

Milano, 10 febbraio 2016

COMUNICATO

Nel 2015 aumentano gli spettatori (+5,2%) nei cinema d'Europa, mentre la digitalizzazione tocca il 95% degli schermi

Un'anticipazione dei dati che MEDIA Salles porta alla Berlinale

Dalle statistiche elaborate da MEDIA Salles emerge che, nei 32 paesi i cui dati sono già disponibili, dall'Islanda a Cipro, dalla Russia al Portogallo, gli spettatori sono stati 1.210,5 milioni con un incremento del 5,2% rispetto ai 1.151,0 milioni del 2014.

“Il 2015 è stato per le sale cinematografiche europee un anno buono. L'aumento delle presenze e degli incassi, infatti, riguarda praticamente tutti i paesi che MEDIA Salles ha analizzato, a differenza degli anni in cui – come nel 2014 - un risultato complessivamente positivo per l'Europa celava marcate diversità, con territori in crescita e paesi in calo anche sensibile”, commenta Paolo Protti, Presidente di MEDIA Salles.

I 18 paesi dell'Europa Occidentale – totalizzando 866,0 milioni di presenze rispetto agli 816,5 del 2014 – registrano un aumento del 6,1%, mentre i 14 dell'Europa Centrale e Orientale e del Bacino del Mediterraneo chiudono l'anno con il 3,0% di aumento e un totale di 344,5 milioni di biglietti venduti, da confrontare con i 334,5 milioni del 2014. Per quest'area dell'Europa si tratta del decimo aumento consecutivo che ha consentito, nel giro di un decennio, di praticamente raddoppiare i propri spettatori.

Europa Occidentale

Eccezionali aumenti dei biglietti venduti si riscontrano in Portogallo (20,4%), in Finlandia (20,3%) e Danimarca (15,8%).

La principale ragione dello straordinario incremento di spettatori in Finlandia è dovuto agli ottimi risultati non solo dei film di Hollywood, ma anche dei titoli finlandesi. Questi hanno venduto 2,6 milioni di biglietti (il 29,5% del totale) superando anche il record del 2012 (2,4 milioni di biglietti) e ottenendo così il miglior risultato dal 1970.

Anche nei 5 mercati principali si registra un incremento particolarmente lusinghiero: è quello della Germania dove, secondo i dati diffusi dalla FFA, gli spettatori sono stati 139,2 milioni, in crescita del 14,3% rispetto al 2014. Con questo balzo la Germania torna ad un livello che dopo il 2009 non aveva più raggiunto.

Al di sopra della media è anche il tasso di crescita del Regno Unito (9,2%). Una delle ragioni di questo risultato (oltre 14 milioni di spettatori in più rispetto all'anno precedente) è il successo dei film “homemade” tra cui *Second Best Exotic Marigold Hotel (Ritorno al Marigold Hotel)*, *Suffragette*, *Spectre* - l'ultimo 007 - e *The Lady in the Van*. E benché *Star Wars* non fosse un film da ascrivere come nazionalità ufficiale al Regno

Unito, il suo lato “British” (è stato girato nei leggendari Pinewood Studios come la serie degli 007) ha fatto sì che la “forza fosse con il numero dei biglietti venduti nel Regno Unito”, come ci tiene a sottolineare Mike Vickers, uno dei più reputati programmatori indipendenti del Paese.

In Italia, le stime elaborate da MEDIA Salles parlano di un incremento delle presenze dell’8,1% con un totale di biglietti venduti negli schermi con almeno 60 giorni di attività pari a 104,5 milioni.

La Spagna, che cresce del 1,2%, cioè meno della media, ottiene però il primo incremento dopo la serie negativa iniziata nel 2005.

Tra i 5 maggiori mercati dell’Europa Occidentale risulta in controtendenza la Francia che perde l’1,4% degli spettatori, ma che si conferma come il mercato più importante d’Europa mantenendosi ben al di sopra della soglia dei 200 milioni. A pesare sul risultato è stato il calo di spettatori dei film nazionali, rispetto ad un 2014 davvero eccezionale.

