



un'iniziativa del Programma
MEDIA II dell'Unione Europea
con il sostegno del Governo Italiano
Via Soperga, 2 • 20127 Milano
tel. +39.02.66984405
fax +39.02.6691574
e-mail: infocinema@mediasalles.it
http://www.mediasalles.it

MEDIA

European Cinema JOURNAL

MEDIA SALLES

Edizione per l'Italia n. 3 - anno II - settembre 2000

Cinema europeo: senza promozione nessun risultato

Nel precedente numero della Newsletter di MEDIA Salles, Romano Fattorossi ha fatto riferimento alla questione che noi tutti ci troviamo ad affrontare: i film europei non riescono a varcare i confini dei paesi in cui sono prodotti. Che cosa possiamo fare per questo?

Per molti anni i paesi europei hanno generalmente usato le loro agenzie nazionali per promuovere le proprie produzioni al di fuori dei loro territori, portando i film ai vari festival e mercati, organizzando rassegne e retrospettive delle loro glorie cinematografiche in altri paesi. Ma, per la maggior parte, queste organizzazioni hanno accesso a fondi decisamente esigui e la loro azione risulta influenzata dai limiti organizzativi.

Per questa ragione, nel 1997, durante il Festival Internazionale del Film di Berlino, è stata fondata "European Film Promotion" (EFP), grazie a dieci organizzazioni europee di promozione/esportazione, che sentivano la necessità di collaborare su scala più ampia. Siamo partiti con i dieci membri fondatori dell'Associazione: Austrian Film Commission, British Screen, Export-Union des Deutschen Films, Flanders Image, Greek Film Centre, Holland Film, Scandinavian Films, Swiss Films, Unifrance Film International and Wallonie Bruxelles Images. Da allora, l'Associazione si è allargata fino ad includere venti diverse organizzazioni. Si sono infatti aggiunte: The British Council, ICAA/Spain, ICAM/Portugal, Irish Film Board, Italia Cinema, Luxembourg Film Fund e tutte le cinque organizzazioni di promozione scandinave (Danish Film Institute, Finnish Film Foundation, Icelandic Film Fund, Norwegian Film Institute e Swedish Film Institute).

Come risultato della creazione di questa nuova associazione paneuropea, le organizzazioni di promozione e di esportazione d'Europa di maggiore solidità ed importanza collaborano ora economicamente e programmaticamente, all'interno di una struttura ufficiale, a programmi, eventi e presentazioni, con il fine di promuovere il film europeo a livello globale.

I membri di EFP si incontrano regolarmente per scambiarsi esperienze, discutere e analizzare le strategie di marketing dei film europei, valutare i progetti e sviluppare nuovi concetti, strategie e metodi per una promozione dei film europei che sia più efficace a livello mondiale. La collaborazione sotto l'egida di EFP consente ad ogni or-

Sale USA - Film dall'Europa

Gli Stati Uniti rappresentano il mercato cinematografico più competitivo, ma allo stesso tempo più redditizio del mondo. Per quanto riguarda l'esercizio, il volume d'affari statunitense è nettamente più elevato di quello europeo. Nel 1999 le presenze nei cinema americani sono state circa 1 465,2 milioni (in lieve calo rispetto all'anno precedente: -1%), cioè decisamente superiori a quelle europee: 838 milioni (anch'esse in calo di circa l'1,4% rispetto al '98). Se poi si considera la frequenza me-

(segue a pag. 2)

ganizzazione, pur mantenendo la propria identità nazionale ed un proprio programma, di promuovere i film europei con modalità che non potrebbe permettersi da sola.

