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
Polonia/*Poland*/Pologne = PL
Romania/*Romania*/Roumanie = RO
Repubblica Slovacca/*Slovak Republic*/République Slovaque = SK
Slovenia/*Slovenia*/Slovénie = SI
Turchia/*Turkey*/Turquie = TR
Iugoslavia/*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 1998: risultati e tendenze

Cinema exhibition in 1998: results and trends

L'exploitation cinématographique en 1998: résultats et tendances

I dati relativi al consumo cinematografico nel 1998 mostrano che in Europa Occidentale gli spettatori sono in crescita: 843 milioni rispetto ai 787 del 1997 (+7,1%).
Risulta così nuovamente confermato quel generale incremento delle presenze nelle sale che, a parte il "colpo di singhiozzo" del 1995, ha caratterizzato gli anni '90.
L'ammodernamento delle strutture e la disponibilità di film di produzione nazionale di successo continuano ad essere elementi importantissimi per richiamare il pubblico nei cinema. A questo si è aggiunto nel 1998 "l'effetto Titanic".
Questo risulta particolarmente vero per la Francia che nel 1998 ha guadagnato ben 21 milioni di spettatori in più, registrando un incremento, rispetto al 1997, del 14,2%.
Alla base di questo successo vi è sicuramente il "Titanic" (quasi 21 milioni di biglietti venduti), ma ci sono anche gli ottimi risultati di tre produzioni nazionali "Le dîner de cons", "Les visiteurs 2", "Taxi" che hanno conquistato rispettivamente nove, otto e sei milioni di biglietti.
Con 170 milioni di spettatori, la Francia non solo si conferma come il mercato più importante d'Europa, ma aumenta il distacco rispetto agli altri quattro territori che valgono ciascuno più di 100 milioni di biglietti.

Di questi il più importante per numero di spettatori (148,9 milioni nel 1998 rispetto ai 143,1 del 1997) è la Germania. Le presenze sono cresciute del 4% in un

The figures relating to cinema-going in 1998 show that there is a growth in Western European audiences: 843 million compared to 787 in 1997 (+7,1%).
This is a further confirmation of the overall increase in audience numbers which, apart from the hiccup in 1995, has been a characteristic of the nineties.

Modernisation of structures and the availability of successful home-produced films continue to be important elements in attracting audiences back to the cinemas. To this can be added the 'Titanic effect' of 1998.

This is particularly true for France which, in 1998, gained as many as 21 million spectators, recording an increase of 14,2% compared to 1997.
This success was certainly due to 'Titanic' (about 21 million tickets sold) but three domestic productions also achieved excellent results, 'Le dîner de cons', 'Les visiteurs 2' and 'Taxi', which sold respectively nine, eight and six million tickets.

With 170 million spectators, France not only confirmed its position as the most important market in Europe, but increased its lead over the other four territories that each sold more than 100 million tickets.
Of these, the most important in terms of spectators (148,9 million in 1998, compared to 143,1 in 1997) is Germany.
Audiences increased by 4% in a year, whilst the number of screens increased by 2,8%. The balance of closures and new openings shows an increase of 116 screens.

Les chiffres concernant la consommation cinématographique en 1998 montrent qu'en Europe Occidentale les spectateurs sont en hausse: 843 millions contre les 787 de 1997 (+7,1%).
Ainsi se confirme à nouveau la hausse générale des entrées qui, à part le "coup de hoquet" de 1995, a caractérisé les années 90.
La modernisation des structures et la disponibilité de films de production nationale de succès sont toujours des éléments très importants pour attirer le public au cinéma. Ajoutons en outre, en 1998, "l'effet Titanic". Cela est particulièrement vrai pour la France qui, en 1998 a gagné 21 millions de spectateurs, enregistrant ainsi une hausse de 14,2% par rapport à 1997.
A la base de ce succès réside, sans aucun doute, l'effet "Titanic" (presque 21 millions de billets vendus), mais aussi les excellents résultats de trois productions nationales, "Le dîner de cons", "Les visiteurs 2" et "Taxi", qui ont vendu respectivement neuf, huit et six millions de billets.
Avec ses 170 millions de spectateurs, non seulement la France se confirme le marché le plus important d'Europe, mais elle augmente aussi son écart vis-à-vis des quatre autres territoires de plus de 100 millions de billets.
Le plus important de ces territoires, par nombre de spectateurs, est l'Allemagne (148,9 millions en 1998 contre 143,1 en 1997). Les entrées ont augmenté de 4% en un an, alors que la croissance des écrans a été de 2,8%.
Le solde des fermetures et des nouvelles ouvertures présente un accroissement de 116 écrans.

