

Glossario**Glossary****Glossaire**

Austria/*Austria*/Autriche = A
 Belgio/*Belgium*/Belgique = B
 Danimarca/*Denmark*/Danemark = DK
 Finlandia/*Finland*/Finlande = FIN
 Francia/*France*/France = F
 Germania/*Germany*/Allemagne = D
 Grecia/*Greece*/Grèce = GR
 Islanda/*Iceland*/Islande = IS
 Irlanda/*Ireland*/Irlande = IRL
 Italia/*Italy*/Italie = I
 Lussemburgo/*Luxemburg*/Luxembourg = L
 Paesi Bassi/*The Netherlands*/Pays-Bas = NL
 Norvegia/*Norway*/Norvège = N
 Portogallo/*Portugal*/Portugal = P
 Spagna/*Spain*/Espagne = E
 Svezia/*Sweden*/Suède = S
 Svizzera/*Switzerland*/Suisse = CH
 Regno Unito/*United Kingdom*/Royaume-Uni = UK

Bulgaria/*Bulgaria*/Bulgarie = BG
 Croazia/*Croatia*/Croatie = HR
 Cipro/*Cyprus*/Chypre = CY
 Repubblica Ceca/*Czech Republic*/République Tchèque = CZ
 Estonia/*Estonia*/Estonie = EE
 Ungheria/*Hungary*/Hongrie = HU
 Lettonia/*Latvia*/Lettonie = LV
 Lituania/*Lithuania*/Lituanie = LT
 Polonia/*Poland*/Pologne = PL
 Romania/*Romania*/Roumanie = RO
 Repubblica Slovacca/*Slovak Republic*/République Slovaque = SK
 Slovenia/*Slovenia*/Slovénie = SI
 Turchia/*Turkey*/Turquie = TR
 Jugoslavia/*Yugoslavia*/Yougoslavie = YU

Per le sigle dei paesi dell'Europa Centrale e Orientale e del Bacino del Mediterraneo sono stati utilizzati i codici ISO 3166. Per le sigle dei paesi dell'Europa Occidentale e per indicare le migliaia e i decimali è stata adottata la prassi di Eurostat.

ISO 3166 codes have been adopted for abbreviations for Central, Eastern European and Mediterranean Rim countries. In respect of decimals and thousands as well as of Western European countries abbreviations, we have adopted the Eurostat procedure.

Pour les sigles des pays de l'Europe Centrale et Orientale et pour ceux des pays du Bassin Méditerranéen nous avons adopté les codes ISO 3166. Pour les sigles des pays de l'Europe Occidentale et pour indiquer les milliers et les décimales nous avons adopté la procédure d'Eurostat.

L'esercizio cinematografico nel 1999: risultati e tendenze

Cinema exhibition in 1999: results and trends

L'exploitation cinématographique en 1999: résultats et tendances

Il 1999 era iniziato in un clima di prudenza, se non addirittura di timori. Dopo un 1998 quasi ovunque caratterizzato dall'aumento delle presenze nei cinema – in molti paesi addirittura eccezionale – grazie allo straordinario successo del “Titanic”, ci si aspettava un calo che avrebbe toccato tutti i mercati. Dai risultati del 1999, emerge invece una situazione dell'Europa Occidentale piuttosto variegata, con mercati che hanno perso spettatori ed altri che ne hanno guadagnati o che hanno continuato a guadagnarne. Anche i cinque maggiori mercati – cioè quelli che vendono almeno 100 milioni di biglietti – non sfuggono alla caratteristica del 1999, che è appunto la “varietà”. L'Italia e la Francia sono i paesi che non sono riusciti a smentire il pronostico. La Francia perde infatti circa 16,5 milioni di spettatori rispetto al 1998, anno in cui aveva peraltro conosciuto un incremento straordinario (+14,2%). Resta comunque il primo mercato europeo, chiudendo il 1999 con un risultato decisamente migliore di quello del 1997. I dati dell'Italia mostrano un decremento di circa il 12,5% rispetto al 1998. Anche in questo caso il risultato del 1999 è superiore – seppur di poco – a quello del 1997. La Germania conserva invece tutti gli spettatori guadagnati nel 1998, confermando il suo ruolo di secondo mercato europeo. La sostanziale stabilità delle presenze nei cinema tedeschi (+0,1%), combinata con il calo in quelli francesi, ha fatto sì che la Germania si trovi a tallonare la Francia quanto a numero assoluto di biglietti venduti. Specifica della Germania è invece la diminuzione del prezzo medio del biglietto. Le ragioni di questo decremento possono essere attribuite a fenomeni quali la progressiva affermazione dalla fine

1999 began in an atmosphere of caution, almost of trepidation. Following a 1998 characterised almost everywhere by an increase in admissions – exceptional in many countries – thanks to the extraordinary success of “Titanic”, a drop was expected to affect all markets. From the 1999 results, although not yet final, a largely varied situation is emerging in Western Europe, with some markets that have seen a drop in audiences and others that have seen an increase or have continued to see increases.

