Ricerca

Il mercato cinematografico italiano (1990 – 2000)

Con appendice statistica sui principali mercati europei

Rapporto di ricerca di
Fania PETROCCHI
Osservatorio dello Spettacolo
Roma, agosto 2001

1.La produzione di film in Italia: anni 1990 - 2000

Con sempre maggiore frequenza analisti ed operatori italiani affermano di non considerare il numero dei film realizzati un indicatore reale dell'andamento produttivo; indubbiamente, questa affermazione ha un fondamento se si considera che uno dei limiti del mercato cinematografico italiano sta nella sua incapacità di assorbire una quota rilevante di film nazionali. Da più parti si sostiene, infatti, che la produzione italiana è di gran lunga superiore alla domanda e questo scarto spiegherebbe il fatto che non più di cinquanta film italiani l'anno riescano ad essere distribuiti nelle sale e che molti di meno raggiungano una distribuzione effettiva, duratura e diffusa sul territorio.
Si tratta di argomentazioni indubbiamente fondate, anche se non bisogna trascurare di osservare che il numero dei film realizzati consente di rilevare altri due fattori non meno importanti per l'analisi dell'industria cinematografica italiana: innanzitutto, se ne registra il potenziale finanziario, evidenziando la capacità finanziaria che hanno le imprese di reinvestire in nuove produzioni. Oltreché un termometro, che indica gli investimenti e la propensione dei produttori ad investire, il volume annuo della produzione dimostra anche, seppure in modo indiretto, il potenziale creativo di cui si dispone. Pertanto, non appare inutile cominciare la nostra analisi da una ricostruzione dell'andamento della produzione nell'ultimo decennio, con l'avvertenza che le cifre qui riportate si riferiscono al numero dei film che hanno ottenuto nell'anno solare il visto della Commissione Censura, requisito indispensabile per l'uscita in sala di un film.

1 Il confronto 1999 - 2000

	1999	2000	2000/99
100% nazionali	91	86	- 5
in coproduzione	15	17	+ 2
Totale (*)	106	103	- 3

(*) Film visionati dalla Commissione di Censura nel corso dell'anno

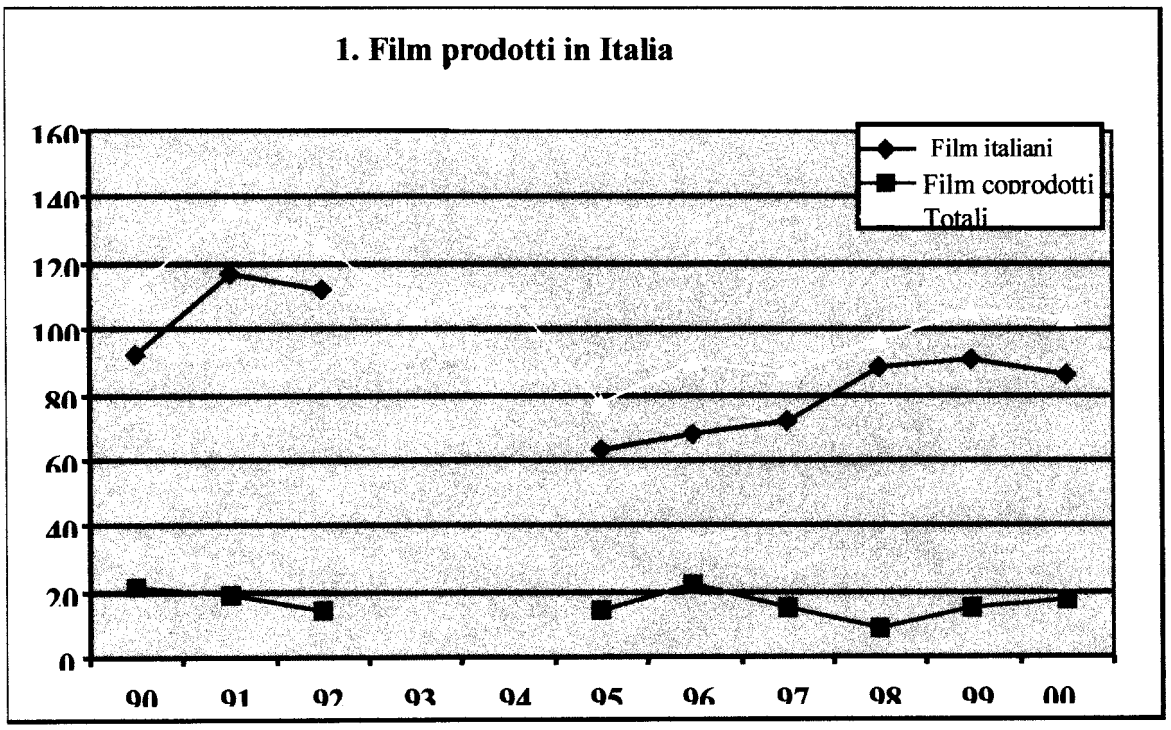
Nel 1999, dopo quattro anni, il numero dei film prodotti è tornato al di sopra delle 100 unità, con un incremento del 9,3%; anche il numero delle coproduzioni estere è risalito ai valori tipici del decennio, registrando nel 1999 un aumento del 66,7%. Nel 2000 si è avuta una sostanziale identità rispetto ai valori dell'anno precedente: il numero dei film a capitale interamente italiano è sceso da 91 ad 86, mentre il numero delle coproduzioni con partner esteri è salito di due unità, arrivando a quota 17. La crisi della metà degli anni Novanta, evidenziata dalla flessione del volume della produzione negli anni 1995-1997, sembra scongiurata, come dimostra la ripresa degli anni 1998-1999 non smentita dalla lieve riduzione dell'anno 2000 (cfr. tavola 2 e grafico 1).

2 La produzione di film (1990 - 2000)

	90	**91**	**92**	**93**	**94**	**95**	**96**	**97**	**98**	**99**	**00**
Film italiani	92	117	112			63	68	72	88	91	86
Film coprodotti*	21	19	14			14	22	15	9	15	17
Totale	**113**	**136**	**126**	**104**	**110**	**77**	**90**	**87**	**97**	**106**	**103**

Fonte: Dipartimento dello Spettacolo
*Coproduzioni con partner esteri

Come accennato all'inizio, vale la pena di considerare un altro indicatore: il numero dei film di nazionalità italiana effettivamente distribuiti nella sale. In questo decennio si è passati dai 30/40 titoli annui dei primi anni Novanta ad una presenza più consistente. Secondo una rilevazione compiuta sul campione delle sale monitorate da CINETEL, la stagione 2000/2001 ha registrato la distribuzione in sala di ben 84 nuovi titoli italiani, cui vanno aggiunti altri 16 film coprodotti con l'estero. Come si può facilmente notare, quasi tutti i film realizzati trovano attualmente la possibilità di essere distribuiti; purtroppo però in molti casi si tratta di una distribuzione virtuale, limitata al circuito dei festival o ai circuiti indipendenti regionali: ancora oggi soltanto un numero ristretto di film italiani riesce ad avere una tenitura di sala lunga e una diffusione capillare.