anno, mentre gli schermi sono aumentati del 2,8%.
Il saldo delle chiusure e delle nuove aperture mostra un incremento di 116 schermi.
Se ancora cinema tradizionali cessano l'attività, il fenomeno multiplex conosce un vero boom: nel secondo semestre dell'anno ben 153 schermi sono stati aperti in questo tipo di complessi.
Un 1998 da record anche per l'Italia, dove i dati mostrano un mercato in crescita del 15%.
Continua intanto la trasformazione del parco sale italiano: al frazionamento dei cinema monoschermo, in atto ormai da alcuni anni, si è accompagnata, nell'ultimo biennio, la costruzione ex-novo di complessi multischermo per iniziativa di società di esercizio sia italiane sia straniere.
L'affermazione crescente dei multiplex è uno degli elementi salienti della situazione della Spagna nel 1998.
Da luglio a dicembre sono stati aperti 7 nuovi complessi per un totale di ben 107 schermi.
Tra questi, tre possono essere considerati, secondo la definizione proposta da MEDIA Salles, dei veri e propri megaplex. Superano infatti la soglia dei 16 schermi i complessi costruiti a Tenerife (18 schermi), a Madrid (25 schermi) e a Barcellona (24 schermi), rispettivamente da Unión Cine Ciudad, il più importante esercente spagnolo, dal gruppo belga Kinepolis e da AMC, entrambi alla prima "esperienza" in Spagna e fautori del modello "megaplex". Seppur meno degli schermi (16%), anche i biglietti sono risultati in aumento sul mercato spagnolo: +6,8% rispetto al 1997.

Whilst there is still a tendency for traditional cinemas to close down, the multiplex phenomenon is experiencing a real boom: in the second half of the year as many as 153 screens were opened in this type of complex.

1998 was a record year for Italy, too, where the figures show a market growing by 15%.
Transformations continue to take place in Italian exhibiting theatres: the splitting of single-screen theatres, which has been taking place for some years now, was accompanied over the past two years by the building, ex-novo, of multi-screen complexes by both Italian and foreign exhibiting companies.

The growing presence of the multiplex is one of the main features of the situation in Spain in 1998.
Between July and December 7 new complexes were opened, to make a total of as many as 107 screens.
Of these, three fit the definition proposed by MEDIA Salles of true megaplexes. The 16-screen threshold has, in fact, been crossed by the complexes built in Tenerife (18 screens), Madrid (25 screens) and Barcelona (24 screens) by, respectively, Unión Cine Ciudad, the biggest Spanish exhibitor, the Belgian group Kinepolis, and AMC, the latter both seeing their first "experience" in Spain and both promoters of the "megaplex" model.
Ticket sales also proved to be on the increase on the Spanish market, +6,8% compared to 1997, although less so than the increase in screens (16%).

This is the tenth year running to see an improvement

Si les cinémas traditionnels cessent encore leur activité, le phénomène multiplex connaît un véritable boom: durant le second semestre de l'année, 153 écrans ont été ouverts dans ce type de complexe.
Une année 1998 record également pour l'Italie, où les chiffres montrent un marché en croissance de 15%.
Parallèlement, la transformation du parc des salles italien continue: au fractionnement des cinémas à un écran, en cours maintenant depuis quelques années, a fait pendant, ces deux dernières années, la construction ex-novo de complexes multi-écrans sur l'initiative de sociétés d'exploitation aussi bien italiennes qu'étrangères.
La présence croissante des multiplex est l'un des éléments marquants de la situation de l'Espagne en 1998.
De juillet à décembre 7 nouveaux complexes ont été ouverts pour un total de 107 écrans.
Parmi ces complexes, et selon la définition proposée par MEDIA Salles, trois peuvent être considérés de véritables mégaplex. En effet, le seuil des 16 écrans est dépassé par les complexes construits à Tenerife (18 écrans), Madrid (25 écrans) et Barcelone (24 écrans), respectivement par Unión Cine Ciudad, le principal exploitant espagnol, par le groupe belge Kinepolis et par AMC, ces deux derniers à leur première "expérience" en Espagne et partisans du modèle "mégaplex". Bien qu'avec un pourcentage inférieur à celui des écrans (16%), les billets vendus sont aussi en hausse sur le marché espagnol: +6,8% par rapport à 1997.
Il s'agit du dixième résultat consécutif améliorant celui