Mantengono una sostanziale stabilità il mercato olandese (-0,2%), che ormai dal 2011 si colloca tra i 30 e 31 milioni di spettatori, e quello del Liechtenstein, che conferma i suoi 19 mila spettatori.

Segnali più positivi vengono da Lussemburgo (+15%), Svizzera (+11,3%), Grecia (+9,3%) e Norvegia (+8,6%), tutti territori che crescono più della media dell’Europa Occidentale.

Crescite meno marcate si registrano in Irlanda (+5,6%), Austria (+4,9%), Svezia (+4,6%) e Islanda (+2,8%).

Benché non siano ancora disponibili cifre ufficiali complessive, anche la stima per il Belgio è al rialzo. Tuttavia, si può già dire che i film fiamminghi hanno ottenuto nel 2015 un positivo risultato di pubblico.

Europa Centrale e Orientale e del Bacino del Mediterraneo

In Europa Centrale e Orientale e nel Bacino del Mediterraneo, se complessivamente la situazione è positiva, si segnalano delle leggerissime flessioni nei due mercati numericamente più importanti: la Russia (-0,2%) e la Turchia (-1,5%). Si tratta comunque di territori che negli ultimi anni sono stati i protagonisti delle più elevate crescite di spettatori in tutto il Continente. Peraltro, nonostante il lieve calo delle presenze, gli incassi registrati sia in Russia sia in Turchia – se calcolati in moneta nazionale – risultano in crescita rispettivamente dell’1,9% e del 4%.

Sul fronte degli incrementi di presenze, si registrano livelli eccezionali in Estonia (19,0%), Romania (18,0%) e Ungheria (18,3%). In questo paese il successo del 2015 è dovuto anche al cinema “made in Hungary”, grazie in particolare al film *Saul Fia (Figlio di Saul)* che, dopo il premio ottenuto a Cannes e la nomination agli Oscar, si è affermato soprattutto nel circuito d’essai.

Tassi di crescita superiori alla media si riscontrano anche nella Repubblica Ceca (12,1%), in Slovacchia (11,4%), in Polonia (10,7%), in Bulgaria (6,9%), in Slovenia (6,3%), Cipro (5,9%) e in Croazia (3,9%).

Più contenuti gli incrementi in Lituania (3,0%) e in Lettonia (2,0%).