Molte delle azioni condotte da European Film Promotion includono, per esempio, l'organizzazione di eventi all'interno di festival internazionali di film, come quelli per giovani attori e talenti emergenti (Festival Internazionale del Film di Berlino), giovani registi (Festival Internazionale del Film di Toronto), giovani produttori (Festival Internazionale del Cinema di Cannes). EFP facilita inoltre l'accesso ai maggiori mercati cinematografici, come AFM, e a nuovi mercati, come il Festival di Pusan in Corea e il Festival di Punta de l'Este in Uruguay, nonché l'organizzazione di laboratori e conferenze sulle politiche cinematografiche (Locarno).

Le attività dell'Associazione sono gestite dall'ufficio che ha sede ad Amburgo ed è sostenuto economicamente dal Fondo per il Cinema di Amburgo e dal Ministero Federale dell'Economia della Germania. La maggior parte dei progetti è co-finanziata dal Programma MEDIA e, in misura prevalente, dalle 20 organizzazioni aderenti a EFP. Tutte le attività di EFP si rivolgono ai distributori, agli esercenti e alla stampa internazionale, con l'obiettivo di fornire le più ampie informazioni su tutti i film europei che non abbiamo ancora trovato un pubblico. Questo perché è in sostanza il distributore che deve accettare la sfida di acquisire questi film e, insieme con gli esercenti e la stampa, trovare i modi per raggiungere il pubblico giusto. Lasciamo che la promozione faccia le mosse giuste!

Claudia Landsberger
Presidente di European Film Promotion

I prossimi appuntamento di MEDIA Salles

Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica

Venezia, 30 agosto - 9 settembre 2000

MEDIA Salles è presente presso lo stand del Programma MEDIA, con una postazione per la navigazione via Internet nella banca dati "European Cinema On-line Database" e con il numero 3 della Newsletter "European Cinema Journal".

Eurovisioni

Parigi, 9 ottobre 2000

Esce l'Advance Edition 2000 dell'Annuario Statistico del Cinema Europeo "European Cinema Yearbook", la pubblicazione di MEDIA Salles che offre la panoramica più completa ed, aggiornata sull'industria cinematografica in tutta Europa.

ShowEast

Orlando, 11 - 14 ottobre 2000

Dopo il Cinema Expo International ad Amsterdam, ecco un nuovo appuntamento con "Focus on Europe", l'iniziativa di MEDIA Salles per promuovere il cinema europeo a livello internazionale nei più importanti incontri degli esercenti.

5° Incontro Annuale dei membri di Euro Kids Network

Varese, 27 - 29 ottobre 2000

Giunge alla sua quinta edizione l'incontro annuale, occasione di formazione e di confronto degli esercenti aderenti a Euro Kids Network, il circuito che sostiene e collega le sale cinematografiche che si impegnano nella programmazione di film per ragazzi e giovani dando particolare spazio alle produzioni europee.

MIFED

Milano, 29 ottobre - 3 novembre 2000

MEDIA Salles presenterà il numero 4 della sua Newsletter trimestrale "European Cinema Journal".

Festival Internazionale del Cinema Giovane "Castellinaria"

Bellinzona, 18 - 25 novembre 2000

Inizia quest'anno la collaborazione tra MEDIA Salles e "Castellinaria": una grande indagine sulle aspettative del pubblico europeo tra i 9 e gli 11 anni.



story of Cinema Exhibition).

Il 18 maggio scorso, presso lo stand MEDIA al Festival di Cannes, MEDIA Salles ha presentato la Cinema Research Library.

È questa una nuova sezione del sito Internet di MEDIA Salles, interamente dedicata alla pubblicazione di testi, articoli e ricerche sull'industria cinematografica europea e mondiale.