È questo il decimo risultato consecutivo che migliora quello dell'anno precedente.
Questo significa un incremento delle presenze di circa il 50% negli ultimi 10 anni.
Da questo scenario, sostanzialmente positivo, si stacca la Gran Bretagna, che nel 1998, totalizzando 135,2 milioni di spettatori, ha perso, rispetto all'anno precedente, quasi 4 milioni di biglietti, con un decremento del 2,7%.
È pur vero che il 1997 era stato un anno da primato: il consumo era aumentato del 12,5% rispetto al 1996 ed i biglietti venduti avevano raggiunto la cifra record di 138,9 milioni.
Per trovare un numero di presenze così elevato bisogna risalire fino al 1974.
Da allora era iniziato un fenomeno di disaffezione verso le sale che aveva fatto crollare la frequenza pro capite a circa 0,96 nel 1984. Nel '97, invece, ogni cittadino della Gran Bretagna era arrivato a comperare in media 2,4 biglietti, collocandosi così tra i più forti consumatori europei (la media dell'Europa Occidentale era infatti 2,1).

Anche nel 1998, nonostante il calo degli spettatori, con una frequenza pro capite intorno al 2,3, la Gran Bretagna riesce a restare al di sopra della media europea (2,2).
In questo anno di luci ed ombre, segnato, nel primo semestre, dal successo di Titanic e, nel secondo, dalla diminuzione delle presenze, gli schermi sono aumentati del 9,3% rispetto al 1997.
Alla fine del 1998 erano 113 i multiplex, per un totale

on the previous year's results.

This amounts to a 50% increase in audiences over the past ten years.

Great Britain stands apart from this generally positive picture: in 1998, with a total of 135,2 million spectators, almost 4 million ticket sales were lost compared to the previous year - a 2,7% drop.
It is true, however, that 1997 had been a record year: cinema-going had increased by 12,5% compared to 1996 and the number of tickets sold had reached a record 138,9 million.

Such high audiences had not been seen since 1974.
After this a trend towards lack of interest in cinema-going had set in, which had brought pro-capita frequency down to around 0,96 in 1984. In 1997, instead, every British citizen had bought an average of 2,4 tickets, placing them amongst the biggest consumers in Europe (the average for Western Europe was, in fact, 2,1).
In 1998, too, despite the drop in audiences, with a pro-capita frequency of around 2,3, Great Britain managed to stay above the European average (2,2).
During this year of ups and downs, marked by the success of 'Titanic' in the first half and by a decrease in admissions in the second half, the number of screens increased by 9,3% compared to 1997.
By the end of 1998 there were 113 multiplexes, for a total of 1 198 screens.
If 38,9% of screens were to be found in multiplexes in

de l'année précédente et d'une augmentation des entrées d'environ 50% au cours des 10 dernières années.
De ce scénario, essentiellement positif, s'écarte la Grande-Bretagne qui, avec ses 135,2 millions de spectateurs, a perdu en 1998 presque 4 millions de billets par rapport à l'année précédente, enregistrant une diminution de 2,7%.
Il est vrai que 1997 avait été une année record: la consommation s'était accrue de 12,5% par rapport à 1996 et les billets vendus avaient touché le chiffre jamais atteint de 138,9 millions.
Pour trouver un nombre d'entrées aussi élevé il faut remonter à 1974.
Depuis lors avait commencé un phénomène de désaffection envers les salles qui, en 1984, avait vu chuter la fréquentation à environ 0,96. En 1997, au contraire, chaque habitant britannique avait acheté en moyenne 2,4 billets, en permettant ainsi à la Grande-Bretagne de se situer parmi les plus forts consommateurs européens (la moyenne de l'Europe Occidentale était en effet de 2,1).
En 1998, et malgré la diminution des spectateurs, avec sa fréquentation par habitant autour de 2,3, la Grande-Bretagne demeure toujours au-dessus de la moyenne européenne (2,2).
Pendant cette année de lumière et d'ombres dont le premier semestre a été marque par le succès de Titanic et le second par la diminution des éntrées, le nombre d'écrans a augmenté de 9,3% par rapport à 1997.
Fin 1998, on comptait 113 multiplex avec 1 198 écrans au total. Si, en 1997, 38,9% des écrans était situé dans

di 1 198 schermi. Se nel 1997 il 38,9% degli schermi era situato nei multiplex, nel 1998 tale percentuale è cresciuta ulteriormente: 46,3%.
E la tendenza per il prossimo futuro è ancora all'aumento: nel 1999 sono previsti circa venti nuovi complessi.
Ci si può chiedere se il mercato britannico stia iniziando a soffrire di una offerta di schermi troppo elevata.
Sembra peraltro che una conclusione di questo genere sia perlomeno affrettata.

