

Dossier

*La domanda e l'offerta di cinema
nei principali mercati europei.
Un'analisi comparativa
con il mercato statunitense
(1990 - 1999)*

A cura di Fania PETROCCHI
Osservatorio dello Spettacolo
Roma, Agosto 2000

*I principali mercati cinematografici
dell'Unione Europea:*

Francia, Germania, Regno Unito e Spagna

Francia

1 La produzione di film in Francia e in Italia (1990 - 1999)

	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99
Totale film francesi	106	108	113	101	89	97	104	125	148	150
-di cui coprodotti	37	35	41	36	28	34	30	39	46	35
Totale film italiani	119	129	127	106	95	75	99	87	92	108

Fonte: European Audiovisual Observatory, Dipartimento dello Spettacolo

I film prodotti in Francia nel 1999 sono stati 150, un numero pressoché costante rispetto al 1998, quando i film realizzati erano stati 148; hanno invece registrato una consistente riduzione le coproduzioni con partner esteri, che sono scese a 35 titoli rispetto ai 46 del 1998 e ai 39 del 1997.

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 mercati 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, con la sola eccezione dell'ultimo biennio e del 1996.

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

	1998	1999	1999/1998 %
Biglietti venduti (Mln)	170,1	155,4	- 8,6 %
Incassi lordi Milioni di FrF	5.990,6	.	.

Fonte: European Audiovisual Observatory

3 Biglietti venduti in Francia e in Italia (1990 - 1999)

	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99
Presenze (Mln) in Francia	121,7	117,5	115,3	132,7	124,4	130,1	136,6	148,9	170,1	155,4
Presenze (Mln) in Italia	90,6	88,5	83,5	92,2	98,2	90,7	96,5	102,7	118,5	103,4

Fonte: European Audiovisual Observatory e SIAE

Il numero dei biglietti venduti in Francia è stato pari a **155,4 milioni**, con un decremento rispetto al 1998 dell'**8,6%** (nel 1998 il box office aveva toccato quota 170, 1 milioni, un record europeo ineguagliato). Rispetto al 1997, però, il trend è positivo: nel 1999 si è registrato un aumento del 4,3% rispetto ai 148,9 milioni di biglietti staccati nel 1997.

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 1999 è stata di **2,63 biglietti**, inferiore solo a quella della Spagna, ma di gran lunga superiore al corrispondente valore italiano: 1,82 biglietti per abitante.

I film francesi nel 1999 hanno conquistato il 29,8% del mercato nazionale, contro il 57,5% ottenuto dai film americani e il 12,7% raccolto dai film provenienti dal resto del mondo. Il risultato del 1999 è legato allo straordinario successo ottenuto dal film "Obelix e Asterix contro Cesare", che al botteghino ha battuto persino "Star Wars Episode I"; altri successi francesi sono stati: "Giovanna d'Arco" di Luc Besson e "Les enfants du marais" di Jean Becker.

Anche questa caratteristica del mercato francese è unica in Europa; solo l'Italia riesce, grazie al cinema commerciale, ad avvicinarsi a quote di mercato prossime a quelle francesi. 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.

Germania

1 La produzione di film in Germania e in Italia (1990 - 1999)

	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99
Totale film tedeschi	48	72	63	67	60	63	64	61	50	74
-di cui coprodotti	10	19	10	17	14	26	22	14	11	30
Totale film italiani	119	129	127	106	95	75	99	87	92	108

Fonte: European Audiovisual Observatory, Dipartimento dello Spettacolo

Il numero dei film prodotti in Germania nel 1999 è stato pari a 74 titoli, di cui solo 44 interamente finanziati da capitale tedesco; nel 1998 i lungometraggi prodotti erano stati 50 di cui 39 nazionali; l'incremento del 1999 è pertanto da attribuire quasi interamente all'impennata che hanno avuto le coproduzioni internazionali, passate da 11 film nel 1998 a quota 30 film. Lungo l'arco del decennio, la produzione tedesca si è attestata intorno ai 60 titoli annui, una dimensione produttiva piuttosto inferiore a quella italiana, pur essendo il mercato tedesco – a partire dal 1989 – notevolmente più ampio di quello italiano.