Molti dei testi che MEDIA Salles ha nel tempo elaborato e raccolto sono ora facilmente accessibili, catalogati in una vera e propria biblioteca che ne consente un'agile consultazione, per temi ed argomenti. Cinque sottosezioni racchiudono altrettanti campi di ricerca: l'esercizio cinematografico in Europa (Cinema Exhibition in Europe); l'industria cinematografica statunitense (The US Cinema Exhibition Industry); i multiplex (Multiplexes); i giovani e il cinema (The Young Audience); la storia del cinema (The history of Cinema Exhibition).

dia pro capite, la distanza tra Stati Uniti ed Europa si allarga ancora. Nel 1998, infatti, un cittadino statunitense è andato al cinema, in media, 5,5 volte, mentre l'Europeo 2,2. Negli ultimi anni, peraltro, l'Europa Occidentale è cresciuta di più, in termini di spettatori, che non gli Stati Uniti. Per esempio, tra il 1996 ed 1997, il tasso di incremento dei biglietti venduti è stato pari al 7,4% in Europa e al 3,7% negli USA. La maggior parte degli elevati incassi americani è saldamente nelle mani delle case di produzione e di distribuzione statunitensi. I film "made in USA" detengono la maggior quota di mercato non solo negli States, ma anche in Europa (dove nel 1998 si sono collocati tra il 64% - 65% di Francia e Italia ed il 90% - 92% di Olanda ed Islanda). In questo contesto dominato dai film "stars and stripes", è interessante chiedersi quale sia lo spazio delle produzioni europee e, in particolare, quanti e quali siano i film del Vecchio Continente distribuiti nel mercato statunitense.

A dare una risposta a queste domande mirano le ricerche condotte da MEDIA Salles, che dall'anno scorso ha esteso le sue analisi dell'esercizio cinematografico anche al mercato statunitense. In questo quadro, si collocano due dei più recenti eventi promossi da MEDIA Salles: la presentazione dei primi risultati dell'indagine sui cinema statunitensi specializzati nei film europei, tenuta a Cannes nell'ambito della tavola rotonda dal tema "What Buyers are looking for: Art vs. Commerce", ed il seminario che ha aperto l'iniziativa "Focus on Europe" di MEDIA Salles a Cinema Expo International 2000.

A Cannes, Sydney Levine, in rappresentanza di Film Finders, partner di MEDIA Salles per questo tipo di ricerche, ha presentato una mappa che localizza circa 600 cinema statunitensi che nella loro pro-

grammazione danno usualmente spazio ai film in lingua straniera. È un'offerta a cui si accompagna di solito quella dei film indipendenti americani. Questi "specialty cinemas" si rivolgono ad un pubblico dal profilo particolare: si tratta in prevalenza di spettatori dall'elevato livello di scolarizzazione e di età superiore ai trentacinque anni. Rispetto al totale degli schermi operanti sul territorio statunitense, che hanno registrato un costante aumento durante gli anni '90, fino ad assestarsi agli attuali 37 185, queste sale specializzate rappresentano un mercato di nicchia.

Analizzando il campione di 602 cinema rilevati da Film Finders, è possibile notare che gli "specialty cinemas" sono concentrati soprattutto negli Stati della Costa Occidentale e di quella Orientale, mentre sono molto pochi quelli presenti negli Stati centrali. La maggior parte di essi (ben 180) si trova in California e negli Stati di Washington (43) e di New York (32). I territori che, invece, presentano il minore numero di questo tipo di sale cinematografiche sono il Nevada (zero), il Sud Dakota (zero), lo Utah (1), l'Arkansas (1) e il Mississippi (1).

Se Los Angeles è il cuore della produzione USA, New York è invece il trampolino di lancio per i film europei, grazie anche al ruolo che le recensioni dei critici dei maggiori giornali (in particolare il New York Times) giocano sulla successiva diffusione dei film nelle altre città. Usualmente, dopo New York, i film europei o, per usare la terminologia più diffusa negli Stati Uniti, i "foreign language films" toccano principalmente Los Angeles, Chicago, Boston, Seattle e San Francisco.

Sempre con riferimento al campione di 602 cinema fornito da Film Finders, è possibile notare che circa il 15% di queste sale opera nell'ambito delle università o di

strutture museali che costituiscono il cosiddetto circuito non commerciale (non-theatrical).