Il Belgio, l'altro territorio europeo in cui il fenomeno multiplex è altrettanto sviluppato (16 complessi multiplex raggruppano il 42,7% degli schermi del Paese), ha infatti registrato un significativo incremento di spettatori.

Nel 1998 i biglietti venduti sono aumentati di circa il 15%. Degli oltre 3 milioni di spettatori in più, una parte assai significativa è stata guadagnata ad Anversa, per effetto dell'apertura, avvenuta alla fine del 1997, dei 17 schermi di Gaumont in centrocittà.
Consumo cinematografico in crescita anche in Irlanda, altro paese ad elevata incidenza di multiplex (che rappresentano circa il 28% degli schermi), che passa a 12,4 milioni di biglietti (+7,8% rispetto al 1997) e che si conferma con 3,4 come il territorio europeo con la frequenza pro-capite più alta (Reykjavik a parte).
Sale "vertiginosamente" anche la frequenza del Lussemburgo, che giunge a collocarsi a 3,3. Nel Granducato, nel giro di due anni, il numero dei

1997, in 1998 this percentage had grown further to 46,3%.

Moreover, there is a further trend towards increase for the near future: in 1999 around twenty new complexes are anticipated.

We may wonder whether the British market is beginning to suffering from an excessive offer of screens. It seems, however, that a conclusion of this nature is at the least premature.

In Belgium, the other European territory in which the multiplex phenomenon has developed to the same extent (16 multiplex complexes house 42,7% of the country's screens), a considerable increase has been recorded in audiences.

In 1998 there was an increase of around 15% in the number of tickets sold. Of these 3 million and more extra spectators, a quite considerable number was gained at Anvers because of the opening of the 17 Gaumont screens in the city centre at the end of 1997.

Cinema-going has increased in Ireland, too, which is another country with a high proportion of multiplexes (representing around 28% of its screens) and which increased ticket sales to 12,4 million (+7,8% compared to 1997), confirming its position as the European territory with the highest pro-capita rate of cinema-going (apart from Reykjavik) with 3,4 .

des multiplex, en 1998 ce pourcentage s'est encore accru: 46,3% .
Et la tendance pour le futur proche est encore à la hausse: en 1999 environ vingt nouveaux complexes sont prévus.
On pourrait se demander si le marché britannique à commence souffrir d'une offre d'écrans trop élevée. Il semble cependant qu'une conclusion de ce genre soit pour le moins hâtive.
La Belgique, autre territoire européen où le phénomène multiplex est tout aussi développé (16 complexes multiplex groupent 42,7% des écrans du pays), a en effet enregistré une augmentation significative de spectateurs.
En 1998, les billets vendus ont augmenté d'environ 15%. Des plus de 3 millions de spectateurs gagnés, une partie très significative a été produite par Anvers, grâce à l'ouverture, fin 1997, des 17 écrans Gaumont en centre-ville.
Consommation cinématographique à la hausse également en Irlande, un autre pays à haut pourcentage de multiplex (représentant environ 28% des écrans), qui passe à 12,4 millions de billets (+7,8% par rapport à 1997) et qui, avec 3,4, se confirme le territoire européen à plus haut taux de fréquentation par habitant (Reykjavik exclu).
Hausse "vertigineuse" de la fréquentation également au Luxembourg, dont le taux est actuellement de 3,3. En presque deux ans, le nombre de billets vendus au Grand-duché a pratiquement doublé.
L'augmentation des spectateurs en Autriche est aussi supérieure à la moyenne (+11% par rapport à 97),

biglietti venduti è quasi raddoppiato.
Superiore alla media europea è anche l'incremento degli spettatori in Austria (+11% rispetto al '97) ed a Cipro (+8,8%). Crescono in misura minore i Paesi Bassi (+6,1%) che restano tra i territori europei dove il numero dei biglietti pro-capite è più modesto (1,3 l'anno), e la Svizzera (+2,3%). Dalle stime più aggiornate emerge un incremento delle presenze di circa il 7% sia nei cinema greci sia in quelli portoghesi.

