech Republic which, although recording a slight dip, still obtains its second best result of the decade. While the drops in Slovakia and Cyprus remain limited to between 2% and 3%, larger decreases are those in Malta and Estonia (around 6%). With the same rate of decrease (around 12%) between 2003 and 2004 are Romania and Serbia-Montenegro, which have also been sharing a more general tendency to lose audiences over the past few years. In conclusion, it was certainly a good year but not for everyone, confirming the fact that, as already pointed out in the past, the different European markets tend to*

L'écart entre les marchés ayant de bons résultats et ceux qui perdent des spectateurs est encore plus fort en Europe Centre-Orientale et dans le Bassin Méditerranéen. En 2004, une bonne partie des entrées récupérées, par rapport à 2003, doit être attribuée au cours exceptionnel de la Pologne, qui passe de 25 à 33 millions d'entrées (+32,2%), et de la Turquie, qui gagne 6,5 millions de spectateurs (+29%). Très élevés aussi, en pourcentage, les résultats de deux marchés de petite taille, comme celui de la Lettonie (+48,3%) et de la Croatie (+27%). Flatteuse, mais inférieure à la moyenne de cette région, la hausse de la Lituanie (+10,2%). Une hausse plus faible est enregistrée par la Bulgarie, la Hongrie, avec environ 13,7 millions d'entrées, et pour la Slovénie, qui dépasse le seuil des 3 millions de spectateurs. Un signe négatif, au contraire, pour sept territoires, où la République Tchèque, cependant, bien qu'enregistrant une légère baisse, obtient toutefois son second meilleur résultat de cette décennie. Alors que les baisses enregistrées en Slovaquie et à Chypre demeurent limitées à 2% et 3%, Malte et l'Estonie (environ 6%) présentent une baisse plus sensible. Unies par le même taux de décroissement en 2004 par rapport à 2003 (environ 12%), la Roumanie et la Serbie-Monténégro partagent aussi une tendance plus générale à la perte de spectateurs au cours de ces dernières années. En synthèse, une bonne année certes, mais pas pour tout le monde, confirmant ainsi le fait déjà ressorti par le passé, que les différents marchés européens ont

*retain specific characteristics and not to lend themselves to an overall interpretation.*

*Elisabetta Brunella*  
Secretary General of MEDIA Salles

tendance à conserver leurs caractéristiques spécifiques et à échapper à une lecture homogène.

*Elisabetta Brunella*  
*Secrétaire Générale de MEDIA Salles*