La digitalizzazione si avvicina al completamento: ecco i dati al 1° gennaio 2016

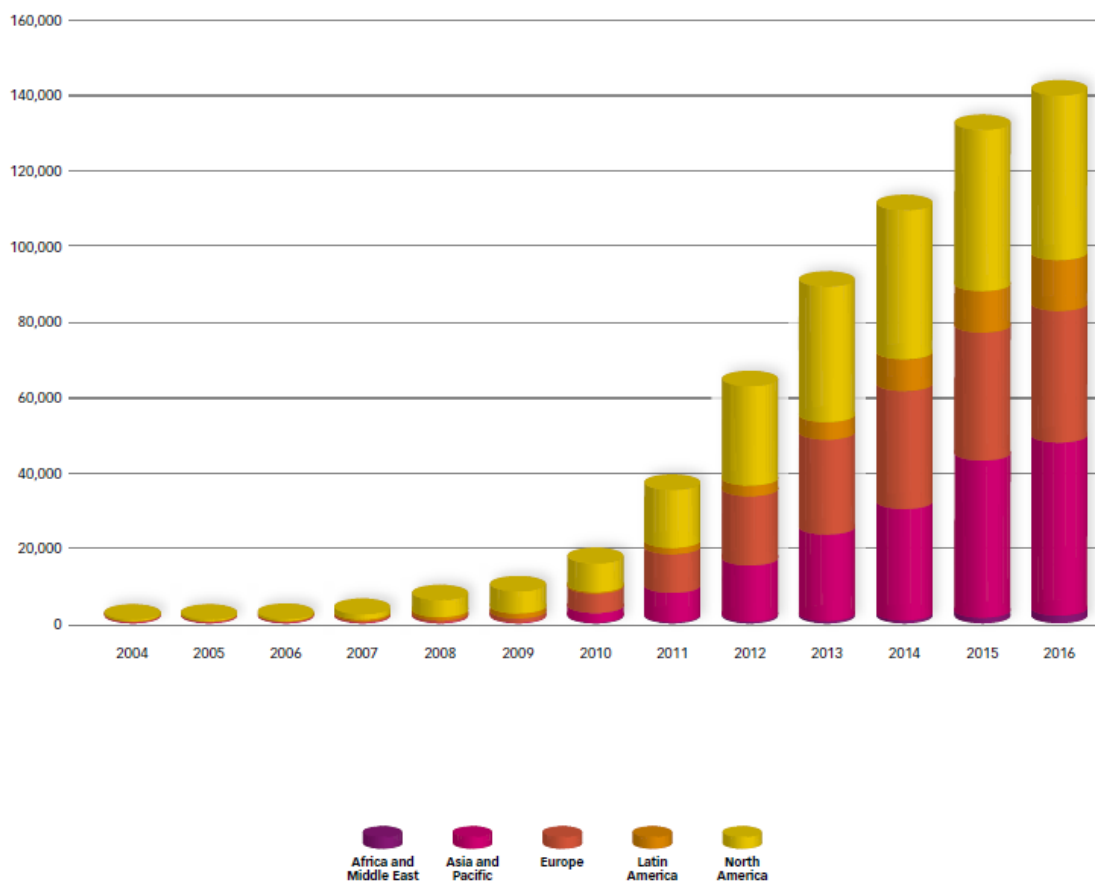
Nel corso del 2015 gli schermi digitalizzati hanno continuato ad aumentare: le prime statistiche disponibili mostrano che l’Europa inizia il 2016 con 36.200 proiettori digitali, circa il 95% del totale, con un incremento rispetto al 1° gennaio 2015 del 6%.

Nei 12 mesi del 2015, in alcuni degli ormai pochi paesi che ancora non hanno digitalizzato la totalità degli schermi, si è verificata una netta accelerazione della conversione alle nuove tecnologie. E' questo il caso di un grande mercato come la Turchia, che è passata da un tasso di digitalizzazione del 55% ad oltre l'80%, con una crescita particolarmente significativa soprattutto nel primo semestre del 2015. Un aumento analogo si è verificato anche in un mercato di minori dimensioni come la Lettonia, che è passata dal 69% ad oltre il 90%. Pure l'Estonia ha registrato un rilevante crescita: gli schermi digitali che all'inizio del 2015 rappresentavano il 49% sfiorano adesso il 70%. A questo livello si colloca ora la Grecia, mercato dove all'inizio del 2015 i proiettori digitali erano stati installati nel 46% degli schermi.

Tra i sei maggiori mercati del Continente, la Russia (circa 99,9%), seguita a ruota da Italia (circa 97%) e Spagna (circa 92%), si è ormai praticamente allineata a Francia, Regno Unito e Germania, che già vantavano un tasso di digitalizzazione pressoché totale.

In sintesi con i suoi 36.200 schermi digitali, l'Europa rappresenta il terzo mercato mondiale dopo il Nord America, che conta circa 43.000 proiettori digitali, e l'area dell'Asia e del Pacifico balzata, nel corso del 2015, in testa con oltre 46.000 unità.

GLI SCHERMI DIGITALI NEL MONDO AL 1° GENNAIO



Per vedere le tabelle su presenze, incassi e quote di mercato in Europa, vai sul sito di MEDIA Salles (<http://www.mediasalles.it>).

Mentre pubblica le più recenti statistiche e annuncia la presentazione del nuovo DiGiTalk, che avverrà il 13 febbraio a Berlino, MEDIA Salles ricorda il Dottor Joachim Ph. Wolff, scomparso il 10 gennaio 2016 nella sua residenza di Bilthoven (NL). Al Dottor Wolff, socio fondatore di MEDIA Salles e per diversi anni membro del comitato esecutivo e tesoriere, va il merito di aver dato inizio all'attività di ricerca e informazione di MEDIA Salles e di averne seguito lo sviluppo con passione e professionalità.