Sebbene, come è stato già riportato nella Newsletter di maggio 2000, stiano per entrare nel mercato nuove catene specializzate, come quella del Sundance Film Festival, o si annuncino iniziative sul "cinema di qualità" in sale di grandi gruppi come Loews Cineplex, sinora negli Stati Uniti ha operato un solo circuito nazionale specializzato nella proiezione di film indipendenti americani ed europei: Landmark Theatres. Landmark possiede attualmente 52 cinema (per un totale di 162 schermi) dedicati alla proiezione di film indipendenti americani e stranieri. Di sei nuovi cinema è stata annunciata l'apertura nelle città di New York, Chicago e Washington DC, per un totale di 39 nuovi schermi. Gli attuali 52 cinema della Landmark sono concentrati soprattutto sulla Costa Occidentale e, in particolare, in California, dove, infatti, esistono ben 24 sale (il 46% circa del totale). Nel seminario tenutosi a Cinema Expo International, il tema della diffusione dei film europei nel Nord America è stato trattato da Jeff Jacobs. Dopo una pluriennale esperienza all'Angelica, "tempio" del cinema di qualità a Manhattan, Jacobs svolge ora l'attività di programmatore per diversi "specialty cinemas". Tra i ricchi contenuti del suo intervento risulta particolarmente interessante la valutazione degli aspetti commerciali del lancio di un "foreign language film".

L'investimento di un distributore non può essere inferiore a 400 000 dollari: questo significa che, per recuperare questi costi, il film deve incassare almeno un milione di dollari. Non sono molti i film europei che raggiungono tale risultato, se

(segue a pag. 3)

La variazione percentuale delle presenze in Europa Occidentale e negli Stati Uniti

	1995 - 1996	1996 - 1997	1997 - 1998	1998 - 1999
Europa*	7,2%	7,4%	7,1%	-1,4%
USA	6,0%	3,7%	6,6%	-1,0%

*Sono inclusi i seguenti paesi: Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Islanda (solo Reykjavik), Italia, Lussemburgo, Norvegia, Olanda, Portogallo, Regno Unito, Spagna, Svezia, Svizzera.

Cinema Research Library

Una sezione speciale, intitolata Call For Papers, accoglie saggi di professionisti e studiosi che rispondendo all'invito di MEDIA Salles, vogliono comunicare i risultati delle loro ricerche che spesso prendono l'avvio dai dati pubblicati sull'Annuario Statistico del Cinema Europeo. Un comitato di esperti del settore esamina i testi e pubblica qui i più interessanti (per informazioni si consulti la pagina web <http://www.mediasalles.it/paper99.htm>).

Nella Cinema Research Library si trovano per esempio la ricerca effettuata da MEDIA Salles sul prezzo del biglietto nelle sale cinematografiche europee; gli interventi integrali dei relatori alla tavola rotonda sulla distribuzione del cinema europeo negli Stati Uniti organizzata dall'Associazione durante il Festival di Cannes del 1999; alcuni degli interventi al seminario dal titolo "Marketing Film on a Worldwide Basis" and "An Update on European Exhibition", tenutosi ad Amsterdam lo scorso giugno nell'ambito di Focus on Europe a CEI 2000; i risultati dell'indagine, condotta nelle sale aderenti a Euro Kids Network, sulle modalità di fruizione del cinema da parte dei giovani europei.

si considera che, negli ultimi anni, l'incasso globale dei "foreign language films" si è collocato tra i 20 ed i 50 milioni. Se si pensa che l'intero gross box office delle sale statunitensi è stato, nel 1999, di 7 miliardi di dollari, ci si rende conto di quanto urgente sia per gli Europei mettere in atto misure e strategie che diano una vera dimensione internazionale alle loro produzioni.

La redazione ringrazia Sydney Levine di Film Finders che ha fornito molti dei dati riportati in questo articolo. La sua rubrica "News From The States" tornerà nei prossimi numeri.