1. Film prodotti in Italia
160
140
120
100
80
60
40
20
0
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
00
Film italiani
Film coprodotti
Totali

2. Andamento del mercato cinematografico italiano 1990 – 2000

Convenzionalmente, si considerano quali indicatori del mercato cinematografico alcuni valori che forniscono dati aggregati sull'offerta e sulla domanda di cinema.

Oltrechè dalla produzione di film, l'offerta viene definita dal volume degli investimenti, dall'ammontare delle giornate di spettacolo e dal prezzo medio del biglietto; senza trascurare le dimensioni dell'esercizio, che in questa ricerca verranno esaminate separatamente. La domanda, invece, viene dimensionata sulla base del numero dei biglietti venduti che si traducono in incassi lordi, da redistribuire tra i diversi soggetti della filiera e gli altri organismi, pubblici e privati, legati al settore. Anche la distribuzione degli incassi secondo la provenienza geografica dei film (market share) è un importante indicatore per misurare la tenuta delle cinematografie nazionali rispetto ai competitor esteri.

In questo paragrafo si cercherà di fornire una descrizione sintetica del'evoluzione del mercato cinematografico italiano nel corso degli anni Novanta, che hanno segnato il culmine della crisi del cinema italiano e i primi segnali di una ripresa che non può essere considerata conclusa e che rischia, al contrario, di venire compromessa dalle spinte corporative e dall'incompleto sviluppo della distribuzione e dell'esercizio.

Cominciando la nostra ricognizione a ritroso, si può affermare che l'anno 2000, contrariamente alle nefaste previsioni di inizio stagione, sia stato *un anno di sostanziale tenuta del mercato* pur in assenza di importanti blockbuster americani; la ripresa, che ha portato a 103,4 milioni i biglietti venduti, è in gran parte legata all'uscita in dicembre dei film natalizi, alcuni dei quali, come l'italiano "Chiedimi se sono felice", hanno ottenuto incassi tali da risollevare non solo l'andamento dell'anno, ma i rapporti tra la quota di mercato dei film italiani e le quote dei film esteri (cfr. tavole 4 e 5). Occorre tuttavia ricordare che il 2000 è stato il primo anno in cui si è realizzato in Italia un effettivo allungamento della stagione, estesa ai mesi di luglio e di agosto e sostenuta dall'uscita di importanti titoli americani, come dimostra l'aumento deciso del numero delle giornate di spettacolo (+14,9 %). La sostanziale uguaglianza nel volume delle presenze rispetto al 1999 va dunque messa in relazione *anche* a questo fattore e si deve tener conto che nel 1999 il mercato aveva osservato una pausa nei mesi estivi. Il lieve aumento registrato negli incassi lordi (+ 2,1 %) va invece imputato integralmente all'aumento del prezzo medio del biglietto, che ha interessato in particolare le grandi città e il Centro Nord, la parte più vitale del mercato italiano.

1. Il confronto 1999 e 2000

	1999	2000*	2000/99 %
Giornate di spettacolo	727.895	837.000	**+ 14,9 %**
Biglietti venduti MLN	103,48	103,4	**- 0,07 %**
Incassi lordi MLD	1.031,8	1.054	**+ 2,1 %**

Fonte: SIAE
* Per il dato 2000 si tratta ancora di una stima

La tavola 2 evidenzia le fasi della graduale ripresa del mercato cinematografico italiano, che data dal 1996, primo anno di risalita delle presenze e degli incassi dopo una discesa che durava ininterrotta dal 1990 (cfr. tavola 3). Nel 1997 i biglietti venduti hanno superato per la prima volta dopo oltre un decennio la soglia simbolica dei cento milioni, portando gli incassi lordi a sfiorare la soglia dei mille miliardi. Il 1998 è stato anche per l'Italia l'anno ineguagliato del "Titanic" che ha portato al cinema nuovo pubblico e spettatori tradizionalmente lontani dalle sale: i biglietti venduti sono aumentati del 15,2 % schizzando a 118 milioni, con gli incassi che hanno toccato quota 1.141 miliardi. Era invitabile che il 1999 segnasse, in assenza di titoli paragonabili all'eccezionalità di "Titanic", una flessione comune peraltro a tutti i mercati occidentali: a fronte di un aumento delle giornate di spettacolo del 9,1%, si è registrata infatti una flessione dei biglietti venduti del 12,7%, con l'anno che si è chiuso a 103,4 milioni di presenze. Anche gli incassi sono diminuiti: il decremento è stato però minore, pari al 9,6%, per effetto di un aumento del prezzo medio del biglietto del 3,6%. Il 2000, com'è noto, ha sostanzialmente confermato gli ordini di grandezza del 1999.

Complessivamente l'andamento del mercato nell'ultimo quinquennio ha registrato una tendenza alla crescita: escludendo la straordinaria performance del 1998, i risultati del 1999 e del 2000 sono, infatti, superiori, seppure di poco, ai valori del 1997, che a loro volta erano positivi rispetto a quelli del 1996. In questa prospettiva, si può affermare che il mercato stia attraversando una fase di assestamento su valori che si possono ragionevolmente ipotizzare in espansione. Occorre tuttavia impedire che questa spinta alla crescita, ancora parziale perché in gran parte limitata ad alcune aree del Paese, venga rallentata o addirittura arrestata dall'arretratezza culturale degli operatori e dal carattere troppo farraginoso di alcune norme di sostegno agli investimenti nella distribuzione e nell'esercizio. L'incompleto sviluppo di questi settori e l'ancora debole consistenza finanziaria delle

società di produzione rappresentano i nodi da sciogliere nell'immediato futuro per poter consentire all'industria cinematografica italiana di dispiegare pienamente le sue potenzialità di crescita.