The five major markets, too, - that is those which sell at least 100 million tickets - are no exception to the 1999 trend, which is that of “variety”. Italy and France are countries that have not managed to escape the forecasts. France loses about 16,5 million spectators compared to 1998, a year in which it saw an extraordinarily high increase (+14,2%). It does, however, remain the foremost European market, closing 1999 with a result that is decidedly better than 1997. Data for Italy shows a drop of approximately 12,5% compared to 1998. In this case, too, the 1999 result is better, even though only marginally, than 1997. Germany, instead, has kept all the spectators gained in 1998, confirming its position as the second European market. The basic stability of admissions in German cinemas (+0,1%), combined with the drop in France, has meant that Germany follows France closely in terms of the number of tickets sold in absolute terms. The decrease in average ticket prices is, however, a specific feature of Germany's. The reasons for this decrease may be attributed to phenomena such as the progressive development, from the end of 1997 onwards, of “Niedrigpreis-Kinos”, which show films 4-5 months after their initial release,

L'année 1999 avait commencé dans un climat de prudence, je dirais même de crainte. Après un 1998 presque partout caractérisé par l'accroissement des entrées en salle qui, dans de nombreux pays, a été tout à fait exceptionnel grâce à l'extraordinaire succès de Titanic, on s'attendait à ce que la baisse touche tous les marchés. D'après les résultats de 1999 il ressort au contraire une situation de l'Europe Occidentale plutôt hétérogène, avec des marchés ayant perdu des spectateurs et d'autres qui en ont gagné ou même qui ont continué à en gagner. Les cinq premiers marchés – c'est-à-dire ceux qui vendent au moins 100 millions de billets – n'échappent pas non plus à la caractéristique de 1999 qui est, justement, la “variété”. L'Italie et la France sont les pays qui n'ont pas su démentir ce pronostic. La France, qui perd en effet environ 16,5 millions de spectateurs par rapport à 1998, année où la hausse avait d'ailleurs été exceptionnelle (+14,2%), demeure cependant le premier marché européen, en clôturant l'année 1999 avec un résultat franchement meilleur que celui de 1997. Les chiffres de l'Italie montrent une baisse d'environ 12,5% par rapport à 1998. Dans ce cas encore, le résultat de 1999 est supérieur – même si de peu – à celui de 1997. L'Allemagne, au contraire, conserve tous les spectateurs qu'elle avait gagnés en 1998, confirmant ainsi son rôle de second marché européen. La stabilité substantielle des entrées dans les salles allemandes (+0,1%), doublée de la baisse française, a permis à l'Allemagne de talonner la France quant au nombre absolu de billets vendus. Une spécificité de l'Allemagne consiste dans la diminution du prix moyen du billet. Les raisons de cette baisse sont attribuables à des phénomènes tels

del '97 dei "Niedrigpreis-Kinos", che propongono film, a 4-5 mesi dalla loro prima uscita, ad un prezzo compreso tra i 2,5 e i 5 marchi, nonché all'elevata concorrenza in atto nelle zone dove la concentrazione dei cinema è più elevata. Ci sono quindi i grandi mercati che nel 1999 hanno visto aumentare gli spettatori: la Gran Bretagna (+2,8%), ma soprattutto la Spagna. Con un sorprendente incremento del +17,1%, equivalente a più di 19 milioni di biglietti, la Spagna registra l'undicesimo aumento consecutivo del consumo annuale di cinema in sala. Molto importante continua ad essere anche la crescita del numero degli schermi, che nel '99 registrano una variazione positiva dell'11,9%. Con più di 131 milioni di spettatori, la Spagna riduce le distanze rispetto al terzo mercato d'Europa, la Gran Bretagna, che nel 1999 recupera abbondantemente gli spettatori che – in controtendenza rispetto al resto dell'Europa Occidentale – aveva perso nel 1998. Sono stati 139,1 milioni i biglietti venduti in Gran Bretagna nel 1999; bisogna risalire sino al 1972 per trovare un risultato migliore. La varietà degli andamenti caratterizza anche i mercati di dimensioni inferiori, dove le cifre sono oggettivamente contenute. Una situazione stabile, paragonabile agli eccellenti risultati del 1998 (+0,03%), la si trova in Irlanda, mercato che ha guadagnato circa cinque milioni di spettatori negli ultimi dieci anni, ottenendo una delle più alte frequenze pro capite dell'Europa (3,31 nel 1999). Nel Nord dell'Europa si registrano da una parte gli incrementi delle presenze in Svezia (+1,0%) e in Finlandia, dove la crescita ha toccato il record del 10%, e, dall'altra, i cali, comunque modesti, di Danimarca e Norvegia. Anche in questi casi i risultati