Un 1998 positivo pure per la Scandinavia, dove tutti i paesi, tra cui anche la Svezia e la Norvegia, che nel 1997 avevano visto calare le presenze rispettivamente dell'1,2%, e del 4,7%, guadagnano spettatori.
Gli incrementi variano tra l'1,5% della Danimarca, il 4% della Svezia, il 5,3% della Norvegia, che recupera tutti gli spettatori persi nel 1997 ed ottiene uno dei migliori risultati degli anni '90, e il 7,6% della Finlandia, dove i biglietti varcano la soglia dei 6 milioni, che non raggiungevano dal 1991.
Per la Finlandia il 1998 è stato segnato dall'inaugurazione del primo multiplex, un investimento di Sandrew Metronome con partners locali.
Spingendosi ancora più a nord, si registra un incremento degli spettatori anche nelle sale di Reykjavik (+5,2%).
Decisamente in contrasto con lo scenario positivo dell'Europa Occidentale è la situazione dei paesi dell'Europa Centrale e Orientale.
Mentre nel 1997 si registrava una netta

Frequency rises at a giddy rate in Luxemburg, too, to reach 3,3. In the Grand Duchy the number of tickets sold in two years has almost doubled.
The increase in audiences is also above average in Austria (+11% compared to '97) and in Cyprus (+8,8%). It is rising more slowly in the Netherlands (+6,1%), which is among the European territories where the pro-capita rate of ticket sales is more limited (1,3 per annum), and in Switzerland (+2,3%). The most recent estimates also point to an increase of about 7% in audiences both in Greek and Portuguese cinemas.

1998 was a positive year for Scandinavia, too, where all countries, including Sweden and Norway, which had seen a drop in audiences in 1997 of respectively 1,2% and 4,7%, gained spectators. The increases vary between 1,5% in Denmark, 4% in Sweden, 5,3% in Norway, which regains all the spectators lost in 1997 and obtains one of the best results of the nineties, and 7,6% in Finland, where ticket sales cross the 6 million threshold, not reached since 1991.

In Finland 1998 was marked by the opening of the first multiplex, a Sandrew Metronome investment with local partners. Still further north, the exhibiting theatres of Reykjavik recorded an increase in admissions, too (+5,2%).
The situation of the Central and Eastern European countries is in clear contrast to the positive scenario in Western Europe.

tout comme à Chypre (+8,8%). Hausse toujours, même si en plus faible mesure, également aux Pays-Bas (+6,1%) qui demeurent l'un des territoires européens où le nombre de billets par habitant est le plus modeste (1,3 par an) et en Suisse (+2,3%). Les estimations les plus actualisées montrent une augmentation des entrées d'environ 7% enregistrée aussi bien par les cinémas grecs que par ceux portugais.
Une année 1998 positive également pour la Scandinavie, où tous les pays gagnent des spectateurs, y compris la Suède et la Norvège, qui en 1997 avaient vu diminuer leurs entrées respectivement de 1,2%, et de 4,7%.
Les hausses varient du 1,5% du Danemark, 4% de la Suède, 5,3% de la Norvège, qui récupère tous les spectateurs perdus en 1997 et obtient un des meilleurs résultats des années 90, et 7,6% de la Finlande, où les billets franchissent le seuil des 6 millions, qu'ils n'atteignaient pas depuis 1991.
Pour la Finlande, l'année 1998 a été marquée par l'inauguration du multiplex, un investissement de Sandrew Metronome avec des partenaires locaux.
Et encore plus au Nord, même les salles de Reykjavik enregistrent une augmentation des spectateurs (+5,2%).
La situation des pays de l'Europe Centrale et Orientale est nettement en contraste avec le scénario positif que présente l'Europe Occidentale.
Alors que l'année 1997 était marquée par une nette différenciation entre les pays avec une consommation en croissance et tendant à assumer les connotations du

differenziazione tra paesi dal consumo in crescita e tendente ad assumere le connotazioni del mercato occidentale e paesi ancora segnati dal calo delle presenze e dalla forte riduzione del parco sale, nel 1998 gli spettatori sono diminuiti praticamente ovunque.

