

ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ (ΕΚΚΕ)

**ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑΣ
(Ι.ΠΟ.ΚΟΙΝΩ)**

**Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ
ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

**Γασπαρινάτος Κωνσταντίνος
Ιωαννίδης Ιωάννης
Τσακίρης Κωνσταντίνος**

Απρίλιος 2000

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

A. Πρόλογος	1
B. Μεθοδολογία – πηγές στατιστικών στοιχείων	2
B.1. Επιτόπια συμπλήρωση ερωτηματολογίων στις εταιρίες Σεπτέμβριος - Δεκέμβριος	4
B.2. Τηλεφωνική συγκέντρωση στοιχείων (Ιούνιος – Δεκέμβριος 1999) για τη λειτουργία των κινηματογραφικών μονάδων σ’ όλη την Ελλάδα (φόρμα καταγραφής) Χειμερινά 1998 –99 Θερινά 1999	6
B.3. Ε.Σ.Υ.Ε. (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος) -Ιστορικό-	8
B.4. Υπουργείο Πολιτισμού.	9
Καταστάσεις εισιτηρίων ανά αίθουσα, για την επιστροφή του Φόρου Δημοσίων θεαμάτων από την προβολή ελληνικών ταινιών (μέχρι 100.000 εισιτήρια)	9
B.5. Εργασίες φοιτητών Παντείου Πανεπιστημίου Αθηνών στο Μάθημα «Πολιτιστική Ανάπτυξη και Πολιτική» του τμήματος Τοπικής και Οικονομικής Ανάπτυξης με διδάσκουσα την καθηγήτρια Ντόρα Κόνσολα και επιβλέποντες εργασιών τους: Κώστα Γασπαρινάτο και Γιάννη Ιωαννίδη με τίτλο «Η κατάσταση των κινηματογραφικών μονάδων (αιθουσών) στην Ελλάδα» (Οκτώβριος ’99 – Ιανουάριος 2000)	10
B.6. Δειγματολοπτική έρευνα για τις διανεμηθείσες ταινίες που διεξήχθη στις αίθουσες Α’ προβολής των Αθηνών του μήνες Μάρτιο 1997, 1998, 1999 καθώς και Νοέμβριο 1997, 1998, 1999	11
B.7. Επίσημοι Κατάλογοι Εταιριών διανομής για τα έτη 1997 – 1998 – 1999..	11
Ιδιωτικό αρχείο με στοιχεία ταινιών των Κώστα Γασπαρινάτου – Γιάννη Ιωαννίδη.....	11
B.8. Διάφορες ιστοσελίδες στο διαδίκτυο	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι	12
ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	12
I.1. Κινηματογράφος: Η ιστορία του, οι εθνικές κινηματογραφίες και η επικράτηση της Αμερικής.....	12

I.2. Η καθολικότητα της τέχνης του κινηματογράφου, αναπτύσσεται σε στενή συνάρτηση με τις αλματώδεις τεχνικές εξελίξεις στο χώρο και τις ριζικές αλλαγές στους τρόπους παραγωγής και κατανάλωσης.	14
I.3. Ο κινηματογράφος στην Ελλάδα. Τα πρώτα βήματα.	16
I.4. Οι πρώτες ελληνικές παραγωγές και οι πρώτες εταιρείες παραγωγής.....	18
I.5. Η νέα εποχή του ελληνικού κινηματογράφου στα πρώτα χρόνια μετά τον πόλεμο: σημαντικές ταινίες και κινηματογράφος πλατιάς κατανάλωσης, η διανομή συμμετέχει στη παραγωγή και η εμφάνιση του Φίνου.	20
I.6. 1950-1970: η εικοσαετία της ποσοτικής ανάπτυξης και της παγίωσης του κινηματογραφικού τοπίου με την εμφάνιση ενός συμπαγούς συστήματος διανομής, συνοδεύεται και από νέες ελπιδοφόρες εμφανίσεις που προξενούν ρήγματα και μικρές ανατροπές.	22
I.7. Στην μεταπολίτευση διαμορφώνεται και το νέο σκηνικό: δραματική μείωση της παραγωγής και των εισιτηρίων, εγκαθίδρυση του Νέου Ελληνικού Κινηματογράφου και εμφάνιση πολλών νέων σκηνοθετών-δημιουργών.	25
I.8. Η απρόβλεπτη αναζωπύρωση στο τέλος του εικοστού αιώνα και οι νέες τάσεις που κυριαρχούν στη παραγωγή, τη διανομή και την αίθουσα.	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ II	28
Η ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΗΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	28
II.1. Η διαμόρφωση του χώρου της διανομής στην περίοδο της «ακμής» (1960 – 1980).....	28
II.2. Η διαμόρφωση του χώρου της διανομής την δεκαετία του '80.	32
II.3. Οι ανακατατάξεις στο χώρο της διανομής την δεκαετία του '90.	34
II.4. Συμμετοχή Εταιριών Διανομής στη διακίνηση και παραγωγή ταινιών.....	36
II.5. Βιογραφικά Εταιριών Διανομής	38
II.5.1. ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ Α.Ε.....	38
II.5.2. ΟΔΕΟΝ Α.Ε.	41
II.5.3. U.I.P. Ε.Π.Ε.	45
II.5.4. WARNER ROADSHOW	47
II.5.5. ΣΠΕΝΤΖΟΣ ΦΙΛΜ Α.Ε.	49
II.5.6. ROSEBUD Α.Ε.	51
II.5.7. AMA FILM Ο.Ε.	53

II.5.8. ΝΕΑ ΚΙΝΗΣΗ.....	54
II.5.10. STUDIO – ΠΑΡΑΛΛΗΛΟ ΚΥΚΛΩΜΑ	56
II.6. Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του κλάδου των εταιριών διανομής την τελευταία περίοδο	58
ΚΕΦΑΛΑΙΟ III	62
ΟΙ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΟΥΣΙΕΣ ΤΗΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ	62
III.1. Η κρατική ενίσχυση στη διανομή.....	62
III.2. Η Ευρωπαϊκή ενίσχυση στη διανομή	64
III.3. Το παράλληλο κύκλωμα στην διανομή:	70
Η ανάγκη ενός σύγχρονου και εναλλακτικού δίκτυου εισαγωγής, προβολής και διανομής κινηματογραφικών ταινιών.	70
ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV.....	75
ΤΑΙΝΙΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΝΟΜΗ	75
IV.1. Οι ταινίες που προβλήθηκαν ανά εταιρία διανομής και χώρα προέλευσης κατά την τριετία 1997 –1999.....	75
ΣΥΝΟΛΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ	75
ΚΕΦΑΛΑΙΟ V	83
Η ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΙΘΟΥΣΑ	83
V.1. Οι εξελίξεις στην κινηματογραφική αίθουσα τη δεκαετία του '90	83
V.2. Το φαινόμενο των πολυκινηματογράφων.....	83
V.3. Η κατανομή των κινηματογραφικών αιθουσών ανά γεωγραφική περιφέρεια στην Ελλάδα	86
ΚΕΦΑΛΑΙΟ VI.....	92
ΤΑ ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ	92
ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	95
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ:	97
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ:	98

A. Πρόλογος

Η διεξαχθείσα έρευνα αφορά στη διερεύνηση της λειτουργίας του συστήματος Διανομής Ταινιών καθώς επίσης και στην επεξεργασία στατιστικών στοιχείων σχετικά με το αριθμό εισιτηρίων πραγματοποιημένων στις εν λειτουργία αίθουσες.

Η έρευνα παραγγέλθηκε στο Ινστιτούτο Πολιτικής Κοινωνιολογίας του ΕΚΚΕ από το Media Desk Hellas και υλοποιήθηκε από την Ερευνητική Ομάδα (που συγκροτήθηκε για την υλοποίηση του συγκεκριμένου έργου) την οποία αποτελούν οι Επιστημονικοί συνεργάτες:

- α) Γασπαρινάτος Κώστας Σύμβουλος Πολιτισμού και Επικοινωνίας
- β) Ιωαννίδης Ιωάννης Σύμβουλος Πολιτισμού και Επικοινωνίας
- γ) Τσακίρης Κώστας ΕΛΕ Β' βαθμίδας ΕΚΚΕ

Η έρευνα εξετάζει:

- Τα βασικά χαρακτηριστικά της λειτουργίας των εταιρειών διανομής και τις διαμορφούμενες σχέσεις μεταξύ τους.
- Την σε βάθος ανάλυση των εκδοχών συνεργασίας μεταξύ χειμερινών και θερινών αιθουσών με τις εταιρείες διανομής.
- Την, κατά το δυνατόν, αξιόπιστη προσέγγιση του αριθμού των εισιτηρίων των κινηματογραφικών αιθουσών-χειμερινών και θερινών και σε πανελλήνια κλίμακα-και μάλιστα σε διαφορετικές κατανομές που η έρευνα έχει σχεδιάσει.