at a price of between 2,5 and 5 marks, but also to the fierce competition in areas where there is a high concentration of cinemas.

There are important markets that saw an increase in audiences in 1999: Great Britain (+2,8%), but above all Spain. With a striking rise of +17,1%, equivalent to more than 19 million tickets, Spain records the eleventh consecutive increase in yearly cinema-going. The increase in the number of screens also continues to be of importance, recording a positive variation of 11,9% in 1999. With over 131 million spectators, Spain is closing the lead of the third largest market in Europe, Great Britain, which, in 1999, amply recovered the spectators that – contrary to the trend in the rest of Western Europe – it had lost in 1998. 139,1 million tickets were sold in Great Britain in 1999; not since 1972 can a better result be found. The variety of trends is also a feature of the smaller markets, where figures are objectively limited. A situation which is stable compared to the excellent 1998 result (+0,03%) is to be found in Ireland, a market which has gained around five million spectators over the past ten years, achieving one of the highest per capita frequencies in Europe (3,31 in 1999). In the north of Europe there is on the one hand a rise in admissions in Sweden (+1,0%) and in Finland, where the growth rate has reached a record 10%, and, on the other hand, the decreases, although slight, in Denmark and Norway. In these cases, too, the 1999 results are better than in 1997. A similar decrease in audiences is to be found in Austria, a market that has nevertheless acquired more than a million spectators since 1997. Steeper drops have been recorded in Switzerland (-3,1%) and in Benelux: Luxemburg (-7,0%),

l'affermazione progressiva depuis fin 1997 des "Niedrigpreis-Kinos", qui proposent des films, à 4-5 mois de leur première sortie, à un prix allant de 2,5 à 5 marcs, ainsi que la grande concurrence actuelle dans les régions à haute concentration de salles. Il y a donc les grands marchés qui, en 1999, ont vu augmenter leurs spectateurs: la Grande-Bretagne (+2,8%), mais surtout l'Espagne. Avec un accroissement surprenant de +17,1%, équivalant à plus de 19 millions de billets, l'Espagne enregistre la onzième hausse consécutive de la consommation annuelle de cinéma en salle. L'augmentation du nombre d'écrans, qui en 1999 a enregistré une hausse de 11,9%, demeure aussi très importante. Avec plus de 131 millions de spectateurs, l'Espagne réduit son écart par rapport au troisième marché d'Europe, la Grande-Bretagne, qui en 1999 récupère largement les spectateurs qu'en controtendance par rapport au reste de l'Europe Occidentale, elle avait perdu en 1998. Il y a eu 139,1 millions de billets vendus en Grande-Bretagne en 1999: il faut remonter à 1972 pour trouver un meilleur résultat. La variété des courbes caractérise aussi les marchés aux dimensions inférieures, où les chiffres sont objectivement limités. En Irlande, nous constatons une situation stable, comparable aux résultats excellents de 1998 (+0,03%): ce marché a gagné environ cinq millions de spectateurs au cours des dix dernières années, en obtenant une des plus élevées fréquentations par habitant d'Europe (3,31 en 1999). En Europe du Nord on enregistre d'une part les hausses des entrées en Suède (+1,0%) et en Finlande, où la croissance a touché le record de 10% et, d'autre part, des baisses, toujours modestes, au Danemark et en Norvège. Ici