Targa ANEC 2000 a MEDIA Salles

MEDIA Salles ha ricevuto durante le Giornate Professionali di Cinema a Sorrento, il 9 giugno scorso, la Targa ANEC 2000 per l'attività informativa sul mercato cinematografico internazionale, in particolare con la pubblicazione dell'annuario statistico "European Cinema Yearbook".

Hanno ritirato il premio il Presidente di MEDIA Salles Romano Fattorossi ed il consulente scientifico per l'Annuario Joachim Ph. Wolff.



Da sinistra:
Tosca D'Aquino, Romano Fattorossi, Joachim Ph Wolff.

Speciale Cinema per Ragazzi

5° incontro annuale degli esercenti aderenti a Euro Kids Network:
Varese, 27 - 29 ottobre 2000

Si terrà in ottobre la quinta edizione dell'incontro annuale degli esercenti che aderiscono a Euro Kids Network. Questo circuito, nato nel 1996 per sostenere e collegare sale impegnate nella programmazione di film per ragazzi e giovani e nella promozione del cinema europeo, è giunto ormai a comprendere oltre 300 schermi in 16 paesi europei.

L'incontro, ideato come occasione di formazione e di confronto, si svolgerà anche quest'anno in abbinamento con Kid Screen, l'evento internazionale sul cinema per ragazzi e l'educazione ai media organizzato dall'E.C.F.A. (European Children's Film Association) in stretta collaborazione con la Regione Lombardia. I membri di Euro Kids Network potranno così completare il loro incontro con la partecipazione a Kid Screen che tratterà il tema "Comunicazione e creatività".

Il programma per i membri di Euro Kids Network sarà quest'anno assai articolato. Una novità del 2000 è la "vetrina" di film europei adatti per un pubblico di bambini e ragazzi che comprenderà la proiezione su grande schermo di titoli che, sulla scia del successo ottenuto nel paese d'origine, avranno nei prossimi mesi una distribuzione internazionale. Con l'italiano "Preferisco il rumore del mare" di Mimmo Calopresti, che racconta la storia di una difficile, ma profonda amicizia tra quindicenni e di un rapporto con il mondo degli adulti dai

forti contrasti, saranno presentati i due film svedesi "Tsatsiki, Mum and the Policeman" di Ella Lamhagen e "A witch in the family" di Harald Hamrell.

Non mancherà il tradizionale momento di scambio di esperienze che metterà in primo piano le iniziative più significative rivolte alle sale del circuito ai loro spettatori più giovani ed alle scuole. Suo obiettivo sarà lo sviluppo delle competenze di animazione della sala e di promozione dei film europei fra il pubblico più giovane. La riunione Euro Kids Network sarà quest'anno completata dalla presentazione delle misure in favore dell'esercizio cinematografico previste nella proposta di decisione del Programma MEDIA Plus che, dal 2001, darà continuità all'intervento europeo per l'industria audiovisiva.

Anche quest'anno la manifestazione sarà conclusa dalla cerimonia di consegna del premio Euro Kids Network, istituito per attirare l'attenzione dell'industria e delle istituzioni europee sulla necessità di incrementare e sostenere la produzione e la diffusione di film destinati ai più giovani. Nel 1999 alla sua prima edizione, il premio era stato attribuito a "La Gabbianella e il Gatto", il cartone animato di Enzo D'Alò che ha conosciuto un grande successo internazionale, consentendo alle sale di proporre un film particolarmente adatto agli spettatori più piccoli.

MEDIA Salles
dà voce al pubblico
europeo di domani

A supporto dell'iniziativa "Euro Kids Network", MEDIA Salles conduce da diversi anni un'analisi del pubblico più giovane. Il suo obiet-

tivo è conoscere come i ragazzi impiegano il tempo libero, quale spazio dedichino al cinema e quali siano le loro aspettative rispetto all'offerta delle sale.