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

	1998	1999	1999/1998 %
Biglietti venduti (Mln)	148,9	149,0	+ 0,1 %
Incassi lordi Milioni di Marchi	1.600	1.581	- 1,2 %

Fonte: European Audiovisual Observatory

3 Biglietti venduti in Germania, Francia e Italia (1990 – 1999)

	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99
Presenze (Mln) in Germania	102,5	119,9	105,9	130,5	132,8	124,4	132,8	143,1	148,9	149
Presenze (Mln) in Francia	121,7	117,5	115,3	132,7	124,4	130,1	136,6	148,9	170,1	155,4
Presenze (Mln) in Italia	90,6	88,5	83,5	92,2	98,2	90,7	96,5	102,7	118,5	103,4

Fonte: European Audiovisual Observatory e SIAE

Il numero dei biglietti venduti nel 1999 in Germania è stato pari a 149 milioni, un risultato sostanzialmente analogo al 1998, in cui i biglietti staccati furono 148,9 milioni; si stima invece che gli incassi si siano ridotti dell'1,2%, per effetto probabilmente di una lieve riduzione del costo medio del biglietto. 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 1999 è stata infatti di 1,82 biglietti, un valore identico a quello registrato dall'Italia**, ma inferiore a quello della Francia (2,63 biglietti per abitante): si potrebbe pertanto affermare che le dimensioni reali del mercato tedesco non sono troppo dissimili da quelle italiane, con la differenza però che il livello della produzione della Germania e la sua capacità di controllare il mercato domestico, rispetto alla presenza di film americani, sono inferiori; solo l'esercizio presenta rispetto all'Italia uno sviluppo superiore, con un'elevata densità di cinema multisala (pari nel 1998 al 61,7% degli schermi totali) e multiplex (17,8 % degli schermi attivi nel 1998).

I film tedeschi nel 1999 hanno conquistato solo il 14% del mercato nazionale, registrando tuttavia un aumento importante rispetto al misero 9,5% del 1998; i film americani si sono accaparrati peraltro ben il 77% degli incassi totali, mentre i film degli altri paesi del mondo il restante 9%. Si tratta di valori molto inferiori rispetto alla Francia e all'Italia, le cui cinematografie rappresentano rispettivamente il 29,8 % e il 23 % circa dei mercati nazionali. Nella top 20 tedesca del 1999, figurano infatti solo due titoli interamente finanziati da capitale tedesco e la parte del leone è stata svolta dal film "Asterix e Obelix contro Cesare", coprodotto insieme alla Francia e all'Italia. Nel resto dell'Unione europea i film tedeschi hanno raccolto nella stagione 1998/99 solo il 3,3% degli incassi, grazie al titolo già citato, al film "Buena Vista Social Club" di Wim Wenders, anch'esso coprodotto, e al film indipendente "Lola corre".

Regno Unito

1 La produzione di film nel Regno Unito e in Italia (1990 - 1999)

	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99
Totale film finiti	60	49	47	67	78	81	127	115	91	103
-di cui coprodotti	.	12	18	36	40	41	50	41	26	32
Totale film italiani	119	129	127	106	95	75	99	87	92	108

Fonte: European Audiovisual Observatory, Dipartimento dello Spettacolo

Nel 1999, il numero dei film prodotti in Gran Bretagna è stato di 103 titoli, di cui solo 71 a totale capitale britannico; nel 1998 i lungometraggi prodotti erano stati 91, si è quindi registrato un notevole incremento nel numero dei titoli prodotti (+ 9%). Il livello della produzione lungo l'arco del decennio è aumentato costantemente a partire dal 1994 (nonostante le flessioni registrate nel 1997 e nel 1998) grazie al formidabile apporto delle coproduzioni internazionali, particolarmente rilevanti negli anni 1993-1997 e 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 internazionali. Rispetto all'Italia, in cui la produzione è diminuita nel corso del decennio fino agli accenni di ripresa dell'ultimo quadriennio, l'andamento della produzione britannica ha seguito un percorso inverso.