del 1999 restano migliori di quelli del 1997. Di analogo tenore è il decremento degli spettatori in Austria, mercato che tra il '97 e il '98 ha comunque acquisito più di un milione di spettatori. Cali più sensibili si sono invece verificati in Svizzera (-3,1%) e nel Benelux: Lussemburgo (-7,0%), Paesi Bassi (-7,3%), Belgio (-13,9%). Si è spesso detto che l'esercizio cinematografico in Europa assume caratteristiche specifiche in ogni singolo mercato: questo sembra particolarmente vero nel 1999, nonostante alcuni fenomeni, come l'affermazione del "modello multiplex" o la concentrazione degli incassi su un numero di film piuttosto ridotto, interessino praticamente tutti i paesi. Una tendenza più omogenea, per quanto riguarda l'andamento delle frequenze, si è riscontrata nei mercati dell'Europa Centrale e Orientale e del Bacino del Mediterraneo. I dati mostrano infatti un calo generalizzato, con peraltro alcune eccezioni. La diminuzione ha registrato la punta massima in Jugoslavia (-51,9%) e Romania (-38,3%). La Slovacchia, che già tra il 1997 e il 1998 aveva conosciuto un incremento assai modesto, ha perso un milione di biglietti registrando un calo del 25,8%. Simile la situazione della Slovenia (-23,5%). Meno biglietti anche in Croazia (-16,2%). La Repubblica Ceca, che aveva visto calare gli spettatori anche nel 1998, ha sofferto di un ulteriore decremento (-9,5%). Con 8,4 milioni di biglietti venduti, il 1999 risulta essere l'anno peggiore per uno dei più importanti mercati dell'Est europeo. Per quanto riguarda le Repubbliche Baltiche, si nota che gli spettatori sono pesantemente diminuiti in Estonia (-17,4%). Più contenuta è stata invece la flessione in

Netherlands (-7,3%), Belgium (-13,9%). It has often been said that cinema exhibition in Europe assumes specific characteristics on each individual market: this seems to be particularly true of 1999, despite the fact that some phenomena, such as the affirmation of the "multiplex model" or the tendency for box-office to be concentrated on a relatively small number of films, regard practically all countries. An overall trend in frequency has been registered on the markets of Central and Eastern Europe and the Mediterranean Rim. Data does, in fact, show a general slump, with some exceptions, however. The drop was steepest in Yugoslavia (-51,9%) and Romania (-38,3%). The Slovak Republic, which had already seen a modest increase between 1997 and 1998, lost one million tickets, recording a drop of 25,8%. The situation in Slovenia is similar: -23,5%. Fewer tickets were also sold in Croatia (-16,2%). The Czech Republic, which had already seen a decrease in audiences in 1998, suffered further losses (-9,5%). With 8,4 million tickets sold, 1999 proves to be the worst year for one of the most important markets in Eastern Europe. As regards the Baltic Republics, it can be seen that audiences have decreased considerably in Estonia (-17,4%). The dip was less marked in Latvia (-2,2%). Bulgaria, where the final results show an increase of 6,5%, as well as Hungary and Poland, stand apart from this negative trend in Central and Eastern Europe, a trend which is also to be found in Cyprus (-16,9%). Hungary, too, which totalled 14,9 million spectators, showed a 2,35% increase compared to 1998. The opening of multiplexes has not been slowed down. With 8 complexes, containing 85 screens in operation as at 1

aussi, les résultats de 1999 sont meilleurs que ceux de 1997. La diminution des spectateurs en Autriche est de la même teneur; entre 1997 et 1998 ce marché a de toute façon gagné plus d'un million de spectateurs. Des diminutions plus sensibles se sont au contraire vérifiées en Suisse (-3,1%) et au Bénélux: Luxembourg (-7,0%), Pays-Bas (-7,3%) et Belgique (-13,9%). Il a souvent été dit que l'exploitation cinématographique en Europe assume des caractéristiques spécifiques selon chaque marché: cela paraît particulièrement vrai en 1999, bien que certains phénomènes, comme l'affirmation du "modèle multiplex" ou la concentration des recettes sur un nombre de films plutôt réduit, intéressent pratiquement tous les pays. Dans les marchés d'Europe Centrale et Orientale et du Bassin méditerranéen, la courbe des entrées présente une tendance plus homogène. Les données montrent en effet une baisse généralisée, avec d'ailleurs quelques exceptions. La diminution a enregistré sa pointe maximum en Yougoslavie (-51,9%) et en Roumanie (-38,3%). La Slovaquie, qui entre 1997 et 1998 avait connu une augmentation fort modeste, a perdu un million d'entrées en enregistrant une diminution de 25,8%. La situation de la Slovénie est semblable: -23,5%. Moins de billets aussi en Croatie (-16,2%). La République Tchèque, qui avait vu diminuer ses spectateurs même en 1998, a souffert d'une diminution ultérieure (-9,5%). Avec 8,4 millions de billets vendus, l'année 1999 est la plus mauvaise pour l'un des plus importants marchés de l'Europe de l'Est. Pour ce qui concerne les Républiques Baltes, l'on remarque que les spectateurs ont lourdement diminué en Estonie (-17,4%), alors qu'en Lettonie le fléchissement a été plus limité