Realizzata attraverso la distribuzione di un questionario nelle sale aderenti a Euro Kids Network, l'analisi ha permesso sinora di ottenere una "fotografia" del pubblico europeo per la fascia d'età delle scuole medie inferiori e superiori (consultabile sul sito Internet nella sezione Cinema Research Library).

Nel secondo semestre del 2000 l'indagine sarà invece rivolta ai ragazzi tra i 9 e gli 11 anni. Uno speciale questionario, pensato per gli "spettatori in erba", sarà distribuito non solo nelle sale che in tutt'Europa, dalla Gran Bretagna alla Grecia, dalla Svezia alla Spagna, aderiscono al Network, ma anche in occasione di eventi che coinvolgono questo particolare segmento di pubblico.

Il primo partner di quest'operazione sarà "Castellinaria", il Festival che Bellinzona dedica al cinema per ragazzi e che, nel novembre 2000, giunge alla 13ª edizione. Il questionario Euro Kids Network sarà proposto al pubblico che parteciperà alle proiezioni che "Castellinaria" organizzerà per le scuole.

Sarà un'occasione per "dar voce" alle esigenze dei ragazzi e per fornire utili indicazioni agli "addetti ai lavori".



Riceviamo e Pubblichiamo eDward - La 1ª Competizione Europea per Giovani Talenti

eDIT 2000 lancia eDward, la 1ª Competizione Europea per Giovani Talenti del "Creative Visual Design", che si terrà a Francoforte dal 25 al 27 ottobre, col supporto della Commissione Europea e del Parlamento Europeo.

Il tema, su cui i partecipanti sono invitati a produrre un filmato di 30 secondi, è "L'affermazione dell'EURO".

Per maggiori informazioni:

Kongressleitung eDIT 2000

Niddastraße 64 - 60329 Francoforte sul Meno

Tel. +49.69.59797190 Fax +49.69.59797189

www.edit-frankfurt.de e-mail: popp@twinwave.net

Abbonamento alla Newsletter per il 2000

Se ha ricevuto la Newsletter *European Cinema Journal* per posta, significa che lei è sulla nostra mailing list e che riceverà gratuitamente tutti i numeri dell'anno 2000.

Se ha conosciuto la Newsletter *European Cinema Journal* durante un evento cinematografico, e desidera essere incluso nella nostra mailing list, può mandare un messaggio a: newsletter@mediasalles.it, o via fax al n.: 02 6691574.

E.C.F.A. e MEDIA Salles: obiettivo comune

L'E.C.F.A. (European Children's Film Association), fin dall'anno della sua costituzione, il 1988, ha promosso una politica culturale mirante alla definizione di nuovi spazi comunicativi per suscitare e sviluppare più aggiornate forme di collaborazione in Europa, che pongano al centro di ogni azione i ragazzi e le ragazze ed il cinema europeo di qualità. Motore di connessioni tra i settori della produzione, della distribuzione e dell'organizzazione culturale, nella vasta area interessata al pubblico dei bambini e dei giovani, l'Associazione ha visto con grande piacere l'avvio dello stretto legame con i professionisti di MEDIA Salles, che da alcuni anni si danno appuntamento parallelamente e sinergicamente a Kid Screen, l'incontro internazionale sul cinema per ragazzi e l'educazione ai media, organizzato da E.C.F.A. con il sostegno della Regione Lombardia, Direzione Generale Culture, Identità e Autonomie della Lombardia. Momento di incontro, riflessione e formazione per tutti coloro che operano nel rispetto della Carta dei Diritti dell'Onu a favore dell'infanzia, la manifestazione si propone, tra le altre cose, di essere un anello di congiunzione tra esercizio cinematografico e cinema europeo. È in tal senso che la nostra azione congiunta potrà porsi sempre più incisivamente nella cornice della promozione del cinema di qualità in Europa.

Eva Schwarzwald - Dirigente dell'Uff. Cinema e Multimedia della Reg. Lombardia e Membro del Board dell'E.C.F.A.