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

	1998	1999	1999/1998 %
Biglietti venduti (Mln)	135,5	139,5	+ 2,95 %
Incassi lordi Milioni di Sterline	539	583,4	+ 8,2 %

Fonte: European Audiovisual Observatory

3 Biglietti venduti in Regno Unito, Francia, Germania e Italia (1990 – 1999)

	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99
Presenze (Mln) nel Regno Unito	97,3	100,3	103,6	113,2	124	114,9	123,8	139,3	135,5	139,5
Presenze (Mln) in Francia	121,7	117,5	115,3	132,7	124,4	130,1	136,6	148,9	170,1	155,4
Presenze (Mln) in Germania	102,5	119,9	105,9	130,5	132,8	124,4	132,8	143,1	148,9	149
Presenze (Mln) in Italia	90,6	88,5	83,5	92,2	98,2	90,7	96,5	102,7	118,5	103,4

Fonte: European Audiovisual Observatory e SIAE

Il numero dei biglietti venduti in Gran Bretagna nel 1999 è stato pari a 139,5 milioni, con un aumento rispetto al 1998 del 2,95 %; occorre sottolineare, tuttavia, che questo incremento, in controtendenza rispetto al resto dell'Europa, segue il risultato negativo del 1998, quando gli spettatori britannici sono scesi a quota 135,5 milioni. Considerando il risultato del 1997, in cui le presenze in sala erano state 139,3 milioni, si può parlare per il mercato britannico di una fase di consolidamento, dopo un periodo di crescita costante a partire dal 1991, quando le presenze hanno sfondato per la prima volta la soglia dei cento milioni. 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 (Fonte: Mediasalles). La frequenza media in sala per abitante nel 1999 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.

I film britannici nel 1999, grazie al successo del film "Notting Hill", hanno conquistato il **17,8% del mercato nazionale, contro l'80,5 % ottenuto dai film americani**; il restante 1,7% degli incassi è andato alla cinematografia del resto del mondo. E' questa schiacciante presenza dei film statunitensi 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,

attraverso le coproduzioni, dall'altro lato ha avuto come conseguenza elevati indici di penetrazione commerciale dei film statunitensi.

Spagna

1 La produzione di film in Spagna e in Italia (1990 - 1999)

	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99
Totale film spagnoli	47	64	52	56	44	59	91	80	65	82
-di cui coproduzioni	10	18	14	15	8	22	25	25	20	37
Totale film italiani	119	129	127	106	95	75	99	87	92	108

Fonte: European Audiovisual Observatory, Dipartimento dello Spettacolo

Il numero dei film prodotti in Spagna nel 1999 è stato di **82 titoli**, di cui solo 45 a totale capitale spagnolo; nel 1998 i lungometraggi prodotti erano stati 65. **L'incremento è tutto da attribuire all'aumento delle coproduzioni internazionali**, che sono passate da 20 nel 1998 a 37 nel 1999; si tratta di un fenomeno in gran parte analogo 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, passando dai 47 titoli del 1990 agli 82 del 1999; rispetto alle capacità produttive dell'Italia, tuttavia, la dimensione produttiva della Spagna resta ridotta.

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

	1998	1999	1999/1998 %
Biglietti venduti (Mln)	112,1	131,3	+ 17,2 %
Incassi lordi Milioni di Pesetas	66.763	82.504	+ 23,5 %

Fonte: European Audiovisual Observatory

Il numero dei biglietti venduti in Spagna nel 1999 è stato pari a 131,3 milioni, con un incremento del 17,2% rispetto al 1998, quando i biglietti staccati furono 112,1 milioni; nel 1997 le presenze in sala sono state 105 milioni; ancora più spettacolare l'aumento registrato dagli incassi, con un +23,5%. Si tratta di una crescita di notevoli dimensioni, **in netta controtendenza con quanto avvenuto nel 1999 nel resto dell'Unione europea**,

dove i risultati sono stati negativi o costanti rispetto al 1998, l'anno mondiale del film "Titanic".