2. Andamento della domanda e dell'offerta (1996, 1997, 1998 e 1999)

	1996	1997	1998	1999
Biglietti venduti	**96.512.000**	**102.782.000**	**118.504.204**	**103.483.150**
Incassi lordi	875.154.286.000	961.406.751.000	1.141.086.081.000	1.031.893.593.000
Prezzo medio	9.068	9.354	9.629	9.972

Fonte: SIAE

3. Il mercato cinematografico italiano (1990 – 2000)

		Biglietti venduti (000)	Incassi lordi MLD
1990	558.932	90.660	607,6
1991	544.833	88.588	657,9
1992	528.907	83.562	663,1
1993	532.819	92.213	758,8
1994	547.755	98.246	823,7
1995	569.183	90.714	797,4
1996	585.901	96.512	875,1
1997	645.555	102.782	961,4
1998	667.092	118.504	1141
1999	727.895	103.483	1031,8
2000*	837.000	103.400	1054

Fonte: SIAE
* Stima

Un altro importante indicatore della vitalità industriale del cinema italiano è rappresentato dalla stima della capacità di penetrazione commerciale dei film italiani all'interno del mercato domestico. A partire dal 1994, i film italiani hanno conquistato sul mercato nazionale una quota degli incassi superiore al 20%: la punta massima si è registrata nel 1997 - l'anno del "Ciclone" e de "La vita è

bella" – in cui i film italiani hanno sfiorato complessivamente un terzo degli incassi lordi totali (32,9 %); nel 1998 sono nuovamente scesi sotto la soglia del trenta per cento, toccando quota 24,7% contro il 64,7 % conquistato dai titoli statunitensi. Lungo tutto il decennio degli anni Novanta, la quota di mercato ottenuta dai film importati dagli Stati Uniti si è attestata al di sopra del 50 % del mercato totale, con la sola eccezione del 1997. Le oscillazioni sono avvenute non tanto a spese del cinema italiano quanto erodendo la quota degli altri film stranieri, in particolare dei film europei (cfr. tavola 4).

A partire dal 1999 la SIAE non ha più proceduto alla stima delle quote di mercato relative alla provenienza geografica dei film distribuiti; di conseguenza per il biennio 1999-2000 si è dovuto fare ricorso alle stime elaborate da CINETEL su un campione di sale attive, che varia di anno in anno rendendo pertanto impossibile un confronto diacronico fra i dati disponibili (le sale monitorate erano circa 1500 nel 1999 e sono salite a circa 1800 nell'anno 2000). Il dato più innovativo che è emerso secondo CINETEL nella stagione 1999/2000 è stato la crescita della quota di mercato dei film europei che, grazie al felice esito di film come "Notting Hil", "Asterix e Obelix", "Tutto sopra mia madre", avrebbero sfiorato in Italia la soglia del 20%; la sola quota britannica è stata stimata all'11% degli incassi totali. Questo incremento, tuttavia, sarebbe avvenuto *paradossalmente* a danno della cinematografia italiana e non avrebbe scalfito la predominanza del prodotto americano, saldamente attestato al di sopra del 64 % del mercato totale. La stagione 2000/2001, grazie alla forza commerciale dei film natalizi e di alcune pellicole d'autore, avrebbe riequilibrato i rapporti a favore del cinema italiano, risalito a quota 22,7 %, a danno però del solo cinema europeo ed extracomunitario che sarebbe ridisceso al 13,9 % del volume complessivo del box office italiano.

4. Quote di mercato dei film in Italia in base al paese d'origine (1990 -2000) Valori % sugli incassi lordi

Quote (%)	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	99/00	2000/01
Film italiani*	**21**	**26,8**	**24,4**	**17,3**	**23,7**	**21,1**	**24,8**	**32,9**	**24,7**	**15,7**	**22,7**
Film U.S.A.	70	58,6	59,4	70	61,4	63,2	59,7	46,7	63,8	64,7	63,4
Film altri paesi	9	14,6	16,2	12,7	14,9	15,7	15,5	20,4	11,5	19,6	13,9

*Include coproduzioni

Fonte: SIAE; per il dato 1999 e 2000 si fa riferimento al campione CINETEL.

E tuttavia, la presenza nella top 20 di titoli italiani di qualità accanto alle commedie natalizie ("Chiedimi se sono felice", "Body guards") con incassi impensabili fino a qualche anno fa (oltre 24 miliardi per "L'ultimo bacio", 12 miliardi per "Le fate ignoranti", ma vanno anche segnalati gli 11,3 miliardi della "Stanza del figlio" di Nanni Moretti) è un elemento di novità del mercato che va evidenziato. Si tratta della sorprendente dimostrazione della crescita culturale che in questi anni ha interessato il pubblico italiano, che si è rinnovato anagraficamente, si è stratificato culturalmente ed è divenuto più mobile nei modelli di consumo. Va anche segnalata con favore la prima, incontestabile prova del venir meno della pregiudiziale negativa da parte del pubblico nei confronti del film d'autore italiano – pregiudizio che in passato aveva condizionato la visibilità commerciale della nostra cinematografia di qualità non solo in Italia ma anche all'estero.

5. Top 20 in Italia nella stagione cinematografica 2000/2001

Titolo	Nazionalità	Biglietti	Incassi Mld
Chiedimi se sono felice	Italia	4.952.795	55,015
Cast Away	Stati Uniti	2.433.127	26,720
L'ultimo bacio	Italia	2.197.320	24,016
Hannibal	Stati Uniti	2.170.336	23,859
What women want	Stati Uniti	2.034.817	22,357
Le verità nascoste	Stati Uniti	1.986.165	22,244
Autumn in New York	Stati Uniti	1.865.939	20,734
Ti presento i miei	Stati Uniti	1.846.562	20,139
Body Guards	Italia	1.757.788	19,308
Mission Impossible 2	Stati Uniti	1.748.181	19,272
Unbreakable	Stati Uniti	1.697.089	19,196
Dinosauri	Stati Uniti	1.479.482	15,204
Chocolat	Gran Bretagna	1.420.707	15,080
Pearl Harboor	Stati Uniti	1.274.696	13,916
L'esorcista	Stati Uniti	1.249.868	13,769
La mummia 2	Stati Uniti	1.187.745	12,868
L'uomo senza ombra	Stati Uniti	1.161.369	12,831
I fiumi di porpora	Francia	1.151.173	12,714
Le fate ignoranti	Italia	1.122.625	12,236
Billy Elliot	Gran Bretagna	1.119.279	11,972

Fonte: Campione CINETEL; periodo dal 1/7/2000 al 24/6/2001

Per completare questa breve indagine è opportuno introdurre anche il tema degli investimenti, che sono distribuiti su una pluralità di soggetti, pubblici e privati, e sono articolati sulla base di complesse procedure di prestito, tali da non rendere né facile né del tutto significativo il calcolo del loro ammontare complessivo. I contributi pubblici (assegnazioni) sono stabiliti su base annuale

dalla Direzione Generale per il Cinema – Ministero per i Beni e le Attività Culturali, ma corrispondono solo in parte alle cifre effettivamente erogate alla produzione dalla sezione credito della BNL; anche gli investimenti televisivi, erogati solo nel caso di RaiCinema per l'acquisto del diritto di antenna, essendo Medusa formalmente indipendente dalle reti televisive del gruppo Mediaset, risultano di difficile stima. Pertanto, in attesa di una necessaria semplificazione del modello di finanziamento, e della creazione anche in Italia di un organismo che, al pari del CNC francese, effettui un controllo istituzionale delle entrate e delle uscite dell'intero comparto cinematografico, si riportano qui di seguito le stime dei costi sostenuti per la produzione dalle società produttrici italiane, così come vengono elaborate dalla principale associazione di categoria dei produttori (ANICA).