B. Μεθοδολογία – πηγές στατιστικών στοιχείων

Πηγές στις οποίες αναζητήθηκαν στατιστικά στοιχεία και πληροφορίες είναι οι ακόλουθες:

- ◆ Επιτόπια συμπλήρωση ερωτηματολογίων στις Εταιρίες Διανομής (Σεπτέμβριος – Δεκέμβριος 1999)
- ◆ Τηλεφωνική συγκέντρωση στοιχείων για τη λειτουργία των κινηματογραφικών μονάδων σ' όλη την Ελλάδα (φόρμα καταγραφής) Χειμερινά 1998 –99, Θερινά 1999 (Ιούνιος – Δεκέμβριος 1999)
- ◆ Ε.Σ.Υ.Ε. (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος) -Ιστορικό-
- ◆ Εργασίες φοιτητών Παντείου Πανεπιστημίου Αθηνών στο Μάθημα Πολιτιστική Ανάπτυξη και Πολιτική του τμήματος Τοπικής και Οικονομικής Ανάπτυξης με διδάσκουσα την καθηγήτρια Ντόρα Κόνσολα και επιβλέποντες εργασιών τους Κώστα Γασπαρινάτο και Γιάννη Ιωαννίδη με τίτλο Η κατάσταση των κινηματογραφικών μονάδων (αιθουσών) στην Ελλάδα (Οκτώβριος '99 – Ιανουάριος 2000)
- ◆ Υπουργείο Πολιτισμού. Καταστάσεις εισιτηρίων για την επιστροφή του Φόρου Δημοσίων θεαμάτων ανά αίθουσα για την προβολή ελληνικών ταινιών (μέχρι 100.000)
- ◆ Έρευνα για τους θερινούς κινηματογράφους στους νομούς Αττικής και Θεσσαλονίκης από το ΕΚΚΕ με επιστημονικό υπεύθυνο τον ερευνητή Κώστα Τσακίρη (1994).
- ◆ Επίσημοι Κατάλογοι Εταιριών Διανομής για τα έτη 1997 – 1998 – 1999
- ◆ Δειγματολογική έρευνα για τις διανεμηθείσες ταινίες που διεξήχθη στις αίθουσες Α' προβολής των Αθηνών του μήνες Μάρτιο 1997, 1998, 1999 καθώς και Νοέμβριο 1997, 1998, 1999
- ◆ Ιδιωτικό αρχείο με στοιχεία ταινιών των Κώστα Γασπαρινάτου – Γιάννη Ιωαννίδη

◆ Ιστοσελίδες:

- Ιστοσελίδα του ευρωπαϊκού δικτύου κινηματογραφικών αιθουσών Europa Cinemas
- Ιστοσελίδα του ευρωπαϊκού κινηματογραφικού δικτύου MEDIA SALES (European Cinema Year Book – *edition 1999*)
- Ιστοσελίδα του ευρωπαϊκού δικτύου κινηματογραφικών αιθουσών Europa Cinemas
- Ιστοσελίδα του Ελληνικού Κέντρου Κινηματογράφου
- Ιστοσελίδα της Ομοσπονδίας Κινηματογραφικών Λεσχών Ελλάδος και του Studio Παράλληλο Κύκλωμα
- Ιστοσελίδα της εταιρίας διανομής ODEON A.E.
- Ιστοσελίδα της εταιρίας διανομής ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ A.E.

B.1. Επιτόπια συμπλήρωση ερωτηματολογίων στις εταιρίες Σεπτέμβριος - Δεκέμβριος

Η σύνταξη του ερωτηματολογίου ακολούθησε όλες τις επιστημονικές προδιαγραφές για να υλοποιηθούν οι στόχοι της έρευνας. Ακολούθησε δοκιμαστική συμπλήρωση με φιλικό πρόσωπο, στέλεχος εταιρίας διανομής.

Στις συναντήσεις με τους γενικούς διευθυντές ή τους διευθυντές πωλήσεων των εταιριών διανομής (Σεπτέμβριος – Δεκέμβριος 1999), παρεδόθη το ερωτηματολόγιο και διεξήχθησαν ανοικτές και φιλικές συζητήσεις για το ιστορικό του κλάδου και της συγκεκριμένης κάθε φορά εταιρίας. Πρέπει να σημειωθεί ότι οι συναντήσεις μπορούσαν να διεξαχθούν μόνο δύο ημέρες την εβδομάδα και συγκεκριμένα Τετάρτη και Πέμπτη λόγω της ιδιαιτερότητας του κλάδου. Αντλήθηκαν στοιχεία που αφορούν:

1. Το ιστορικό, τη δομή και το μοντέλο οργάνωσης και διοίκησης της εταιρίας
2. Τη διαδικασία και τους τρόπους επιλογής των ταινιών που εισάγουν καθώς και τις συνεργασίες τους με τις major εταιρίες παραγωγής και διεθνούς διανομής
3. Την τιμολογιακή πολιτική τους
4. Τους τρόπους προώθησης των ταινιών
5. Την σχηματοποιημένη πια τάση που εκδηλώνεται με την ολοκλήρωση της “καθετοποίησης” των δραστηριοτήτων (διανομή – αίθουσα). [εκτός της UIP και WARNER ROADSHOW]
6. Την εμφάνιση της συμμετοχής τους στη διαδικασία παραγωγής ταινιών με διάφορες μορφές συμπαραγωγής (Όμιλος ODEON – ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ – ΣΠΕΝΤΖΟΣ)
7. Την οριζόντια επέκταση των δραστηριοτήτων τους στην παραγωγή Video, DVD αλλά και στον τομέα του merchandising (Όμιλος ODEON, ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ, ΣΠΕΝΤΖΟΣ, ΝΕΑ ΚΙΝΗΣΗ)

Οι επαφές με τις εταιρίες διανομής ανέδειξαν μία αντιφατική ιδιοτυπία που εμφανίζεται στον κλάδο. Αν και αποτελούν κατ' εξοχήν μεγάλης σημασίας μονάδες στην πολιτιστική βιομηχανία του τόπου με δυναμική ανάπτυξη, εν τούτοις, ο τρόπος συγκρότησης τους παρουσιάζει χαρακτηριστικά “βιοτεχνικού” επιπέδου οργάνωσης και νοοτροπίας.

Στο πλαίσιο αυτό, διαπιστώθηκε η απουσία αξιόπιστων στοιχείων για τα εισιτήρια, ιδιαίτερα σε ότι αφορά:

- ◆ Τις αίθουσες που προβάλλουν ταινίες Β' προβολής καθώς οι περισσότερες εταιρίες δεν καταγράφουν τους ακριβείς αριθμούς εισιτηρίων
- ◆ Τις αίθουσες εκτός Αθηνών και Θεσσαλονίκης.
- ◆ Τις θερινές αίθουσες στη μεγάλη τους πλειοψηφία σε όλη την Ελλάδα, καθώς ο τρόπος συνεργασίας τους με τις εταιρίες είναι με μορφή ενοικίου ανά ταινία και όχι ποσοστού επί των εισιτηρίων (fixed).

Επιπρόσθετα διαπιστώθηκε ότι υφίσταται ένα διάχυτο κλίμα καχυποψίας και έλλειψης εμπιστοσύνης και συνεργασίας μεταξύ τους. Ιδιαίτερα τη συγκεκριμένη περίοδο αντιμετωπίσαμε μία οξυμένη φάση στις μεταξύ τους σχέσεις λόγω δημόσιων προσωπικών αντιπαραθέσεων. Εκτιμούμε ότι η κατάσταση αυτή οφείλεται στον “βιοτεχνικό” επίπεδο οργάνωσης και τη νοοτροπία που πηγάζει απ' αυτόν.

Παρ' όλα αυτά και αξιοποιώντας τις φιλικές επαφές με στελέχη των εταιριών αλλά και με διαδοχικές επισκέψεις μας ,κατορθώσαμε να εξασφαλίσουμε την αποδοχή της κάθε εταιρίας για παράδοση όλων των υπαρχόντων στοιχείων με την προϋπόθεση της συναίνεσης και των υπολοίπων.

Συγκεντρώσαμε τα επίσημα συγκεντρωτικά στοιχεία των εισιτηρίων που πραγματοποιήθηκαν στην Αθήνα (1997 -1998 – 1999) και Θεσσαλονίκη (1999) [κατ' έτος και κατά σεζόν] από τις ταινίες των αμερικάνικων major εταιριών παραγωγής και διεθνούς διανομής της Α' και Α'/Β' προβολής.

B.2. Τηλεφωνική συγκέντρωση στοιχείων (Ιούνιος – Δεκέμβριος 1999) για τη λειτουργία των κινηματογραφικών μονάδων σ' όλη την Ελλάδα (φόρμα καταγραφής) Χειμερινά 1998 –99 Θερινά 1999

Αν και δεν αποτελούσε στοιχείο των συμβατικών υποχρεώσεων της έρευνας, θεωρήσαμε λειτουργικά σκόπιμο και επιστημονικά αναγκαίο να αντλήσουμε στοιχεία σε επίπεδο κινηματογραφικής μονάδας. Θελήσαμε να καταγράψουμε τον αριθμό και τα χαρακτηριστικά της κάθε μονάδας, δηλαδή:

- ◆ Ταυτότητα αίθουσας (Διεύθυνση, χωροθέτηση, έτος πρώτης λειτουργίας και σημερινής διαχείρισης, είδος αίθουσας, αριθμός καθισμάτων)
- ◆ Ταυτότητα υπεύθυνου αίθουσας, ταυτότητα επιχειρηματία (Νομική μορφή και χαρακτηρισμός επιχείρησης)
- ◆ εισιτήρια της τελευταίας τριετίας.