Lettonia (-2,2%). Da questo andamento negativo dell'Europa Centrale ed Orientale, che si ritrova anche a Cipro (-16,9%), si differenziano invece la Bulgaria, dove i dati finali mostrano un incremento del 6,5%, l'Ungheria e la Polonia. L'Ungheria, che ha totalizzato 14,9 milioni di spettatori, ha registrato un incremento del 2,35% rispetto al 1998. L'apertura di multiplex non ha subito rallentamenti. Con 8 complessi, che racchiudono 85 schermi, operanti al 1° gennaio 2000, l'Ungheria è il paese caratterizzato dal maggior numero di multiplex nell'Europa Centrale ed Orientale. Se si considerano anche i cosiddetti "miniplex" o "cityplex", con un numero di sale compreso tra 5 e 7, il numero degli schermi situati nei complessi di nuova generazione sale a 116, cioè circa un quinto del totale. Il risultato da record del 1999 è quello della Polonia che, con un totale di 26,6 milioni di spettatori, conosce un incremento del 33,7% rispetto al 1998. Gran parte di questo risultato è dovuto al successo straordinario di due produzioni nazionali (Ogniem i Mieczem e Pan Tadeusz), che da soli hanno portato al cinema più di dodici milioni di spettatori. A questo si aggiunge la buona affermazione di una terza produzione polacca (Kiler-ów 20ch) che ha quasi uguagliato i numeri di Star Wars.

Questo testo è la versione aggiornata di quello apparso nell'advance edition. E' basato sugli ultimi dati raccolti in vista della produzione del "Source Document".

Elisabetta Brunella
Segretario Generale di MEDIA Salles

January 2000, Hungary is the country with the largest number of multiplexes in Central and Eastern Europe. If we also take into consideration the so-called "miniplexes" or "cityplexes", with a number of theatres ranging between 5 to 7, the number of screens situated in the complexes of the new generation rises to 116, or around one fifth of the total. The 1999 record is held by Poland which, with a total of 26,6 million spectators, saw a 33,7% increase compared to 1998. This result is largely due to the extraordinary success of two domestic productions (Ogniem i Mieczem and Pan Tadeusz) which alone attracted over twelve million spectators to the cinema. These results were enhanced by the success of a third Polish production (Kiler-ów 20ch) which almost equalled the results for Star Wars.

(This text is an up-dated version of the article appearing in the Advance Edition. It is based on the latest data collected for the publication of the Source Document.)

Elisabetta Brunella
Secretary General, MEDIA Salles

(-2,2%). Dans le scénario généralement négatif de 1999 de l'Europe Centrale et Orientale, que nous retrouvons aussi à Chypre (-16,9%), se différencie au contraire la Bulgarie, où les chiffres finals montrent un accroissement de 6,5%, la Hongrie et la Pologne. La Hongrie, qui a totalisé 14,9 millions de spectateurs, a enregistré un accroissement de 2,35% par rapport à 1998. L'ouverture des multiplexes n'a d'ailleurs pas subi de ralentissements. Avec 8 complexes pour un total de 85 écrans, en activité au 1er janvier 2000, la Hongrie est le pays caractérisé par le plus grand nombre de multiplexes en Europe Centrale et Orientale. Si l'on considère aussi les "miniplexes" ou les "cityplexes", dont le nombre de salles est compris entre 5 et 7, le nombre d'écrans situés dans les complexes de la nouvelle génération monte à 116, soit à environ un cinquième du total. Le résultat record de 1999 est celui de la Pologne qui, avec un total de 26,6 millions de spectateurs, voit une hausse de 33,7% par rapport à 1998. Une grande partie de ce résultat est dû à l'extraordinaire succès de deux productions nationales (Ogniem i Mieczem et Pan Tadeusz) qui à elles seules ont conduit au cinéma plus de douze millions de spectateurs. A cela s'ajoute le bon résultat d'une troisième production polonaise (Kiler-ów 20 ch) qui a presque égalé les chiffres de Star Wars.

Ce texte est la version actualisée de celle parue dans la pré-édition. Elle se base sur les derniers chiffres saisis en vue de la production du "Source Document".

Elisabetta Brunella
Secrétaire Générale de MEDIA Salles