6. Stima del costo totale della produzione italiana (1996-2000) – Mld di lire

Costi	1996	1997	1998	1999	2000
100 % capitali italiani	209,2	204,5	314,7	313,4	339,8
Coprod. estere	145,4	134,3	94,0	218,8	95,5
Costi totali	**354,6**	**338,8**	**408,7**	**532,2**	**435,3**

Fonte/: stima a cura dell'ANICA

La tavola 6 limitata all'ultimo quinquennio, evidenzia una decisa crescita finanziaria del settore nel biennio 1998-1999, durante il quale l'impiego dei capitali italiani ha superato la soglia dei 300 miliardi annui. Un altro dato da segnalare è la spettacolare crescita nell'anno 1999 del valore degli investimenti in coproduzioni estere, saliti dai 94 miliardi stimati nel 1998 a quota 218, un'impennata frutto sia della generale ripresa produttiva del mercato europea sia della forte iniziativa assunta dagli ultimi governi italiani in materia di accordi di coproduzione internazionale. I valori del 2000 relativi alle coproduzioni estere mostrano di essere tornati al livello del 1998, ma i capitali investiti per film interamente italiani hanno continuato a crescere, sfiorando i 340 miliardi.

3. L'esercizio in Italia: anni 1990 – 2000

Il settore dell'esercizio è senza dubbio quello che nella filiera dell'industria cinematografica italiana ha subito nel corso dell'ultimo decennio i cambiamenti più profondi. Sotto l'impulso di normative nazionali che ne hanno sostenuto lo sviluppo e per effetto degli ingenti investimenti realizzati in Italia da major non solo americane, il numero degli schermi attivi è cresciuto, arrivando a sfiorare le 3000 unità. Non si è trattato soltanto di una crescita di tipo quantitativo ma anche di un processo di modernizzazione delle strutture e degli impianti di proporzioni ragguardevoli. Gli esiti di questa trasformazione, ancora non conclusa, sono stati condizionati e in parte limitati dagli squilibri economici e sociali che distinguono il Nord dal Sud del Paese. Lo sviluppo dell'esercizio ha infatti toccato maggiormente le regioni dell'Italia centro-settentrionale e le grandi aree metropolitane, trascurando il Mezzogiorno e le città di provincia, che risentono ancora oggi della crisi degli anni Ottanta.

Nel corso di quel decennio, infatti, per effetto della concorrenza televisiva e di grandi cambiamenti che hanno investito le abitudini di consumo degli italiani, il numero delle sale attive si è più che dimezzato, passando dalle ottomila unità della fine degli anni Settanta alle duemila dei primi anni Novanta. A partire dal 1997 si è avviata una graduale ripresa, della quale le spinte corporative delle associazioni di categoria stanno in parte compromettendo la continuità; questa fase di crescita del resto non può essere considerata conclusa, visti la bassa densità degli schermi nel Sud Italia e il confronto ancora sfavorevole con gli altri paesi europei, omogenei all'Italia per dimensioni e tradizione.

1. Schermi: il confronto 1998, 1999, 2000

N. schermi	1998	1999	2000	2000/1999
Schermi totali	2.619*	2.878*	2.435**	.
Di cui in multisala	530	788	1055	+ 267
Di cui in multiplex	82	124	224	+ 100

* Schermi con =/+ di 60 giornate di spettacolo
** Schermi con =/+120 giornate di spettacolo
Fonte: SIAE e Osservatorio dello Spettacolo

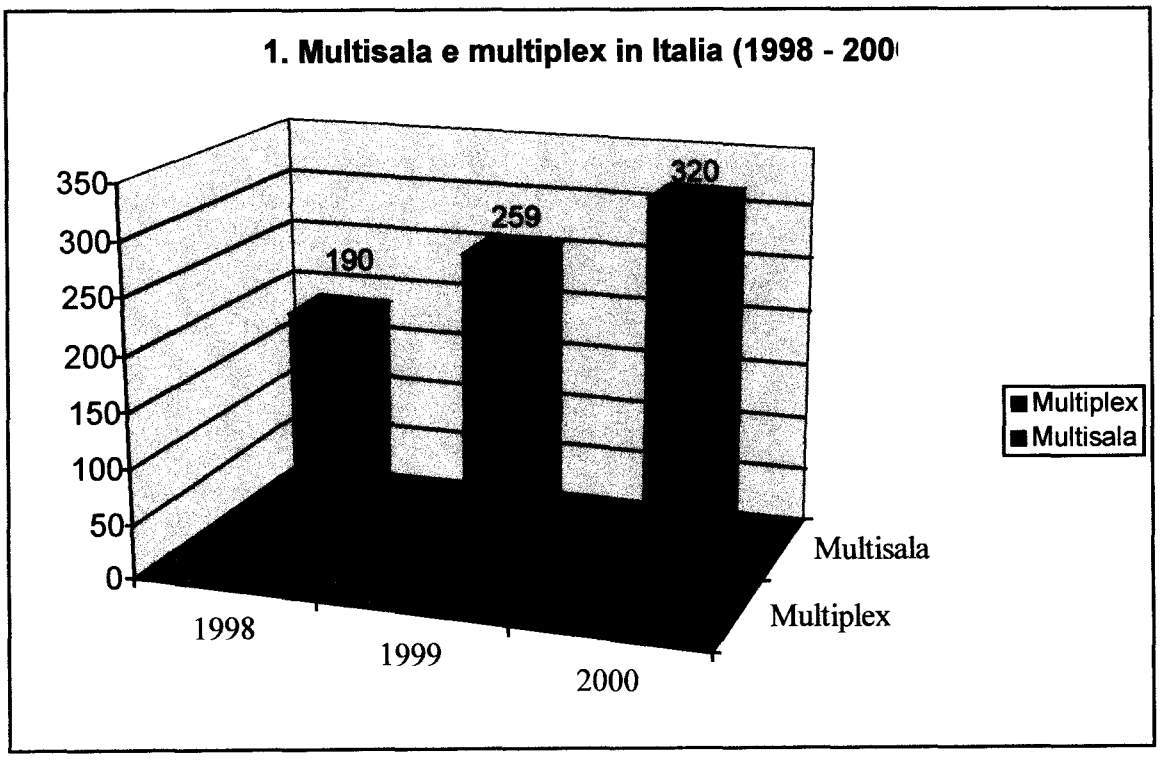
2. Cinema multisala e multiplex: 1998, 1999, 2000