Για* τη μεγαλύτερη αξιοπιστία και την πληρέστερη συλλογή στοιχείων, η ενδεδειγμένη μέθοδος θα πρέπει να είναι η επιτόπια συνέντευξη και η συμπλήρωση ερωτηματολογίου. Στη συγκεκριμένη περίπτωση και λόγω του περιορισμένου προϋπολογισμού της έρευνας, προβήκαμε στη συμπλήρωση ερωτηματολογίου. Το ερωτηματολόγιο περιέχει εκείνα τα απαραίτητα στοιχεία τα οποία είναι συμπληρωματικά με το αντικείμενο της παρούσας έρευνας που αφορά στις εταιρίες διανομής. Η συλλογή αυτών των στοιχείων έγινε από ειδικευμένη ομάδα με τη μέθοδο της τηλεφωνικής συνέντευξης από τον Ιούνιο έως και τον Δεκέμβριο 1999.

Τα στοιχεία που προήλθαν από την έρευνα έχουν αποθηκευθεί σε βάση σε δεδομένων (πρόγραμμα Access)

Ο αρχικός εντοπισμός των λειτουργουσών μονάδων (θερινών σε λειτουργία το καλοκαίρι 1999, χειμερινών ή συνεχούς λειτουργίας σε λειτουργία 1998-1999) έγινε δυνατός με την αντιπαραβολή στοιχείων που προήλθαν από τις εξής πηγές:

1. Πελατολόγιο των εταιριών διανομής (ODEON, κλπ)

* Η συμπλήρωση έγινε ανά αίθουσα/οθόνη ώστε να είναι δυνατή η αναλυτική αποτύπωση των μονάδων με περισσότερες από μία αίθουσες/ οθόνες (πολυκινηματογράφοι)

2. Αρχείο «Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Αιθουσαρχών Κινηματογράφων» (ΠΟΤΑΙΚ)-κος Φούκης Απόστολος.
3. Αρχείο «Πανελλήνιας Ένωσης Επιχειρηματιών Θερινών Κινηματογράφων» (ΠΕΕΘΚ)-κος Ρίγγας Θεόδωρος.
4. Αρχείο «Κινηματογραφικής Ένωσης Μακεδονίας-Θράκης»-κος Παπαδόπουλος.
5. Αρχείο «Δικτύου Δημοτικών Κινηματογράφων» του ΥΠΟ.
6. Αρχείο Κώστα Γασπαρινάτου
7. Πληροφορίες από επιχειρηματίες/αιθουσάρχες οι οποίοι είναι «παλιοί» στο χώρο για τις περιοχές τους (Δονάτος, Δάλλας για Δυτική Ελλάδα, Ήπειρο - Παπαδόπουλος για Βόρεια Ελλάδα).
8. Έρευνα για «Τα Θερινά τα Σινεμά» (ΕΚΚΕ).
9. Επαρχιακός Τύπος όλης της Ελλάδας.

Το σύνολο των μονάδων που προέκυψε καλύπτει το 100% των λειτουργουσών στη χώρα (θερινά, χειμερινά, συνεχούς λειτουργίας/Δεκέμβριος 1999).

Κατά τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου τηλεφωνικά είχαμε δύο (2) ολικές αρνήσεις για παροχή στοιχείων. Στις περιπτώσεις αυτές πήραμε πληροφορίες από τρίτους.

Η γενική συμπεριφορά των αιθουσαρχών/επιχειρηματιών χαρακτηρίζεται γενικά «μέτρια» έως «καλή» για τις εκτός Αττικής μονάδες, ενώ «μέτρια» για την Περιφέρεια Αττικής.

Προβλήματα είχαμε με τις μονάδες που αποτελούν μέρος ευρύτερου σχήματος (Εταιρείας με πολλές μονάδες) όπως και με τα Πολυσινεμά (μέχρι να βρεθεί ο υπεύθυνος ο οποίος να ζητήσει άδεια από τον Γενικό Διευθυντή ή Ιδιοκτήτη κλπ).

Απώλειες σε στοιχεία είχαμε αρκετές ιδίως στη συγκέντρωση των εισιτηρίων, αποτέλεσμα επόμενο του τρόπου πραγματοποίησης της συνέντευξης (τηλεφωνικά).

B.3. Ε.Σ.Υ.Ε. (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος) -Ιστορικό-

Μέχρι και το 1992, το γραφείο της ΕΣΥΕ του Υπουργείου Πολιτισμού, συνέλεγε από τα αντίστοιχα τμήματα της ΕΣΥΕ κατά νομούς, τον αριθμό των εισιτηρίων. Σήμερα την αρμοδιότητα αυτή έχει το γραφείο της ΕΣΥΕ στο Υπουργείο Εσωτερικών - Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης.

Το 1996 ξεκίνησε η διαδικασία έρευνας για τον οπτικοακουστικό χώρο που αφορούσε στην παραγωγή, τη διανομή, την αίθουσα αλλά και το τηλεοπτικό τοπίο. Έγινε συνεννόηση με την υπεύθυνη του γραφείου (Νοέμβριος 1999 – Ιανουάριος 2000) και μετά τη διαδικασία έγκρισης, εξασφαλίσαμε την παροχή του πρωτογενούς υλικού που αφορά σε στοιχεία των επιχειρήσεων για το 1996. Τα ανεπεξέργαστα αυτά στοιχεία θα είναι έτοιμα να μας δοθούν το Μάιο 2000.

Πρέπει να σημειωθεί ότι κατά την εκτίμηση της υπευθύνου του γραφείου της ΕΣΥΕ, η έρευνα όσον αφορά στα εισιτήρια παρουσιάζει κενά.

B.4. Υπουργείο Πολιτισμού.

Καταστάσεις εισιτηρίων ανά αίθουσα, για την επιστροφή του Φόρου Δημοσίων Θεαμάτων από την προβολή ελληνικών ταινιών (μέχρι 100.000 εισιτήρια)

Ειδικό γραφείο του τμήματος Κινηματογράφου του Υπουργείου Πολιτισμού συγκεντρώνει τον αριθμό των εισιτηρίων για τις αίθουσες που έχουν προβάλει ελληνικής παραγωγής ταινίες με σκοπό να επιστραφεί μέρος του φόρου Δημοσίων Θεαμάτων. Ήρθαμε σε συνεννόηση με την υπεύθυνη του γραφείου και μετά από έγκριση, μας παραδόθηκαν τα στοιχεία των ετών 1996 – 1997 – 1998 ανά αίθουσα (χωρίς την διάκριση ευρωπαϊκού - αμερικάνικου).

Τα συγκεκριμένα στοιχεία που δόθηκαν δεν αφορούν όλες τις αίθουσες, αλλά εκείνες που υπέβαλαν τη σχετική αίτηση.

Επειδή η επιστροφή του φόρου αφορά μέχρι τα 100.000 εισιτήρια, πιθανολογείται ότι αρκετές αίθουσες αν και έχουν πραγματοποιήσει περισσότερα εισιτήρια δήλωσαν το καθορισμένο όριο.

B.5. Εργασίες φοιτητών Παντείου Πανεπιστημίου Αθηνών στο Μάθημα «Πολιτιστική Ανάπτυξη και Πολιτική» του τμήματος Τοπικής και Οικονομικής Ανάπτυξης με διδάσκουσα την καθηγήτρια Ντόρα Κόνσολα και επιβλέποντες εργασιών τους: Κώστα Γασπαρινάτο και Γιάννη Ιωαννίδη με τίτλο «Η κατάσταση των κινηματογραφικών μονάδων (αιθουσών) στην Ελλάδα» (Οκτώβριος '99 – Ιανουάριος 2000)

Στο πλαίσιο του μαθήματος «Πολιτιστική Ανάπτυξη και Πολιτική» του 7^{ου} εξαμήνου του τμήματος Τοπικής και Οικονομικής Ανάπτυξης του Παντείου Πανεπιστημίου, με διδάσκουσα την καθηγήτρια κ. Ντόρα Κόνσολα πραγματοποιήθηκαν εργασίες φοιτητών με τίτλο «Η κατάσταση των κινηματογραφικών μονάδων (αιθουσών) στην Ελλάδα». Οι επιβλέποντες των εργασιών ήταν οι επιστημονικοί υπεύθυνοι της παρούσας μελέτης, Κώστας Γασπαρινάτος και Γιάννης Ιωαννίδης. Παραδόθηκαν 110 εργασίες, οι οποίες; αφορούσαν σε πάνω από 135 κινηματογραφικές αίθουσες/οθόνες. Οι εργασίες διεξήχθησαν από τον Οκτώβριο του 1999 έως και τον Ιανουάριο του 2000 και με επιτόπια συμπλήρωση ερωτηματολογίου από τον υπεύθυνο της κινηματογραφικής μονάδας. Το ερωτηματολόγιο περιελάμβανε:

- την ταυτότητα και τα χαρακτηριστικά της αίθουσας και του επιχειρηματία
- τον τρόπο οργάνωσης και λειτουργίας
- την σχέση με τις εταιρίες διανομής
- τις ταινίες που προβλήθηκαν την τελευταία τριετία
- τον αριθμό των εισιτηρίων
- τα οικονομικά δεδομένα της μονάδας
- τη λειτουργία του μπαρ
- την επίδραση των πολυκινηματογράφων στη λειτουργία τους.