Festival in Europa

International Kinder & Jugend Film Festival LUCAS

Francoforte sul Meno, Germania

11 - 17 settembre 2000

Tel. +49.69.620167

Fax +49.69.6032185

e-mail: lucas@deutsches-filmmuseum.de

IL CORTO DEI CORTI: rassegna di cinema dei e per i ragazzi

Trevignano Romano, Italia

18 - 22 ottobre 2000 (9-13 maggio 2001)

Tel. +39.06.9999014

CINEKID International Film and Television Festival for children and young adults

Amsterdam, Olanda

21 - 29 ottobre 2000

Tel. +31.20.6247110

Fax +31.20.6209965

Biennale Cinema Ragazzi

Pisa, Italia

6 - 12 novembre 2000

Tel. +39.050.5024329

website: www.web.tiscalinet.it/cineragazzi

BUFF International Children's and Youth Film Festival

Sandnes, Norvegia

13 - 18 novembre 2000

Tel. +47.51.683734

Fax +47.51.683720

e-mail: buff@netpower.no

website: buff@sandneskino.rl.no

Augsburger Kinderfilmfest

Augsburg, Germania

11 - 19 novembre 2000

Tel. +49.821.3491060

Fax +49.821.3495218

Festival Internazionale del Cinema Giovane "Castellinaria"

Bellinzona, Svizzera

18 - 25 novembre 2000

Tel. +41.91.8252893

Fax +41.91.8253611

e-mail: info@castellinaria.ch

website: www.castellinaria.ch

Oulu International Film Festival

Oulu, Finlandia

20 - 26 novembre 2000

Tel. +358.8.8811294

Fax +358.8.8811290

website: www.ouka.fi/oex

e-mail: filmbuero@fi

Gijon International Film Festival for Young People

Gijon, Spagna

24 novembre - 1° dicembre 2000

Tel. +34.98.534.3739

Fax +34.98.535.4152

website: www.las.es./gijonfilmfestival

CINEMAGIC

The Northern Ireland International Film Festival for Young People

Belfast, Irlanda

30 novembre - 10 dicembre 2000

Tel. +44.1232.311900

Fax +44.1232.319709

Internationale Filmfestspiele Berlin (Children's films section)

Berlino, Germania

7 - 18 febbraio 2001

Tel. +49.30.25920

Fax +49.30.25920299

Europees Jeugdfilmfestival Vlaanderen

Anversa, Belgio

24 febbraio - 2 marzo 2001

Tel. +32.3.2326409
Fax +32.3.2131492
website: www.vub.ac.be

BUFF International Children's and Youth Film Festival

Malmö, Svezia

13 - 18 marzo 2001

Tel. +46.40.307822

Fax +46.40.305322

e-mail: buff@kajen.com

website: www.buff.nu/2000

Goldener Spatz German Children's Film & Television Festival

Gera, Germania

1 - 6 aprile 2001

Tel. +49.365.8004874

Fax +49.365.8001344

website: goldenerspatz.gera.de

Festival International du Cinéma Jeune Public

Laon, Francia

3 - 13 aprile 2001

Tel. +33.3.23793937

Fax +33.3.23793932

website: www.aisne.com/festival_cinema_jeune_public

International Film Festival for Children and Youth

Zlin, Repubblica Ceca

27 maggio - 2 giugno 2001

Tel. +420.67.7592442

Giffoni Film Festival

Giffoni Valle Piana, Italia

15 - 22 luglio 2001

Tel. +39.089.868544

Fax +39.089.866111

website: giffoniff.it

Prix Jeunesse International (biennale)

Monaco, Germania

5 - 12 giugno 2002

Tel. +49.89.59002058

Fax +49.89.59003053

Presentata a Cannes la
Newsletter n. 2/2000



Da sinistra:
Liana Ocri, Joachim Ph. Wolff, Enikő Kiss.