N. sale	1998	1999	2000	2000/1999
Multisala	190	259	320	+ 61
di cui: multiplex	8	12	22	+ 10

Fonte: Osservatorio dello Spettacolo

Uno dei principali indicatori del grado di modernizzazione dell'esercizio è rappresentato dalla presenza dei cinema multisala, cioè di complessi dotati di 2 o più schermi. Il numero dei cinema multisala attivi in Italia al 31 dicembre 2000, secondo uno studio curato dall'Osservatorio dello Spettacolo, è pari a 320 unità, per un totale di 1055 schermi; di questi cinema multisala, 22 sono cinema multiplex, cioè complessi dotati di 8 o più schermi.

Rispetto al 1999, vi è stato un sostanziale aumento nel numero dei cinema multisala, che sono passati dai 259 complessi del 1999 a 320 complessi, con un incremento di 61 unità; i cinema multiplex sono invece aumentati del 75%, passando da 12 a 22 complessi (tavola 2 e grafico 1).



I dati disponibili presso la SIAE confermano la crescita dell'esercizio nell'ultimo decennio. Secondo tali stime, il numero complessivo degli schermi con una programmazione commercialmente significativa - codificata per convenzione in almeno 60 giornate di spettacolo - è in aumento: nel 1998 era di 2.619 unità, che si stima siano aumentate del 9,8 % toccando nel 1999 quota 2.878 unità. Il dato SIAE disponibile per l'anno 2000 si riferisce agli schermi con un numero di giornate di spettacolo uguale o superiore alle 120 unità, pertanto non è possibile confrontarlo con quello relativo al 1999.

La tavola 3 evidenzia l'andamento dell'esercizio dal 1990 al 2000 ed è riferita ad un campione di sale attive, costruito in base al numero delle giornate di spettacolo (almeno 60 giornate annue). Come si può notare, la flessione ha interessato il triennio 1991 – 1993; a partire dal 1994 è cominciata una timida ripresa che dal 1997 ha assunto proporzioni più consistenti, in concomitanza con il dispiegarsi degli effetti benefici della riforma normativa del settore e, più in generale, con una ripresa dei consumi cinematografici.

3. Schermi italiani con =/+60 giornate di spettacolo (1990 – 2000)

	1990	**1991**	**1992**	**1993**
Schermi	2276	2241	2175	2154
	1994	**1995**	**1996**	**1997**
Schermi	2209	2281	2326	2456
	1998	**1999**	**2000***	
Schermi	2619	2878	2435	.

Fonte: SIAE e Osservatorio d. Spettacolo

* Dato sugli schermi attivi con =/+ di 120 giornate di spettacolo

Con riferimento alla *dislocazione geografica* degli schermi collocati in cinema multisala, il dato aggiornato al 31 dicembre del 2000 indica una distribuzione concentrata in prevalenza nel Nord Italia (47,6 %) con una diffusione piuttosto omogenea fra le diverse regioni, anche se la Lombardia con 121 schermi detiene la leadership, seguita dall'Emilia Romagna con 114 schermi e dal Veneto con 113. In Italia Centrale gli schermi collocati in cinema multisala sono 388, quasi tutti concentrati nel Lazio e in provincia di Roma (270 schermi). La situazione del Mezzogiorno è di grande arretratezza: solo il 15,6 % degli schermi collocati in cinema multisala si trova in questa area del

Paese, che rappresenta pertanto un mercato ancora potenzialmente ricettivo per la costruzione di nuovi cinema multisala e multiplex. Tuttavia se si considerano i valori del 1999, si può notare che anche il Sud e le Isole sono stati interessati da una notevole crescita: nel Mezzogiorno gli schermi in multisala attivi erano 80 nel 1999 e sono saliti a 139 l'anno successivo, mentre il loro numero in Sicilia e in Sardegna è quasi raddoppiato, arrivando da 14 a quota 26.

4. Schermi in multisala distinti in aree geografiche (1999-2000)

Area	1999	2000	Valore % 2000
Nord Italia	405	502	47,6 %
Centro	289	388	36,8 %
Sud Italia	80	139	13,2 %
Isole	14	26	2,4 %
Totale	**788**	**1055**	100

Fonte: Osservatorio dello Spettacolo

Per quanto concerne l'attività dell'Ufficio Sale, attivo presso la Direzione Generale per il Cinema, i dati a disposizione relativi all'anno 2000 confermano la fase di crescita che interessa l'esercizio cinematografico italiano: è stata infatti autorizzata l'apertura di nuovi complessi per un totale di 221 schermi. A partire dal 1996, sono stati autorizzati complessivamente 905 nuovi schermi, che sono in gran parte in fase di costruzione e che dovrebbero consentire all'esercizio italiano di attestarsi su valori più prossimi a quelli di mercati esteri ad esso omogenei, quali la Francia e la Gran Bretagna (tavola 5).

5. Nuovi schermi autorizzati dal Dipartimento dello Spettacolo (1996, 97, 98, 99, 2000)

	1996	1997	1998	1999	2000*	Totale
Monosala	7	62				**69**
Multisala	68	181	102	264	221	**836**
Totale	**75**	**243**	**102**	**264**	**221**	**905**

*Dato aggiornato al 15/novembre/00
Fonte: Dipartimento dello Spettacolo – Ufficio Sale

Occorre precisare che, secondo quanto rilevato dall'Ufficio Sale- Direzione Generale per il Cinema, alla data del 15 novembre 2000 solo 38 nuovi complessi sono stati autorizzati in base alla nuova normativa, varata nel settembre del 1998 con il DPCM 391/98; tutte le altre autorizzazioni sono state effettuate in base alla vecchia normativa.

Per quanto riguarda la dislocazione geografica dei nuovi 221 schermi autorizzati nel 2000, il 46% è collocato nel Nord Italia, il 25% nel Centro e il 29% nel Sud Italia.