Η επιλογή των αιθουσών έγινε από του φοιτητές με βασικό κριτήριο τη γνωριμία τους με τον επιχειρηματία της κάθε μονάδας, τον τόπο κατοικίας τους και τη δυνατότητα πρόσβασης στη συγκεκριμένη μονάδα. Ο πληθυσμός των μονάδων που εξετάστηκαν παρουσιάζουν γεωγραφική διασπορά σ' όλη την Ελλάδα και η συντριπτική πλειοψηφία αφορά σε χειμερινούς κινηματογράφους. Πρέπει να σημειωθεί ότι οι φοιτητές δεν ήταν επαγγελματίες ερευνητές, έτσι μόνο ένα ποσοστό της τάξης του 35% των μονάδων έδωσε αξιόπιστα στοιχεία, ποσοστό ικανό για εξαγωγή συγκριτικών στοιχείων και επαληθεύσεων από τις άλλες πηγές.

B.6. Δειγματολοπτική έρευνα για τις διανεμηθείσες ταινίες που διεξήχθη στις αίθουσες Α' προβολής των Αθηνών του μήνες Μάρτιο 1997, 1998, 1999 καθώς και Νοέμβριο 1997, 1998, 1999

Η έρευνα αυτή διεξήχθη για να διαπιστωθεί η συχνότητα εμφάνισης των ταινιών στις αίθουσες, δηλαδή σε πόσες αίθουσες διανέμεται κάθε «νέα» ταινία Α' προβολής και για πόσο διάστημα (εβδομάδες) προβάλλεται στην κάθε αίθουσα. Η έρευνα εξέτασε όλες τις κινηματογραφικές αίθουσες των Αθηνών (χρησιμοποιήθηκαν τα περιοδικά «Αθηνόραμα» και «Εξοδος») για τους μήνες Μάρτιο 1997, 1998, 1999 καθώς και Νοέμβριο 1997, 1998, 1999.

**B.7. Επίσημοι Κατάλογοι Εταιριών διανομής για τα έτη 1997 – 1998 – 1999
Ιδιωτικό αρχείο με στοιχεία ταινιών των Κώστα Γασπαρινάτου – Γιάννη Ιωαννίδη**

Εξετάσθηκαν όλοι οι εκδοθέντες κατάλογοι των ταινιών που διανεμήθηκαν στις αίθουσες από όλες τις εταιρίες διανομής για τα έτη 1997 – 1998 και 1999 και καταγράφηκε η χώρα παραγωγής της κάθε ταινίας από το ιδιωτικό αρχείο του Κώστα Γασπαρινάτου – Γιάννη Ιωαννίδη. Έτσι υπολογίστηκε ο συνολικός αριθμός ταινιών ανά περίοδο, χώρας προέλευσης από την κάθε εταιρία.

B.8. Διάφορες ιστοσελίδες στο διαδίκτυο

Εξετάσθηκαν οι ιστοσελίδες των: ευρωπαϊκού δικτύου κινηματογραφικών αιθουσών Europa Cinemas, ευρωπαϊκού κινηματογραφικού δικτύου MEDIA SALES (European Cinema Year Book – *edition 1999*), του Ελληνικού Κέντρου Κινηματογράφου, της Ομοσπονδίας Κινηματογραφικών Λεσχών Ελλάδος και του Studio Παράλληλο Κύκλωμα, της εταιρίας διανομής ODEON A.E., της εταιρίας διανομής ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ A.E.

Από την εξέταση των ιστοσελίδων αντλήθηκαν στοιχεία για την διανομή, τα εισιτήρια και τις αίθουσες τόσο στον ελλαδικό όσο και στον ευρωπαϊκό χώρο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι.

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Ι.1. Κινηματογράφος: Η ιστορία του, οι εθνικές κινηματογραφίες και η επικράτηση της Αμερικής.

Στις 28 Δεκεμβρίου του 1895, στο «Γκραν Καφέ» των Παρισίων, ο κόσμος είχε πάρει τις θέσεις του μπροστά σε ένα πανί. Δύο αδέρφια, γνωστοί φωτογράφοι, έχουν οργανώσει αυτή την εκδήλωση: ο Λουί και ο Ογκίστ Λιμιέρ. Ονόμασαν την εκδήλωση «κινηματογραφική προβολή» και υποσχέθηκαν σε όσους προσήλθαν μια αξέχαστη εμπειρία. Και έτσι ακριβώς έγινε. Μόλις τα φώτα έσβησαν ένα τρένο άρχισε να κινείται απειλητικά προς το μέρος των θεατών, οι οποίοι για να σωθούν άρχισαν να τρέχουν προς την έξοδο έντρομοι. Ο κινηματογράφος άρχισε έτσι την ιστορία του με ένα τρόπο που θα συμβόλιζε τέλεια τη δύναμή του: είναι η τέχνη που ακινητοποιεί και επιδρά στον ανίσχυρο θεατή περισσότερο από κάθε άλλο. Η έβδομη τέχνη ήταν και είναι ασφαλώς η πιο δραστική.

Η νέα εφεύρεση, που τελειοποιούσε προηγούμενα επιτεύγματα του Τόμας Έντισον, μπήκε αμέσως στην επιχειρηματική εκμετάλλευση. Ο Ζορζ Μελιές φτιάχνει στα 1897 το πρώτο κινηματογραφικό στούντιο στο Παρίσι και αναπαριστά τις οπτικές διηγήσεις του, μετατρέποντας τον κινηματογράφο σε αληθινό και ουσιαστικό θέαμα. Το 1912, στο έργο του «Για την κατάκτηση του πόλου», μέσα σε ένα πλατό επινοεί μια σειρά από τρυκ και σε μερικές περιπτώσεις χρωματίζει με το χέρι τις εικόνες πάνω στην ταινία. Ο Σαρλ Πατέ που παίρνει την θέση του Μελιές, αποτελεί τον πρώτο παραγωγό που καθιερώνει τη συνεργασία σκηνοθεσίας και παραγωγής. Η ρομαντική εποχή είχε περάσει και είχε αρχίσει η εποχή της κινηματογραφικής βιομηχανίας. Από το σημείο αυτό και μετά, η εξέλιξη του κινηματογράφου ήταν ορμητική. Παρέσυρε τα πάντα μαζί του, μετατρέπόμενος σε μια τέχνη καθολική, στο πλαίσιο της οποίας μπορεί να ενταχθεί το σύνολο σχεδόν των τεχνών. Ταυτόχρονα, μετατρέπεται και σε εμπόρευμα μαζικής κατανάλωσης, φθινό και προσιτό, με δυνατότητα αναπαραγωγής σε μεγάλη κλίμακα. Ήταν με

λίγα λόγια η τέχνη του 20ου αιώνα, η τέχνη που ταίριαζε στην εποχή της διευρυμένης παραγωγής εμπορευμάτων.

Η πρώτη κινηματογραφία που επιβάλλεται σε παγκόσμιο επίπεδο είναι η Γαλλική ενώ η Ιταλική που ακολουθεί ειδικεύεται σε ταινίες ιστορικού χαρακτήρα με κολοσσιαίες παραγωγές όπως το έργο «Καμπίρια» (1913) σε σκηνοθεσία Παστρόνε.

Από την άλλη πλευρά του Ατλαντικού, στην Αμερική, η εξέλιξη της κινηματογραφικής βιομηχανίας καθυστερεί εξ' αιτίας του τραστ των διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας που είχε δημιουργήσει ο Έντισον. Το τραστ συντρίβεται από τους παραγωγούς και τους ιδιοκτήτες των αιθουσών. Αποθησαυρίζοντας τις Γαλλικές και τις ιταλικές εμπειρίες, επιστρατεύουν τους καλύτερους σκηνοθέτες και τους δημοφιλέστερους ηθοποιούς και αρχίζουν να παράγουν έργα υψηλού ποιοτικού και θεαματικού επιπέδου. Σε λίγα χρόνια, οι ιδιοκτήτες των «nickel odeons» (αίθουσες με εισιτήριο μια πεντάρα) δημιουργούν μια στέρεα βιομηχανική δομή και κατακτούν όλες τις διεθνείς αγορές καταφέροντας να κρατήσουν τα πρωτεία μέχρι τις ημέρες μας. Η έδρα αυτού του βιομηχανικού κέντρου εγκαθίσταται στο Χόλιγουντ και η πρώτη περίοδος είναι ιδιαίτερα γόνιμη.