3 Biglietti venduti in Spagna, Francia, Germania, Regno Unito e Italia (1990 – 1999)

	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99
Presenze (Mln) in Spagna	78,5	79,1	83,2	87,6	89	94,6	104,3	105	112,1	131,3
Presenze (Mln) in Francia	121,7	117,5	115,3	132,7	124,4	130,1	136,6	148,9	170,1	155,4
Presenze (Mln) in Germania	102,5	119,9	105,9	130,5	132,8	124,4	132,8	143,1	148,9	149
Presenze (Mln) nel Regno Unito	97,3	100,3	103,6	113,2	124	114,9	123,8	139,3	135,5	139,5
Presenze (Mln) in Italia	90,6	88,5	83,5	92,2	98,2	90,7	96,5	102,7	118,5	103,4

Fonte: European Audiovisual Observatory e SIAE

Nel 1999 in Spagna i biglietti di cinema venduti per abitante sono stati 3,36: si tratta della frequenza media di gran lunga più elevata dell'Unione europea, un risultato superiore persino al valore francese (2,63 biglietti per abitante). Questo dato esprime sinteticamente la spettacolare crescita del mercato spagnolo nel corso del decennio: 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) il mercato cinematografico più florido d'Europa. La crescita delle presenze in sala dal 1990 al 1999 è stata del 67,2 % 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. Nel 1998, secondo Mediasalles, la densità dei cinema multiplex in Spagna era pari al 21,29 % del totale degli schermi attivi, un livello di modernizzazione tecnologica e strutturale secondo solo al valore espresso dal Regno Unito (46,27%).



I film spagnoli, tuttavia, nel 1999 hanno conquistato una quota del mercato nazionale pari solo al 13,8% degli incassi totali; i film americani hanno invece ottenuto una quota pari al 64,4% del totale; il restante 21,8% è toccato ai film provenienti da tutti gli altri paesi del mondo. Rispetto agli altri grandi mercati cinematografici europei, il cinema spagnolo è all'ultimo posto per quanto riguarda la sua capacità di contrastare sul mercato nazionale i film di importazione estera, anche se non si può considerare un elemento negativo la forte presenza nel 1999 di film europei, quali l'italiano "La vita è bella", che nella top 20 spagnola ha ottenuto addirittura il terzo posto, il britannico "Notting Hill" e "Asterix e Obelix contro Cesare"; i film spagnoli di maggiore successo sono stati "La nina de tus ojos" di Fernando Trueba e "Tutto su mia madre" di Pedro Almodovar, due titoli di qualità che fanno ben sperare per la cinematografia nazionale.

*Domanda e offerta
nell'Unione Europea e negli Stati Uniti
(1990 - 1999)*

La domanda e l'offerta nell'Unione Europea e negli Stati Uniti

1 I film prodotti: il confronto 1998 e 1999

	1998	1999	1999/1998 %
Produzione U. Europea	577	634	+ 9,8 %
Produzione U.S.A.	490	442	- 9,7 %

Fonte: European Audiovisual Observatory, MPAA

2 I biglietti venduti in sala : il confronto 1998 e 1999

- Valori in milioni

	1998	1999	1999/1998 %
Presenze U. Europea (Mln)	821,0	811,0	- 1,1 %
Presenze U.S.A. (Mln)	1.480,7	1.465,0	- 1 %

Fonte: European Audiovisual Observatory, MPAA

Il 1999 deve essere considerato per il mercato cinematografico europeo un anno di transizione. Nessun analista può ignorare, infatti, che sarebbe stato molto difficile ripetere la performance dell'anno precedente: basti citare il dato secondo il quale **nel 1998 il film "Titanic" ha rappresentato da solo il 13% dei biglietti venduti complessivamente nell'Unione europea.**

L'eccezionalità di quella stagione dovrebbe indurre dunque a confrontare i dati del 1999 non tanto con quelli dell'anno immediatamente precedente, quanto con i risultati del 1997. Si scoprirebbe in tal modo che nell'Unione europea gli indicatori relativi all'andamento del 1999 sono stati tutti positivi: è cresciuto il numero dei film prodotti, passati dai 571 film del 1997 ai 634 film del 1999, mentre i biglietti venduti rispetto alle cifre del 1997 sono aumentati del 6,3 %.