4. I principali mercati europei

4.1 La Francia

La Francia è il più grande mercato cinematografico dell'Europa Occidentale: questo Paese infatti detiene la leadership europea per le dimensioni della domanda e dell'offerta sia in termini assoluti, sia in termini relativi. Considerando variabili quantitative quali la popolazione, il reddito procapite, i valori di cambio, confrontandole con quelle degli altri paesi europei ed effettuando una ponderazione delle cifre, come è stato fatto da autorevoli organismi di ricerca internazionali, il confronto risulta favorevole al Paese transalpino.

Questa crescita, che è anche qualitativa vista la crescente visibilità estera dei film francesi, rappresenta il frutto duraturo delle politiche di sostegno al cinema intraprese dai governi francesi nel corso degli anni Ottanta, quando la crisi della cinematografia europea era più acuta e generalizzata. Più di qualsiasi commento, valgono le cifre esposte qui di seguito.

1. La produzione di film in Francia (1990 - 2000)

	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00
Totale film francesi	**106**	**108**	**113**	**101**	**89**	**97**	**104**	**125**	**148**	**150**	**145**
-di cui coprodotti	37	35	41	36	28	34	30	39	46	35	34

Fonte: European Audiovisual Observatory

I film prodotti in Francia nel 2000 sono stati 145, un numero pressoche' costante rispetto al biennio precedente, quando i film realizzati erano stati 148 e 150. In costante, lieve riduzione le coproduzioni con partner esteri, che sono scese a 34 titoli rispetto ai 35 del 1999 e ai 46 del 1998.

Confrontando il volume della produzione francese con quello della produzione italiana lungo l'arco del decennio, si può notare come il ruolo fra i due paesi si sia invertito: all'inizio degli anni Novanta l'Italia produceva un numero di film annuo lievemente maggiore rispetto alla Francia, la cui produzione ha ripreso a salire a partire dal 1995; di contro, quella italiana ha registrato una flessione costante fino al 1997, quando ha cominciato a salire ma attestandosi su valori più bassi rispetto alla Francia (cfr. tavola 2 del paragrafo 1).

2 Presenze e incassi in Francia: il confronto 1998, 1999 e 2000

	1998	1999	2000	2000/99 %
Biglietti venduti (Mln)	170,5	153,5	165,9	+ 8 %
Incassi lordi (Mln di FrF)	6.013,9	5.399,6	.	.

Fonte: European Audiovisual Observatory

3 Biglietti venduti in Francia e in Italia (1990 – 2000)

	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00
Presenze (Mln) in Fancia	**121,7**	**117,5**	**115,3**	**132,7**	**124,4**	**130,2**	**136,7**	**149**	**170,5**	**153,5**	**165,9**
Presenze (Mln) in Italia	90,6	88,5	83,5	92,2	98,2	90,7	96,5	102,7	118,5	103,5	103,4

Fonte: European Audiovisual Observatory, SIAE

Il numero dei biglietti venduti in Francia nel 2000 è stato pari a 165,9 milioni, con un aumento rispetto al 1999 dell'8% che ha riportato il box office transalpino a ridosso dei valori del 1998, quando i biglietti venduti hanno superato quota 170 milioni. Trascurando i valori del 1998 per la loro eccezionalità, il trend di crescita è ininterrotto dal 1995. La Francia rappresenta, quanto a numero di presenze annue nel circuito delle sale, il mercato cinematografico più ampio dell'Unione europea: la frequenza media per abitante nel 2000 è stata di 2,8 biglietti, inferiore solo a quella della Spagna, ma di gran lunga superiore al corrispondente valore italiano: 1,89 biglietti per abitante della penisola.

I film francesi nel 2000 hanno conquistato il 28,9% del mercato nazionale, contro il 61,9% ottenuto dai film americani e il 9,2% raccolto dai film provenienti dal resto del mondo. Questo risultato, che conferma per i film francesi i valori del 1999, è dovuto a titoli di genere e qualità diversificati, quali la commedia 'natalizia' "Taxi 2", successi internazionali come "I fiumi di porpora" e film d'autore come "Il gusto degli altri". La quota di mercato americana è aumentata rispetto al 1999, ma a scapito dei film europei ed extracomunitari. Anche questa caratteristica del mercato francese è unica in Europa; solo i film italiani riescono ad avvicinarsi a quote del box office prossime a quelle dei film francesi nel loro mercato domestico. Tuttavia, i film francesi hanno nell'Unione europea il più ampio bacino di pubblico: nel 1999, infatti, hanno conquistato in tutta l'Unione l'audience più elevata, con 60 milioni di spettatori complessivi.

4.2.Germania

Nonostante i vantaggi demografici e politico-culturali derivanti dall'unificazione, la Germania non è riuscita nel corso degli anni Novanta a recuperare spazio commerciale e vitalità creativa all'industria cinematografica nazionale. Pur essendo la produzione tedesca fra le più aperte in Europa ad apporti e capitali esteri (cfr. tavola 1 - l'elevato numero delle coproduzioni estere rispetto ai film nazionali), il mercato appare dominato dal cinema d'importazione americano e compresso dall'ampiezza della produzione televisiva.

1 La produzione di film in Germania (1990 -2000)

	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00
Totale film tedeschi	**48**	**72**	**63**	**67**	**60**	**63**	**64**	**61**	**50**	**74**	**66**
-di cui coprodotti	10	19	10	17	14	26	22	14	11	30	28

Fonte: European Audiovisual Observatory

Il numero dei film prodotti in Germania nel 2000 è stato pari a 66 titoli, di cui solo 38 interamente finanziati da capitale tedesco; nel 1999 i lungometraggi prodotti erano stati 74 di cui 44 nazionali; si conferma anche nel 2000 la crescita delle coproduzioni estere, più che raddoppiate a partire dal 1999. Lungo l'arco del decennio, la produzione tedesca si è attestata intorno ai 60 titoli annui, una dimensione produttiva inferiore a quella italiana, pur essendo il mercato tedesco – a partire dal 1989 – notevolmente più ampio di quello italiano con i suoi 83 milioni di abitanti.