Χαρακτηριστικό αυτής της περιόδου αποτελεί η εμφάνιση του Νταϊήβιντ Ουώρκ Γκρίφιθ, του οποίου το έργο, και ιδιαίτερα η «Γέννηση ενός έθνους» (το 1915) και η «Μισαλλοδοξία», εξελίσσει την κινηματογραφική γλώσσα και καταφέρνει να μιλήσει ολοκληρωμένα στο θεατή. Τα άλλα σημαντικά δεδομένα που εμφανίζονται στην Αμερική την ίδια περίοδο, είναι η θρυλική παρουσία του Τσάρλι Τσάπλιν, η επιτυχία του κωμικού κινηματογράφου και η εξέλιξη του γουέστερν που οφείλεται κυρίως στον Τόμας Ινς.

Η ευρωπαϊκή κινηματογραφία δεν καταφέρνει να αντέξει στον αμερικάνικο ανταγωνισμό και παρουσιάζει μεμονωμένες περιόδους εξάρσεων όπως με την Γερμανική κινηματογραφία που επεκτείνει στην έβδομη τέχνη τις αισθητικές αρχές του εξπρεσιονισμού και του κυβισμού, ενώ η σοβιετική προκαλεί τη γενική προσοχή το 1925, με το έργο του Σεργκέϊ Αϊζενστάιν και ιδιαίτερα με την ταινία «Θωρηκτό Ποτέμκιν».

1.2. Η καθολικότητα της τέχνης του κινηματογράφου, αναπτύσσεται σε στενή συνάρτηση με τις αλματώδεις τεχνικές εξελίξεις στο χώρο και τις ριζικές αλλαγές στους τρόπους παραγωγής και κατανάλωσης.

Το 1925, οι αδελφοί Γουώρνερ στην Αμερική, παλαιοί ιδιοκτήτες των «nickel odeons», αποφασίζουν να αποκτήσουν την αποκλειστικότητα της διανομής του «βιταφόν», ενός συστήματος εγγραφής του ήχου που είχε επινοήσει η «Belle Telephone Company». Το «βιταφόν» είναι ένα σύστημα φωνογραφικής εγγραφής σε δίσκους που διέθετε το σύστημα συγχρονισμού του ήχου με τις εικόνες της ταινίας,

Η εταιρεία Warner Brothers χρησιμοποιεί το σύστημα αυτό στο έργο «Ο τραγουδιστής της τζαζ», φιλμ που παρουσιάζεται στα 1927 και έχει μεγάλη απήχηση στο κοινό. Η γέννηση του ηχητικού κινηματογράφου είναι πια γεγονός, ενώ λίγο αργότερα κυκλοφορεί το «μούβιτον», σύστημα περισσότερο εξελιγμένο και μεγαλύτερης ακρίβειας.

Η καθολικότητα της έβδομης τέχνης παίρνει νέες διαστάσεις με το σύστημα των υποτίτλων και του «ντουμπλαρίσματος» (μεταγλώττιση). Η γερμανική και η γαλλική κινηματογραφία περνούν νέα περίοδο ακμής που φθάνει μέχρι σχεδόν το Β΄ παγκόσμιο πόλεμο. Παράλληλα, σταθεροποιούνται μικρότερες κινηματογραφίες όπως της Σουηδίας και της Τσεχοσλοβακίας, ενώ στην Ιταλία και τη Μεγάλη Βρετανία ο κινηματογράφος αποκτά μια νέα δυναμική ύστερα από τη μεγάλη κρίση του μεσοπολέμου.

Στην Αμερική, οι μεγάλες εταιρείες ξεπερνούν την κρίση και διαμορφώνουν μια μονοπωλιακή κατάσταση σε όλες τις φάσεις της κινηματογραφικής δραστηριότητας, από την παραγωγή ως την εκμετάλλευση και την προβολή.

Ο Β΄ παγκόσμιος πόλεμος με τα δραματικά γεγονότα του και ιδιαίτερα η περίοδος που θα ακολουθήσει, θα «ευνοήσουν» την ανανέωση της κινηματογραφικής γλώσσας και ουσιαστικά του ίδιου του σκοπού της τέχνης του κινηματογράφου. Η εμφάνιση των ταινιοθηκών, των κινηματογραφικών λεσχών, των φεστιβάλ αποτελεί πια γεγονός ενώ η ανάπτυξη των εθνικών κινηματογραφιών επηρεάζουν καθοριστικά την πορεία του παγκόσμιου κινηματογράφου. Ο ιταλικός νεορεαλι-

σμός, το free cinema στην Αγγλία, η γαλλική νουβελ-βαγκ, η ανάπτυξη της κινηματογραφίας των ασιατικών χωρών (ιδιαίτερα της ιαπωνικής και της ινδικής), η εμφάνιση της κινηματογραφίας της ανατολικής Ευρώπης αλλά και άλλων μικρότερων κρατών, επιφέρουν μια νέα περίοδο άνθησης και ακμής.

Παρόλα αυτά, από την δεκαετία του 1950 στην Αμερική και από την επόμενη δεκαετία στην Ευρώπη, η κινηματογραφική αποκτά ένα σκληρό ανταγωνιστή που είναι η τηλεόραση. Ο ανταγωνισμός των δύο μέσων φέρνει μια έκρηξη στις τεχνικές καινοτομίες και τους νεωτερισμούς, που αφορούν την τρίτη διάσταση και τις άλλες παραμέτρους της εικόνας, την εκπληκτική εξέλιξη του ήχου όπως και ριζικές ανατροπές στην ίδια την αίθουσα της προβολής.

Την τελευταία εικοσαετία του 20ου αιώνα, με την εξουθενωτική επικράτηση του αμερικάνικου κινηματογράφου και την αμυντική στάση της Ευρώπης, κυριαρχεί μια τυποποιημένη αντίληψη για την τέχνη του κινηματογράφου, επικρατεί η βιομηχανική του διάσταση και οι πολιτικές της μαζικής παραγωγής και μαζικής κατανάλωσης, και τελικά αλλάζει δραματικά ο ίδιος ο τρόπος που παράγεται αλλά και απολαμβάνουμε το κινηματογραφικό προϊόν.

1.3. Ο κινηματογράφος στην Ελλάδα. Τα πρώτα βήματα.

Η Ελλάδα μπαίνει σχετικά νωρίς στη ιστορία του κινηματογράφου. Η πρώτη προβολή κινηματογραφικών εικόνων στην Αθήνα γίνεται στις 28 Νοεμβρίου 1896, γίνεται σε ένα μαγαζί της στοάς Κολοκοτρώνη. Με εισιτήριο ακριβό, το πρόγραμμα περιλαμβάνει διάφορα αξιοπερίεργα, όπως άλογα που έτρεχαν στα Ηλύσια Πεδία και χορούς της διάσημης χορεύτριας του αμερικανικού βαριετέ Λόιε Φούλερ. Η ιστορία διασώζει τα ονόματα των επιχειρηματιών Ψυχούλη και των αδελφών Κασσέλα, την περίοδο δηλαδή που ο κινηματογράφος δεν έχει στέγη και περιφερόταν στις πλατείες και τα καφενεία, προσφερόμενος ως συμπλήρωμα των αναψυκτικών.

Τα θέματα που αξιοποιεί τα πρώτα του χρόνια ο κινηματογράφος είτε προέρχονταν από το άμεσο περιβάλλον των χειριστών των μηχανών λήψης είτε είχαν το στοιχείο του αξιοπερίεργου. Οι δύο συγγενείς τάσεις που σύντομα διαμορφώνονται είναι το ντοκιμαντέρ, η αποτύπωση δηλαδή της γύρω πραγματικότητας και το ζουρνάλ, τα σημαντικά γεγονότα της επικαιρότητας.

Οι πρώτοι γνωστοί κινηματογραφιστές στα Βαλκάνια είναι οι αδελφοί Ιωάννης και Μιλτιάδης Μανάκια, οι οποίοι εργάζονταν ως φωτογράφοι στα Γιάννενα και αργότερα εγκαθίστανται στο Μοναστήρι. Η πρώτη σωζόμενη ταινία τους χρονολογείται από το 1905 και αντλεί το θέμα της από το χωριό καταγωγής των Μανάκια, την Αβδέλλα Γρεβενών, πρόκειται για τις «Υφάντρες».

Οι πρώτοι κινηματογραφιστές που δρουν σε ελληνικό έδαφος ήταν οι ανταποκριτές ξένων μεγάλων εταιρειών παραγωγής, όπως η Πατέ και η Γκομόν. Ένα από τα πρώτα γεγονότα που κινηματογραφούνται στην Αθήνα ήταν η μεσο-ολυμπιάδα του 1906. Η βασιλική οικογένεια αποτελεί συχνά αντικείμενο του κινηματογραφικού φακού και ένας από αυτούς που είχαν αναλάβει να κινηματογραφούν τα βασιλικά πρόσωπα και τις γιορτές είναι ο Ούγγρος μηχανικός-αντιπρόσωπος της Πατέ, Ζοζέφ Χεπ, που έρχεται στην Αθήνα στα 1908.