Anche negli Stati Uniti il saldo tra il 1997 e il 1999 risulta positivo: le presenze sono cresciute del 5,6 %, gli incassi sono aumentati del 7,7%; solo la produzione di film ha subito una contrazione, passando dai 461 titoli del 1997 ai 442 nuovi titoli del 1999.

Ma, sorprendentemente, anche il confronto diretto tra il 1998 e il 1999 non è così negativo come si potrebbe supporre. Si stima, infatti, che i biglietti venduti nel 1999 siano stati nell'Unione europea pari a 811 milioni, con una flessione rispetto all'anno precedente di

solo l'1,1 %; il mercato statunitense si è fermato a quota 1.465 milioni di biglietti venduti, registrando una diminuzione rispetto al 1998 dell'1 % (tavola 2).

Nell'Unione europea le forti cadute registrate in Italia (- 12,3 %), in Francia (- 8,6 %) e nel Benelux (- 7 % circa) sono state bilanciate dai saldi positivi che si sono avuti in Spagna (che ha registrato una crescita delle presenze in sala del 17,1 %), in Gran Bretagna (+ 3,1 % dei biglietti venduti) e nella penisola scandinava; la Germania, infine, ha mantenuto pressoché costanti le presenze, segnando un lievissimo aumento, pari allo 0,1 %.

L'anno del post "Titanic", dunque, non è stato per il mercato cinematografico europeo così negativo, come da più parti si paventava, ma un anno di assestamento, che induce a speranze ragionevolmente positive per il futuro.

L'andamento degli anni Novanta: uno sguardo d'insieme

3 I film prodotti nell'Unione Europea e negli Stati Uniti (1990 - 1999)

	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99
Film U. Europea	451	484	476	501	456	457	563	571	577	634
Film U.S.A.	385	423	425	440	410	370	420	461	490	442

Fonte: European Audiovisual Observatory, MPAA

4 I biglietti venduti in sala nell'Unione Europea e negli Stati Uniti - Valori in milioni (1990 - 1999)

	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99
Presezzo (Mln) U. Europea	595	605	587	665	677	662	708	764	821	811
Presezzo (Mln) U.S.A.	1.188	1.140	1.173	1.244	1.291	1.262	1.338	1.387	1.480	1.465

Fonte: European Audiovisual Observatory, MPAA

Si intende ora considerare brevemente l'evoluzione dei due indicatori prescelti (numero dei film prodotti e numero dei biglietti venduti in sala) lungo l'intero arco degli anni Novanta.

Con riferimento alle capacità produttive dei due sistemi, si può osservare **come il numero dei film prodotti nei quindici paesi dell'Unione Europea sia sempre maggiore rispetto a quello dei film prodotti (e distribuiti) sul mercato statunitense.**

Tale distanza si è accresciuta a partire dal 1995: non solo, evidentemente, per il progressivo ampliarsi del numero degli stati membri dell'Unione, ma anche per effetto **della ripresa produttiva che ha interessato i principali mercati europei a partire dalla metà del decennio**; in particolare, la produzione è cresciuta costantemente in Francia, Regno Unito e Spagna, mantenendosi pressoché stabile in Germania; solo l'Italia ha registrato una tendenza alla flessione produttiva, che negli ultimi anni ha mostrato però segni di inversione (cfr. il paragrafo 'I principali mercati cinematografici dell'Unione Europea').

Questa proliferazione nella quantità dei film realizzati è anche conseguenza della frammentazione nazionale del sistema europeo, che **si configura ancora come un mercato**

debolmente integrato, costituito dalla sommatoria di tanti, talvolta piccoli, mercati nazionali.