2 Presenze e incassi in Germania: il confronto 1998, 1999 e 2000

	1998	1999	2000	2000/99 %
Biglietti venduti (Mln)	148,9	149,0	152,5	+ 2,3 %
Incassi lordi (Mln di marchi)	1.600	1.581	1.612	+ 2 %

Fonte: European Audiovisual Observatory

3 Biglietti venduti in Germania, Francia e Italia (1990 –2000)

	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00
Presenze (Mln) in Germania	**102,5**	**119,9**	**105,9**	**130,5**	**132,8**	**124,4**	**132,8**	**143,1**	**148,9**	**149**	**152,5**
Presenze (Mln) in Fancia	121,7	117,5	115,3	132,7	124,4	130,2	136,7	149	170,5	153,5	165,9
Presenze (Mln) in Italia	90,6	88,5	83,5	92,2	98,2	90,7	96,5	102,7	118,5	103,5	103,4

Fonte: European Audiovisual Observatory, SIAE

Nel 2000 il numero dei biglietti venduti in Germania è stato pari a 152,5 milioni, un risultato lievemente superiore al 1999 quando i biglietti staccati sono stati 149 milioni; si stima che gli incassi siano aumentati del 2%, un incremento inferiore a quello delle presenze (+2,3%). In termini di numero di presenze in sala, la Germania unificata rappresenta il secondo mercato europeo dopo la Francia: la crescita è stata ininterrotta a partire dal 1993, con la sola eccezione del risultato negativo registrato nel 1995 (anno in cui i biglietti venduti sono scesi a quota 124,4 milioni). Tuttavia, occorre tenere presente che la Germania unificata ha una popolazione maggiore rispetto a quella della Francia. La frequenza media in sala per abitante nel 2000 è stata infatti di 1,86 biglietti, un valore simile a quello registrato dall'Italia, ma inferiore a quello della Francia (2,8 biglietti per abitante). Si potrebbe pertanto affermare che le dimensioni *reali* del mercato tedesco non sono troppo dissimili da quello italiano, con la differenza però che il livello della produzione della Germania e la sua capacità di controllare il mercato domestico, sono inferiori. Solo l'esercizio presenta rispetto all'Italia uno sviluppo superiore, con un'elevata densità di cinema multisala e multiplex; questi ultimi rappresentano il 24,3% degli schermi attivi (Madiasalles, 2000).

I film tedeschi nel 2000 hanno conquistato soltanto il 12,5% del mercato nazionale, mentre i film americani si sono accaparrati il 75% circa del box office. Si tratta di valori molto sfavorevoli rispetto alla Francia e all'Italia, le cui cinematografie rappresentano rispettivamente il 28,9 % e il 22,7 % dei mercati nazionali. Nella top 20 tedesca del 2000 non figura nessun film tedesco e un solo film europeo, "Galline in fuga", coprodotto tra Gran Bretagna e Stati Uniti.

4.3 Regno Unito

La cinematografia inglese, nonostante l'effervescenza della sua produzione indipendente, sconta ancora oggi gli effetti delle politiche liberistiche sperimentate nel corso degli anni Ottanta nel campo della cultura. Se il liberismo ha consentito all'industria cinematografica nazionale - e in particolare all'esercizio - di fruire di ingenti capitali di provenienza nordamericana, che hanno ampliato e modernizzato le strutture produttive e distributive britanniche, l'assenza di rileventi politiche di sostegno alla produzione ha ridotto la cinematografia inglese alla sola tipologia del film d'autore indipendente, e aperto il mercato alla presenza quasi esclusiva della produzione hollywoodiana.

1 La produzione di film nel Regno Unito (1990 - 2000)

	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00
Totale film inglesi	**60**	**49**	**47**	**67**	**78**	**81**	**127**	**115**	**91**	**103**	**90**
-di cui coprodotti	.	12	18	36	40	41	50	41	26	32	39

Fonte: European Audiovisual Observatory

Nel 2000 il numero dei film prodotti in Gran Bretagna è stato pari a 90 titoli, di cui solo 51 a totale capitale britannico; nel 1999 i lungometraggi prodotti sono stati 103, si è quindi avuta una rilevante contrazione dei film a capitale interamente britannico: 20 titoli in meno, solo in parte compensata da un aumento delle coproduzioni a partecipazione estera, salite a quota 39 film. Nondimeno, il livello medio della produzione lungo l'arco del decennio è aumentato a partire dal 1994 e, nonostante qualche flessione, si attesta al di sopra delle 97 unità annue – un valore superiore alla media del periodo 1990–1993, che era di 55 titoli all'anno. Un contributo formidabile alla produttività britannica è stato dato dalle coproduzioni internazionali, realizzate essenzialmente in partnership con gli Stati Uniti.

Si può affermare, pertanto, che il Regno Unito nel campo della produzione è il mercato più 'internazionalizzato' dell'Unione europea; questa caratteristica non si deve solo al fattore linguistico, ma anche ad un sistema di incentivi fiscali finalizzato a favorire le coproduzioni con l'estero.

2 Presenze e incassi nel Regno Unito: il confronto 1998, 1999 e 2000

	1998	1999	2000	2000/99 %
Biglietti venduti (Mln)	135,5	139,5	142,5	+ 2,1 %
Incassi lordi (Mln di Sterline)	539	583,4	621,2	+ 6,5 %

Fonte: European Audiovisual Observatory

3 Biglietti venduti in Regno Unito, Francia, Germania e Italia (1990 – 2000)

	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00
Presenze (Mln) nel Regno Unito	**97,3**	**100,3**	**103,6**	**113,2**	**124**	**114,9**	**123,8**	**139,3**	**135,5**	**139,5**	**142,5**
Presenze (Mln) in Fancia	121,7	117,5	115,3	132,7	124,4	130,2	136,7	149	170,5	153,5	165,9
Presenze (Mln) in Germania	102,5	119,9	105,9	130,5	132,8	124,4	132,8	143,1	148,9	149	152,5
Presenze (Mln) in Italia	90,6	88,5	83,5	92,2	98,2	90,7	96,5	102,7	118,5	103,5	103,4

Fonte: European Audiovisual Observatory, SIAE

Continua anche nel 2000 in Gran Bretagna il trend positivo del mercato: il volume dei biglietti venduti è stato pari a 142,5 milioni, con un aumento rispetto al 1999 del 2,1%; occorre sottolineare, che questo incremento segue il risultato positivo, unico in Europa, del 1999 quando gli spettatori britannici erano saliti a quota 139,5 milioni. Considerando gli esiti di pubblico del 1997 - 139,3 milioni di presenze - , si può parlare per il mercato britannico di una *fase di consolidamento*, dopo l'impennata del biennio 1996-97. Tale crescita è stata messa in relazione dagli analisti del settore con l'eccezionale sviluppo che ha avuto nel corso del decennio la costruzione di nuovi cinema multischermo, che nel 1998 rappresentavano in Gran Bretagna ben l'89,4 % degli schermi attivi nel Paese; nel 2000 gli schermi collocati in complessi multiplex hanno raggiunto una densità del 67,8%, la più elevata d'Europa (fonte: Mediasalles). Nello stesso anno la frequenza media in sala per abitante è stata pari a 2,63 biglietti, un risultato migliore di quello registrato in Germania e in Italia, e secondo solo a quello della Spagna e della Francia; il bacino di pubblico dei film britannici in tutta l'Unione europea è stato nel 1999 pari a 57 milioni di spettatori, dato che conferma la vocazione internazionale di questa industria cinematografica.