Sulla base dei dati disponibili, solo territori di minore estensione, come, nell'area baltica, la Lettonia e l'Estonia, ottengono miglioramenti significativi nel consumo di cinema (rispettivamente +10,9% e +8,9%).
Unica la Slovacchia (+1%) sembra "resistere" al calo generalizzato che colpisce, seppur in misura diversa, i mercati più popolati dell'area orientale: -8% in Slovenia, -6% nella Repubblica Ceca, -13% in Bulgaria, -13% in Ungheria, -16% in Polonia, -28% in Romania.
Più variegato è l'andamento del saldo tra chiusure e nuove aperture di schermi: positivo in Ungheria (+16%) e in Polonia (+1,9%), ancora, e pesantemente, negativo in Bulgaria (-12,4%) e Romania (-16%).

La fiducia degli investitori nei confronti della ripresa del consumo cinematografico nell'Europa Centrale e Orientale si conferma comunque elevata.
Nel 1998 sono stati aperti in Ungheria 3 nuovi multiplex, per un totale di 29 schermi.
Pure a questi mercati mira l'alleanza siglata da Kinepolis e Cinemaxx, che, col neonato marchio Kinemaxx, hanno annunciato un programma che

Whilst 1997 saw a distinct division between countries where cinema-going was on the increase, tending to assume the features of the western market, and countries still suffering from a drop in audiences and a sharp decrease in exhibiting theatres, in 1998 there was a drop in audiences almost everywhere.

According to the data available, only smaller territories, such as Latvia and Estonia, in the Baltic area, see a significant improvement in cinema-going (+10,9% and +8,9% respectively).
Slovakia alone seems to be «holding out» (+1%) against the general slump that has hit the most populated markets of the eastern areas, although in different ways: -8% in Slovenia, -6% in the Czech Republic, -13% in Bulgaria, -13% in Hungary, -16% in Poland, -28% in Romania.

The trend in the balance of closures and new openings of screens is more varied: still positive in Hungary (+16%) as well as in Poland (+1,9%) but strongly negative in Bulgaria (-12,4%) and Romania (-16%). Investors nevertheless still prove to have strong faith in the recovery of cinema-going in Central and Eastern Europe.

In 1998 three new multiplexes were opened in Hungary, for a total of 29 screens.

These markets are also in the sights of the Kinepolis-Cinemaxx partnership which, with the newly founded Kinemaxx trademark, have announced a plan to build

marché occidental et des pays encore marqués par une diminution des entrées et une forte réduction du parc des salles, en 1998 les spectateurs ont baissé pratiquement partout.

Sur la base des chiffres disponibles, seuls des territoires de plus faible extension comme, dans la région de la Baltique, la Lettonie et l'Estonie, obtiennent des améliorations significatives dans la consommation de cinéma (respectivement +10,9% et +8,9%).
La Slovaquie (+1%) semble être la seule résistant à la baisse généralisée qui, bien qu'en mesure différente, frappe les marchés les plus peuplés de l'aire orientale: -8% en Slovénie, -6% en République Tchèque, -13% en Bulgarie, -13% en Hongrie, -16% en Pologne et -28% en Roumanie.

La courbe du solde entre les fermetures et les nouvelles ouvertures d'écrans est plus diversifiée: positive en Hongrie (+16%) et en Pologne (+1,9%), toujours, et lourdement, négative en Bulgarie (-12,4%) et en Roumanie (-16%).
La confiance des investisseurs vis-à-vis de la reprise de la consommation cinématographique en Europe Centrale et Orientale se confirme cependant toujours élevée.

En 1998, 3 nouveaux multiplex ont été ouverts en Hongrie, avec un total de 29 écrans.
C'est aussi à ces marchés que vise l'alliance signée par Kinepolis et Cinemaxx qui, sous la nouvelle marque

prevede la costruzione di diversi complessi, nel corso dei prossimi 3 o 4 anni, nei paesi dell'Europa del Nord e dell'Est.

Elisabetta Brunella
Segretario Generale di MEDIA Salles

several complexes over the next 3 to 4 years in the countries of Northern and Eastern Europe.

Elisabetta Brunella
Secretary General, MEDIA Salles

Kinemaxx, ont annoncé un programme de construction de différents complexes, au cours des 3 ou 4 prochaines années, dans les pays de l'Europe du Nord et de l'Est.

Elisabetta Brunella
Secrétaire Générale de MEDIA Salles