Per contro, il numero dei nuovi film realizzati negli Stati Uniti appare più contenuto, anche se in crescita; tale incremento non si deve, tuttavia, alla crescita della presenza delle Major, ma **all'eccezionale sviluppo che nel corso degli anni Novanta ha avuto la produzione indipendente**. Nel 1990 la produzione delle indies era pari a 158 titoli, toccando nel 1995 quota 212 e sorpassando per la prima volta la produzione delle Major, ferma a 158 titoli; quest'ultima è poi risalita, ma la produzione indipendente si è mantenuta costante oltre la soglia dei duecento film annui. Nel 1999 i titoli indipendenti sul mercato statunitense sono stati 213, con **un aumento del 34,8 %** rispetto al 1990 (Fonte: MPAA).

Il divario tra Unione Europea e Stati Uniti si fa enorme se si considerano le dimensioni della domanda.

Nonostante una popolazione di 272 milioni di abitanti (contro i 375 milioni dell'Unione Europea), il mercato cinematografico statunitense ha dimensioni pressoché doppie rispetto a quello dell'Unione; i biglietti venduti superavano già nel 1990 i 1.000 milioni annui (cfr. tavola 4) e sono cresciuti costantemente, fino a toccare quota 1.465 milioni nel 1999 (+ 23,3 %); nello stesso anno, la frequenza media per abitante è stata pari a **5,1 biglietti**, contro i 2,16 biglietti venduti per abitante nell'Unione Europea. Occorre tenere presente questi dati quando si parla della forza commerciale del cinema americano al di fuori del mercato nazionale: occorre cioè ricordare che essa risiede in primo luogo nella grandezza del mercato nazionale, che è ampio e pressoché monopolizzato dalla produzione domestica. Anche nell'Unione Europea la domanda di cinema è in crescita, secondo ritmi altrettanto sostenuti: dai 595 milioni di biglietti del 1990 si è passati agli 811 milioni del 1999, con un aumento **del 36,3 %**. La crescita si deve essenzialmente all'evoluzione positiva della domanda in mercati **come il Regno Unito, la Francia e la Spagna**; anche le performance della Germania e della stessa Italia negli ultimi anni del decennio hanno contribuito a questo andamento complessivamente positivo.

Tuttavia all'interno dell'unione Europea pesano ancora negativamente la frammentazione linguistica e la debole circolazione all'interno dei diversi paesi dell'Unione delle opere comunitarie, a tutto vantaggio dei film statunitensi; per cui, paradossalmente, si può

affermare che finora l'unificazione del mercato europeo sembra aver favorito la cinematografia statunitense piuttosto che quella europea.

*Gli scambi commerciali
tra Unione Europea e Stati Uniti*

Gli scambi commerciali tra Unione Europea e Stati Uniti

1 Stima della ripartizione del mercato nell'Unione Europea (1997, 1998 e 1999)

- Secondo l'origine geografica dei film*

	1997	1998	1999
Film U.S.A.	70,4 %	77,4 %	71 %
Film nazionali	14,9 %	11,8 %	17 %
Film europei - film naz.	13,4 %	9,5 %	11 %
Film di altri Paesi	1,3 %	1,3 %	1 %
Totale	100	100	100

Fonte: European Audiovisual Observatory

*Valori % sui biglietti venduti.

2 Stima della ripartizione del mercato negli Stati Uniti : 1997 e 1999

- Secondo l'origine geografica dei film*

	1997	1999
Film U.S.A.	95 %	92,3 %
Film europei	3 %	5,6 %
Film di altri Paesi	2 %	2,1 %
Totale	100	100

Fonte: MPAA

*Valori % sugli incassi lordi.