Οι εταιρείες είχαν την πάγια πολιτική να στέλνουν μηχανικούς σε διάφορες χώρες του κόσμου, οι οποίοι εγκαθιστούσαν μηχανήματα προβολής, φρόντιζαν για την διανομή των ταινιών, αλλά παράλληλα κινηματογραφούσαν επιτόπου ορισμένα αξιοσημείωτα γεγονότα ή εξέχοντα πρόσωπα και τα προέβαλλαν στην ντόπια αγορά ή τα έστελναν στα κεντρικά, αν παρουσίαζαν ευρύτερο ενδιαφέρον.

I.4. Οι πρώτες ελληνικές παραγωγές και οι πρώτες εταιρείες παραγωγής.

Η πρώτη επιχείρηση παραγωγής ταινιών γίνεται από τον Σπυρίδωνα Δημητρακόπουλο που συστήνει την «Αθήνη-φιλμ» και γυρίζει μερικές κωμωδίες σύντομης διάρκειας, παίζοντας ταυτόχρονα το ρόλο του παραγωγού, του σκηνοθέτη και του πρωταγωνιστή. Το ποιμενικό ειδύλλιο, που θα αποτελέσει ιδιαιτερότητα του ελληνικού κινηματογράφου, εμφανίζεται το 1914 με τον Κωνσταντίνο Μπαχατώρη και το 1916 ιδρύεται η «Άστυ-φιλμ» με πρωτοστατούντα τον θεατρικό συγγραφέα Δημήτρη Βρατσάνο που καταφέρνει να ολοκληρώσει μόνο το δημοφιλές κωμειδύλλιο του Κορομηλά, «Η τύχη της Μαρούλας». Σημαντικό χαρακτηριστικό αυτής της περιόδου, η μετατροπή του θερινού θεάτρου «Αττικόν» οριστικά σε κινηματογράφο το 1912, που συμβολίζει και τη διαμάχη μεταξύ των δύο μορφών ψυχαγωγίας.

Οι απόπειρες να στηθεί κινηματογραφική βιομηχανία στην Ελλάδα, προσκρούει στην αποσταθεροποίηση που προκαλεί η Μικρασιατικά καταστροφή ενώ το κινηματογραφικό υλικό εκείνης της εποχής που σώζεται, περιορίζεται σε σκηνές που τραβούν διάφοροι οπερατέρ και στη ταινία του Δήμου Βρατσάνου «Της μοίρας τ' αποπαίδι», στα 1925.

Αυτή την περίοδο, μόνο η δραστηριοποίηση της Dag film των αδελφών Γαζιάδη στον τομέα των ταινιών μυθοπλασίας έδωσε υπόσταση στον τομέα της παραγωγής. Το 1927, καλούνται να κινηματογραφήσουν τον «Προμηθέα Δεσμώτη», μία από τις εκδηλώσεις των Δελφικών Εορτών και στα 1928 παρουσιάζεται η πρώτη ταινία μυθοπλασίας, «Έρωσ και κύματα», σε σκηνοθεσία του Δημήτρη Γαζιάδη και σενάριο του λογοτέχνη Λάμπρου Αστέρη.

Επόμενες τους ταινίες, «Το λιμάνι των δακρύων» (1929) σε συνεργασία με τον Ορέστη Λάσκο και τον επόμενο χρόνο η «Αστέρω». Το οπτικό αποτέλεσμα βελτιώνεται και οι αίθουσες εκσυγχρονίζονται. Το 1929 εμφανίζεται ο Αχιλλέας Μαδράς με τη «Μαρία Πενταγιώτισσα» και το 1930 η εταιρεία «Ελλάς φιλμ» με τη «Στέλλα Βιολάντη».

Δύο ταινίες –σταθμοί του ελληνικού κινηματογράφου πριν τον δεύτερο μεγάλο πόλεμο, που σηματοδοτούν και την εξέλιξή του, είναι το «Δάφνις και Χλόη» του Ορέστη Λάσκου στα 1930, που παράλληλα ιδρύει και την «Άστρο-φίλμ» και στα 1932 η ταινία καταγγελίας του Στέλιου Τατασόπουλου «Κοινωνική σαπίλα».

Η τεχνολογική εξέλιξη όμως του ομιλούντος κινηματογράφου σε διεθνές επίπεδο, κλείνει προσωρινά (έως το 1933) το κεφάλαιο «ελληνική παραγωγή».

1.5. Η νέα εποχή του ελληνικού κινηματογράφου στα πρώτα χρόνια μετά τον πόλεμο: σημαντικές ταινίες και κινηματογράφος πλατιάς κατανάλωσης, η διανομή συμμετέχει στη παραγωγή και η εμφάνιση του Φίνου.

Το 1939, ένας νεαρός κινηματογραφιστής επικαίρων, γυρίζει μια ταινία μυθοπλασίας. Ήταν ο Φιλοποίμη Φίνος στο «Τραγούδι του χωρισμού». Εταιρεία παραγωγής ήταν η σημαντικότερη εταιρεία διανομής στην Ελλάδα η «Σκούρας φιλμς Α.Ε.» και τα ελληνικά κινηματογραφικά στούντιο, δηλαδή ο ίδιος ο Φίνος. Το σενάριο υπογράφει ο αξιόλογος θεατρικός συγγραφέας Δημήτρης Μπόγρης και πρωταγωνιστούν ο Λάμπρος Κωνσταντάρης, η Ευγενία Δανίκα και η Λήδα Μιράντα. Το τραγούδι του χωρισμού ήταν η γέφυρα ανάμεσα σε δύο εποχές. Ο Φίνος καταφέρνει να πραγματοποιήσει μια ομιλούσα ελληνική ταινία. Στην κατοχή, το 1943, γυρίζονται δύο σημαντικές ταινίες που ανοίγουν τον δρόμο για τις μετακατοχικές παραγωγές. «Η φωνή της καρδιάς» από τον Φίνο και τα «Χειροκροτήματα» από τον Γιώργο Τζαβέλλα.

Μεταπολεμικά και μέχρι το τέλος της δεκαετίας του 1950, γυρίζονται σαράντα ταινίες από δεκατρείς εταιρείες παραγωγής. Σημαντικότερες η «Νόβακ φιλμ» με τον Μαυρίκιο Νόβακ και ο Αντώνης Ζερβός με την «Ανζερβός». Ο Φίνος όμως είναι πιο διορατικός, συνεργάζεται με έμπειρους θεατρικούς συγγραφείς (Σακελλάριο, Τσιφόρο, Τζαβέλλα, Ιωαννόπουλο).

Οι ελληνικές παραγωγές, που ακολουθούν τα ίχνη του κινηματογράφου πλατιάς κατανάλωσης, διαμορφώνονται σε τρία είδη, το μελόδραμα, το δράμα και την κωμωδία. Από την γενικότερη τάση διαφοροποιείται η πρώτη προσπάθεια του Γρηγόρη Γρηγορίου, που μεταφέρει στον κινηματογράφο το δημοφιλές μυθιστόρημα του Ξενόπουλου «Ο κόκκινος βράχος». Χρηματοδότης της ταινίας ο διανομέας Χρήστος Σπέντζος.

Η διασκευή των θεατρικών έργων αποτελεί τον ασφαλή δρόμο της κωμωδίας και ο Φίνος πρωτοπορεί και πάλι μεταφέροντας στην οθόνη την μεγάλη θεατρική επιτυχία της εποχής «Οι Γερμανοί ξανάρχονται», των Σακελλάριου-Γιαννακόπουλου. Ο εμπορικός κινηματογράφος αρχίζει πλέον να στηρίζεται στη

δημοτικότητα των ηθοποιών του, που άρουν την επιφυλακτικότητά τους στην καινούργια μορφή ψυχαγωγίας.

Παράλληλα, η σημαντική πρωτοβουλία της Αγλαΐας Μητροπούλου να ιδρύσει την Ταινιοθήκη της Ελλάδος και να δώσει την ευκαιρία στους κινηματογραφόφιλους να παρακολουθούν παράλληλα και ταινίες εκτός εμπορικού κυκλώματος, εισαγάγει το θεσμό των κινηματογραφικών λεσχών και συμβάλλει στη διάσωση μεγάλου μέρους της ελληνικής παραγωγής.

I.6. 1950-1970: η εικοσαετία της ποσοτικής ανάπτυξης και της παγίωσης του κινηματογραφικού τοπίου με την εμφάνιση ενός συμπαγούς συστήματος διανομής, συνοδεύεται και από νέες ελπιδοφόρες εμφανίσεις που προξενούν ρήγματα και μικρές ανατροπές.