Solo due i titoli interamente britannici nella top 20 del 2000: "Billy Elliot" e "Kevin and Perry go large", ma grazie al successo di due coproduzioni con gli Stati Uniti, "Galline in fuga" e "The

beach" la quota britannica nel box office domestico è salita al 19,6 % contro il 75,3 % ottenuto dai film d'importazione americana.

Il peso commerciale dei film statunitensi è superiore alla media dell'Unione europea, che è pari 71 % degli incassi lordi totali, e rappresenta l'altra faccia della medaglia dell'apertura internazionale del mercato cinematografico britannico: la contiguità con il mercato statunitense, se da un lato ha costituito uno dei fattori della ripresa produttiva del Regno Unito negli anni Novanta, dall'altro lato ha avuto come conseguenza elevati indici di penetrazione commerciale del prodotto hollywoodiano.

4.4 Spagna

L'industria cinematografica spagnola rappresenta un coacervo di elementi di arretratezza e di modernità di difficile definizione. Dal punto di vista della domanda è il Paese europeo che nel corso degli anni Novanta ha registrato la crescita più spettacolare: la frequenza madia annua è in Spagna la più elevata dell'Unione europea (3,43 biglietti annui procapite); anche il volume della produzione, sostenuta dalla crescita delle coproduzioni estere, è notevolmente aumentato. E tuttavia, i film spagnoli nel 2000 hanno conquistato sul mercato domestico soltanto il 10,1 % degli incassi lordi totali, nessun film spagnolo è rientrato nella top 20 dei film più visti dal pubblico e il market share dei film statunitensi è schizzato all'81,6 % del totale, molto al di sopra della media comunitaria. Sembrerebbe il panorama commerciale di un paese latino-americano, piuttosto che di un paese europeo, ma questa diagnosi è troppo severa: occorre tener conto dei grandi sforzi compiuti in direzione dell'indipendenza produttiva nel settore televisivo e della vitalità creativa della cinematografia spagnola indipendente. La normativa recente, inoltre, sembra aver introdotto dei correttivi con misure di sostegno alla produzione nazionale, che non tarderanno a produrre effetti benefici sulla produzione domestica e sulla sua visibilità commerciale.

1 La produzione di film in Spagna (1990 - 2000)

	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00
Totale film spagnoli	**47**	**64**	**52**	**56**	**44**	**59**	**91**	**80**	**65**	**82**	**98**
-di cui coprodotti	10	18	14	15	8	22	25	25	20	37	34

Fonte: European Audiovisual Observatory

Il numero dei film prodotti in Spagna nel 2000 è salito a 98 titoli, di cui 64 a totale capitale spagnolo; nel 1999 i lungometraggi prodotti erano stati 82; dopo l'impennata del 1999, continua ad essere sostenuto il volume delle coproduzioni estere, un fenomeno in gran parte analogo per dimensioni a quello che ha interessato la produzione tedesca. Nonostante l'andamento altalenante dei valori assoluti, lungo l'arco degli anni Novanta la produzione di film in Spagna ha registrato un notevole sviluppo e dal 1990 al 2000 è più che raddoppiata.

2 Presenze e incassi in Spagna: il confronto 1998, 1999 e 2000

	1998	1999	2000	2000/99 %
Biglietti venduti (Mln)	112,1	131,3	135,4	+ 3,1 %
Incassi lordi (Mln di Pesetas)	66.763	82.504	89.238	+ 8,2 %

Fonte: European Audiovisual Observatory

Il numero dei biglietti venduti in Spagna nel 2000 è stato pari a 135,4 milioni, con un incremento del 3,1 % rispetto al 1999, quando i biglietti staccati furono 131,3 milioni:è stato sostanzialmente confermato lo spettacolare risultato dell'anno precedente, che aveva registrato un'impennata rispetto al 1998. Si tratta di una crescita di notevoli dimensioni, in netta controtendenza con quanto avvenuto nel biennio 1999-2000 nel resto dell'Unione europea, dove i risultati sono stati generalmente inferiori alle performance del 1998, l'anno mondiale del film "Titanic".

3 Biglietti venduti in Spagna, Francia, Germania, Regno Unito e Italia (1990 – 2000)

	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00
Presenze (Mln) in Spagna	**78,5**	**79,1**	**83,2**	**87,6**	**89**	**94,6**	**104,3**	**105**	**112,1**	**131,3**	**135,4**
Presenze (Mln) in Fancia	121,7	117,5	115,3	132,7	124,4	130,2	136,7	149	170,5	153,5	165,9
Presenze (Mln) in Germania	102,5	119,9	105,9	130,5	132,8	124,4	132,8	143,1	148,9	149	152,5
Presenze (Mln) nel Regno Unito	97,3	100,3	103,6	113,2	124	114,9	123,8	139,3	135,5	139,5	142,5
Presenze (Mln) in Italia	90,6	88,5	83,5	92,2	98,2	90,7	96,5	102,7	118,5	103,5	103,4

Fonte: European Audiovisual Observatory, SIAE

Il dato già citato sulla frequenza annua procapite, esprime sinteticamente la spettacolare crescita del mercato spagnolo nel corso degli anni Novanta: partita da valori quasi marginali nel 1990 (78,5 milioni di presenze), la Spagna alla fine del decennio è diventata in termini assoluti il quarto mercato dell'Unione europea e in termini reali (viste le dimensioni della sua popolazione che ammonta a 39,4 milioni di abitanti) il mercato cinematografico più florido d'Europa. La crescita delle presenze in sala dal 1990 al 2000 è stata del *72,4 %* e non ha registrato soluzioni di continuità; il 'sorpasso' sull'Italia si è realizzato nel 1995. Numerose sono le cause di questa relativa

prosperità, in particolare se ne possono isolare due: l'intensa e attenta attività normativa che ha caratterizzato negli anni i governi spagnoli, che hanno organizzato il settore facendo riferimento senza tentennamenti al modello francese, e l'eccezionale sviluppo dell'esercizio. Nel2000, secondo Mediasalles, gli schermi collocati in complessi multiplex erano il 31,84 % del totale, un livello di modernizzazione tecnologica e strutturale secondo solo al valore espresso dal Regno Unito.

I film spagnoli, tuttavia, stentano a farsi largo sul mercato domestico. Rispetto alle grandi cinematografie europee, il cinema spagnolo è all'ultimo posto per quanto riguarda la sua capacità di contrastare i film di importazione estera.