Il 1999, nonostante la lieve flessione delle presenze in sala, ha segnato per il mercato statunitense un notevole incremento degli incassi, che hanno toccato la vetta dei 7,4 miliardi di dollari, con un aumento dell'7,2 % rispetto al 1998. Questa crescita si deve ascrivere totalmente all'aumento del prezzo medio del biglietto (+ 8,3%), che nel 1999 ha sfondato la soglia simbolica dei 5 dollari. Ma è nell'inesausta capacità di dominare il mercato interno che si esprimono la forza e la vitalità dell'industria cinematografica hollywoodiana.

Se si considera, infatti, la ripartizione degli incassi tra le diverse cinematografie, si nota come i film americani dominino il mercato interno, **assicurandosi una quota di mercato superiore al 90 % del totale**; in particolare, nel 1999, dopo il boom del "Titanic", i film americani hanno conquistato il 92,3 % degli incassi, registrando una lieve flessione rispetto al dato del 1997 (95 %) – un anno più attendibile per confronti di tipo cronologico. La cinematografia europea, d'altra parte, ha avuto una crescita

che l'ha portata nel 1999 ad ottenere negli Stati Uniti il **5,6 % degli incassi complessivi**, una percentuale pressoché doppia rispetto al 1997; il suo ruolo sul mercato americano resta comunque marginale, confinato alle grandi città e ai circuiti d'essai.

Per contro, **i film comunitari riescono a conquistare poco più di un quarto del mercato dell'Unione Europea**, laddove i film statunitensi **catturano oltre il 70 % del pubblico europeo**. Nel 1999, dopo l'impennata del 1998 (77,4 % del mercato), la quota dei film statunitensi è ridiscesa al 71 %; ciononostante, la predominanza della cinematografia hollywoodiana in Europa è ancora schiacciante, anche se il suo peso è diverso a seconda dei singoli paesi.

Nel 1999 considerando la performance dei film nazionali all'interno dei propri mercati di origine, il valore medio comunitario (pari al 17 % dei biglietti venduti) è stato superato dalla Francia (29,8 %), dalla Danimarca (28 %), dall'Italia (23%circa) e dal Regno Unito (17,8%). La quota di mercato che i film europei hanno ottenuto nei paesi dell'Unione diversi da quello di origine è stata nel 1999 pari all'11 %; questo valore è stato oltrepassato solo in Belgio (33 %), in Italia (22,7 %), in Spagna (21,5 %) e in Francia (12,7 %), a dimostrazione della debole integrazione dell'Europa in fatto di consumi cinematografici. Generalmente, infatti, la domanda si polarizza intorno ai film statunitensi e ai film nazionali, lasciando ai film comunitari spazi residuali. Il cinema europeo sembra, infatti, scontare ancora oggi il peso di barriere linguistiche e culturali, che in altri settori, come quello della musica leggera, sono già state superate.

3 Stima degli scambi commerciali tra Unione Europea e Nord America* - Valori in milioni di dollari (1990 - 1998)

	90	91	92	93	94	95	96	97	98
Vendite USA nell'U. Europea	3.280	3.947	4.160	4.642	4.886	5.331	6.262	6.645	7.313
Vendite dell'U. Europea in USA	464	279	354	429	566	517	613	668	706
Saldo	-2.816	-3.668	-3.806	-4.213	-4.320	-4.814	-5.649	-5.977	-6.607

Fonte: European Audiovisual Observatory

* La stima si riferisce all'intero comparto audiovisivo.

La tabella 3 rappresenta **una stima del disavanzo commerciale tra Unione Europea e Nord America** (costituito da Stati Uniti e Canada); si riferisce all'intero settore audiovisivo, comprendendo, quindi, non solo la produzione cinematografica, ma anche la vendita di programmi televisivi di vario contenuto, che rivestono un peso decisivo nel settore. Le cifre, relative al periodo che va dal 1990 al 1998, rivelano una costante crescita della capacità commerciale americana e, sorprendentemente, un contemporaneo aumento nel volume delle vendite dei prodotti audiovisivi europei in Nord America. In termini assoluti, tuttavia, **il disavanzo commerciale tra i due mercati si è accentuato**, esprimendo uno squilibrio strutturale difficilmente colmabile.