Την περίοδο αυτή, ο κινηματογραφικός χώρος προσφέρεται για ευκαιριακές επενδύσεις και δημιουργεί προσδοκίες εύκολου κέρδους. Η ποσοτική ανάπτυξη αποτυπώνεται στην παραγωγή αρκετών εκατοντάδων ταινιών και πληθώρας εταιρειών παραγωγής. Ενδεικτικά, μόνο τη δεκαετία του '50 γυρίζονται πάνω από τριακόσιες ταινίες ενώ εμφανίζονται εκατό νέες εταιρείες, από τις οποίες οι εξήντα είναι εταιρείες της μιας ταινίας. Μόνο τέσσερις εταιρείες γυρίζουν περισσότερες από δέκα ταινίες, η «Τζαλ», η «Νόβακ», η «Ανζερβός» και βέβαια η δυναμική «Φίνος Φιλμ».

Οι ταινίες που παρουσιάζουν επιτυχία προέρχονται από τους αξιόπιστους παραγωγούς που συνεργάζονται με διακεκριμένους ηθοποιούς και έμπειρους τεχνικούς. Μία από τις σημαντικότερες όμως προϋποθέσεις για την καλή πορεία μιας ταινίας είναι και η συνεργασία με τους μεγαλύτερους Έλληνες διανομείς, που διαμορφώνουν πλέον ένα συμπαγές σύστημα. Ο μεγαλύτερος Έλληνας διανομέας είναι ο «Δαμασκηνός-Μιχαηλίδης», που κατέχει συνήθως τις τρεις πρώτες θέσεις στην πρώτη πεντάδα του πίνακα εισπράξεων α' προβολής. Το σύστημα διανομής συμπληρώνεται επίσης από τις εταιρείες «Μήλας Φιλμ», «Ανζερβός», «Σπέντζος», «Ι. Καρατζόπουλος» και «Αφοί Ρουσσόπουλοι-Γ. Λαζαρίδης-Δ. Σαρρής-Κ. Ψαρράς».

Η θεατρική κωμωδία μεταφέρεται από τη σκηνή στην οθόνη με την ίδια δομή και τους ίδιους θεατρικούς πρωταγωνιστές. Έτσι η κωμωδία στον κινηματογράφο κατακτά την πρώτη θέση ξεπερνώντας το γνωστό πρόβλημα του σεναρίου. Η περίπτωση του Δημήτρη Ψαθά είναι η χαρακτηριστικότερη.

Το θέατρο όμως γίνεται ο συνολικός τροφοδότης του ελληνικού κινηματογράφου αφού οι θεατρικοί συγγραφείς, σκηνοθέτες και ηθοποιοί γίνονται και κινηματογραφικοί. Στους γνωστούς και επιτυχημένους Σακελλάριο, Τσιφόρο, Τζαβέλλα, προστίθεται ο Ντίνος Δημόπουλος («Οι ουρανοί είναι δικοί μας», 1953), ο Μιχά-

λης Κακογιάννης («Κυριακάτικο ξύπνημα», 1954) και ο Γιάννης Δαλιανίδης («Η μουσίτσα», 1958) ανοίγοντας το δρόμο στην Αλίκη Βουγιουκλάκη. Η ίδια, τον επόμενο χρόνο με «Το ξύλο βγήκε από τον παράδεισο» θριαμβεύει και σηματοδοτεί την δημιουργία του ελληνικού σταρ-σίστεμ, σε μια ελληνική κοινωνία που μεταλλάσσεται και μικροαστικοποιείται, μπαίνοντας ορμητικά στο δρόμο της καταναλωτικής αφθονίας και παραμερίζοντας την «ταπεινοφροσύνη» και την «αξιοπρέπεια της φτώχειας», που μέχρι τότε κατά κόρον ανέδυε ο ελληνικός κινηματογράφος.

Οι ηθικοπλαστικού περιεχομένου υποθέσεις με διδακτικές απολήξεις δίνουν σταδιακά τη θέση τους στη φαντασμαγορία και το πρώτο ελληνικό έγχρωμο σινεμά σκόπ είναι σε παραγωγή του Φίνου και σκηνοθεσία του Γ. Δαλιανίδη που με το μιούζικαλ «Κάτι να καίει», το 1963, κόβει 660. 000 εισιτήρια. Είναι η περίοδος που σταθεροποιεί τους σταρ (Βουγιουκλάκη, Καρέζη, Λάσκαρη, Κούρκουλος, Βλαχοπούλου, Βουτσάς κλπ), της κωμικής λάμψης του Θανάση Βέγγου και της επιρροής του μελό του Νίκου Ξανθόπουλου. Η παραγωγή ταινιών σημειώνει ιστορικό ρεκόρ με 117 ταινίες τη σεζόν 1966-67, το ίδιο και η προσέλευση του κοινού στις αίθουσες με 137 εκατομμύρια εισιτήρια που κόβονται το 1968. Το ρεκόρ εισιτηρίων σε ταινία επιτυγχάνεται δύο χρόνια αργότερα, στα 1970, από την Αλίκη Βουγιουκλάκη με την «Υπολογαγό Νατάσσα» και τα 751.117 εισιτήριά της¹.

Όμως τα πρώτα ρήγματα ήδη έχουν εμφανισθεί από το 1954 με το «Ξυπόλητο τάγμα» του Γκρεγκ Τάλας και τον επόμενο χρόνο, το «Μαγική πόλις» του Νίκου Κούνδουρου. Στα 1960, ο Παύλος Ζάννας και ο Λίνος Πολίτης αρχίζουν στη Θεσσαλονίκη την «1^η εβδομάδα Ελληνικού κινηματογράφου» που μια εξαετία αργότερα μετονομάζεται σε φεστιβάλ κινηματογράφου. Ήδη από τον πρώτο χρόνο οι αντιτιθέμενες τάσεις διαγράφονται με σαφήνεια. Από την μια το καταναλωτικό σινεμά με την Βουγιουκλάκη στη «Μανταλένα» και από την άλλη «Το ποτάμι» του Κούνδουρου, η εμφάνιση του Τάκη Κανελλόπουλου. Το 1965 «ξεμυτί-

¹ Τα εισιτήρια αυτής της περιόδου αφορούν μόνο τους κινηματογράφους της Α' προβολής. Σ' αυτήν την περίοδο η Β' προβολή «κόβει» πολύ περισσότερα εισιτήρια και κυρίως σε κάποιες «λαϊκές» ταινίες. (Οι ταινίες με πρωταγωνιστή των Νίκο Ξανθόπουλο αν και εμφανίζονται στους σχετικούς πίνακες με 100.000 έως 250.000 εισιτήρια, στην πραγματικότητα ξεπερνούν το 1.000.000 καθ' ότι «μένουν» στην Α' προβολή μία ή δύο εβδομάδες και μεταφέρονται στις «λα

ζουν» ο Βούλγαρης, ο Παπαστάθης, ο Λιαρόπουλος και ο Ζώης. Το υπόγειο ρεύμα ενός νέου κινηματογράφου ξεσπά το 1966 στο 7^ο φεστιβάλ με την εμφάνιση του Αλέξη Δαμιανού με το «Μέχρι το πλοίο», του Ροβήρου Μανθούλη με το «Πρόσωπο με πρόσωπο», του Παναγιώτη Γλυκοφρύδη «Με τη λάμψη στα μάτια», του «Τζίμης ο τίγρης» του Βούλγαρη.

Η αναγέννηση θα πνιγεί στα σπάργανά της με την δικτατορία του 1967 αλλά το 1970 ο Θόδωρος Αγγελόπουλος με την «Αναπαράσταση» σηματοδοτεί την επίσημη είσοδο του Νέου ελληνικού Κινηματογράφου στην οθόνη. Παράλληλα, ο εμπορικός κινηματογράφος ζει τις τελευταίες ημέρες ακμής και δόξας.

Ι.7. Στην μεταπολίτευση διαμορφώνεται και το νέο σκηνικό: δραματική μείωση της παραγωγής και των εισιτηρίων, εγκαθίδρυση του Νέου Ελληνικού Κινηματογράφου και εμφάνιση πολλών νέων σκηνοθετών-δημιουργών.

Από την δεκαετία του '70 και μετά διαμορφώνεται ένα εντελώς νέο σκηνικό στο ελληνικό κινηματογραφικό τοπίο. Η αυτοκρατορία της Φίνος καταρρέει, η παραγωγή των ταινιών και των εισιτηρίων μειώνεται δραματικά, το κοινό καθηλώνεται στην τηλεόραση και ο παλιός εμπορικός κινηματογράφος διοχετεύεται στην παραγωγή βιντεοκασετών.

Στο προσκήνιο έρχεται ο Νέος Ελληνικός Κινηματογράφος, ο κινηματογράφος του δημιουργού αντικαθιστά την εμπορική εκδοχή του σκηνοθέτη-τεχνίτη και οι ελληνικές ταινίες αποκτούν έναν «δοκιμαϊκό» χαρακτήρα. Νέοι, φιλόδοξοι και ελπιδοφόροι σκηνοθέτες παίρνουν στα χέρια τους τον πλήρη έλεγχο των ταινιών τους, αναλαμβάνοντας οι ίδιοι τα οικονομικά και διοικητικά βάρη, ενώ η εθελοντική εργασία συναδέλφων και φίλων είναι συχνά η μόνη λύση για την ολοκλήρωση μιας παραγωγής. Το περιοδικό «σύγχρονος Κινηματογράφος», που αρχίζει να εκδίδεται από το 1969, φιλοξενεί όλα τα καινούργια καλλιτεχνικά ρεύματα και έναν γόνιμο διάλογο σχετικά με τις σύγχρονες τάσεις, δημιουργώντας μια νέα γενιά κινηματογραφικών θεωρητικών και κριτικών.

Από τους στυλοβάτες του Ν.Ε.Π. ο Αλέξης Δαμιανός με την «Ευδοκία» στα 1971, ο Αγγελόπουλος με τις «Μέρες του '36» το 1972, που τρία χρόνια αργότερα ανοίγει τα σύνορα της εγχώριας κινηματογραφίας στο εξωτερικό με τον «Θίασο», καταχωρημένος ως μία από τις καλύτερες ταινίες στην ιστορία του παγκόσμιου κινηματογράφου, ο Παντελής Βούλγαρης με το «Χάπυ νταίη» στα 1976, ενώ με την μεταπολίτευση επιστρέφουν στην Ελλάδα και με ντοκιμαντέρ στη παραγωγή ο Κούνδουρος και ο Κακογιάννης. Παράλληλα πολλοί νέοι, πρωτοεμφανιζόμενοι σκηνοθέτες αφήνουν το αποτύπωμά τους, με ποικίλες θεματικές και αισθητικές αναζητήσεις.

Από τα σύγχρονα αδιέξοδα του δυτικού πολιτισμού (Βεργίτσης, Καντακουζηνός), μέχρι την αφοσίωση στην παράδοση και την ιστορία (Παπαστάθης, Φέρρης, Λαμπρινός, Κούνδουρος, Ψαρράς, Σιοπαχάς, Βρεττάκος, Ξανθόπουλος, Βούλγαρης, κ.ά.) από τον ρεαλιστικό κινηματογράφο (Τάσιος, Πανουσόπουλος, Τσεμπερόπουλος, Περάκης, κ.ά.) στην υπαρξιακή κρίση (Καρυπίδης, Λυκουρέσης, Λιάππα, κ.ά.) από την απελπισμένη ευαισθησία του Τσιώλη μέχρι το ποιητικό σινεμά του Τορνέ, του Παναγιωτόπουλου, του Νικολαΐδη, κ. ά.

Το 1980 η ελληνική κινηματογραφία κατακτά και ένα μεγάλο διεθνές βραβείο, το πρώτο σε έλληνα σκηνοθέτη, το Χρυσό Λιοντάρι Βενετίας απονέμεται στον Αγγελόπουλο για τον «Μεγαλέξανδρο», ενώ η ταινία του Ν. Τζήμα «Ο άνθρωπος με το γαρύφαλλο» κόβει 618.000 εισιτήρια, που αποτελεί και την εξαίρεση στην αδιαφορία του κοινού για τις ελληνικές ταινίες.

Παρά το γεγονός ότι έχει εκδηλωθεί το κρατικό ενδιαφέρον με την χρηματοδότηση ταινιών από το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, την θεσμοθέτηση των Κρατικών βραβείων και την ψήφιση του νόμου «για την προστασία και ανάπτυξη της κινηματογραφικής τέχνης» το 1986, η ελληνική παραγωγή εγκλωβίζεται σε υπαρξιακές αναζητήσεις και ομφαλοσκοπήσεις, αποδυναμώνοντας ακόμη περισσότερο τους δεσμούς με την αίθουσα. Διαφωνίες, εντάσεις, αντικρουόμενες τάσεις και αδιαφορία του κοινού είναι τα βασικά χαρακτηριστικά της δεκαετίας του '80. Τα 600.000 εισιτήρια της σάτιρας του Νίκου Περάκη «Λούφα και παραλλαγή» στα 1986, αποτελούν την φτωχή εξαίρεση ενός απογοητευτικού κανόνα που την περίοδο 1985-86 περίπου το 80% του κοινού παρακολουθεί αμερικάνικες ταινίες και μόλις το 8% ελληνικές. Ο αριθμός των αιθουσών μειώνεται δραματικά και το μέλλον της ελληνικής παραγωγής και της ελληνικής ταινίας φαντάζει ζοφερό.

1.8. Η απρόβλεπτη αναζωπύρωση στο τέλος του εικοστού αιώνα και οι νέες τάσεις που κυριαρχούν στη παραγωγή, τη διανομή και την αίθουσα.

Αν και στις αρχές της τελευταίας δεκαετίας του εικοστού αιώνα συνεχίζεται η απόθεση προς το ελληνικό σινεμά, ο ελληνικός κινηματογράφος αλλάζει σιγά-σιγά πρόσωπο. Από ομφαλοσκοπικός και ποιητικοφανής, αποκτά χαρακτήρες με σάρκα και οστά, ήρωες καθημερινούς, διεισδύει στην ελληνική πραγματικότητα, την καταγράφει, τη σχολιάζει και την σατιρίζει. Το κοινό επιστρέφει στην αίθουσα και στην ελληνική ταινία, ενώ ένα νέο δυναμικό κοινό, κυρίως νεανικό, κάνει την εμφάνισή του.

Η ανάκαμψη ξεκινά στα 1994, με το «Τέλος εποχής» του Αντώνη Κόκκινου, επιβιβαιώνεται με τον Σωτήρη Γκορίτσα στο «Βαλκανιζατέρ» το 1997 με 250.000 εισιτήρια, και την Όλγα Μαλέα με το «Ο οργανισμός της αγελάδας» και το «Η διακριτική γοητεία των αρσενικών». Το 1999 μάλιστα έχουμε ένα νέο ρεκόρ εισιτηρίων με μια ταινία που μεταφέρει την κυρίαρχη τηλεοπτική αισθητική από τη μικρή στη μεγάλη οθόνη, το «Safe sex» των Θ. Παπαθανασίου και Μιχάλη Ρέππα, με 910.000 εισιτήρια. Ο Θόδωρος Αγγελόπουλος συνεχίζει τη μοναχική του πορεία και το 1998 με το «Μια αιωνιότητα και μια μέρα» κατακτά το «Χρυσό Φοίνικα», τη μεγαλύτερη διάκριση που έχει πάρει ποτέ Έλληνας σκηνοθέτης.

Τα χαρακτηριστικά στα τέλη του αιώνα είναι ιδιαίτερα ενδιαφέροντα. Η εγχώρια παραγωγή κάνει τα πρώτα συστηματικά ανοίγματά της στην Ευρώπη και στη διεθνή συμπαραγωγή, ενώ εμφανίζεται ολοένα και ισχυρότερος ο θεσμός του ιδιώτη παραγωγού. Από τις αρχές του 1990, δημιουργούνται οι δημοτικοί κινηματογράφοι που ξεπερνούν τους 80 σε όλη τη χώρα και κινηματογραφικά δίκτυα, εγχώρια και διεθνή, κάνουν την εμφάνισή τους, με σκοπό την στήριξη της ελληνικής και της ευρωπαϊκής παραγωγής.

Οι κινηματογραφικές αίθουσες της Αθήνας ανακαινίζονται και εξοπλίζονται με τα πλέον εξελιγμένα συστήματα ήχου και εικόνας, ενώ συγχρόνως νέες αίθουσες κατασκευάζονται στο κέντρο και την περιφέρεια. Το ευρωπαϊκό και αμερικάνικο φαινόμενο των πολυκινηματογράφων (Cineplex) κάνει την εμφάνισή του και στην Ελλάδα. Ο δρόμος για την επιστροφή του κοινού στις αίθουσες ανοίγει πλέον διάπλατα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ

Η ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΗΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΙΙ.1. Η διαμόρφωση του χώρου της διανομής στην περίοδο της «ακμής» (1960 – 1980)

Κατά την εικοσαετία 1960 – 1980 πολλοί παράγοντες υπεισέρχονται και επηρεάζουν την πραγματικότητα. Κατ' αρχήν υπάρχει νομικό και θεσμικό πλαίσιο τέτοιο που να επιτρέπει την άνετη κίνηση ξένων κεφαλαίων και συναλλάγματος. Η παροχή διευκολύνσεων για επενδύσεις με όρους ιδιαίτερα ευνοϊκούς κατοχυρώνουν την ελεύθερη ίδρυση και δραστηριοποίηση ξένων εταιριών και κυρίως αμερικάνικων.

Ο αριθμός των εταιριών² σε σχέση με τον πληθυσμό και τις δυνατότητες της ελληνικής αγοράς είναι μεγάλος και μάλιστα παρουσιάζει ανοδική τάση μέχρι το 1974-75, παρά την ήδη εκδηλωμένη κρίση³.

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

1962-63	46	1970-71	67
1963-64	59	1971-72	73
1964-65	61	1972-73	78
1965-66	66	1973-74	83
1966-67	57	1974-75	69
1967-68	67	1975-76	60
1968-69	64	1976-77	55
1969-70	62	1977-78	49

Δύο είναι τα κυρίαρχα χαρακτηριστικά τη συγκεκριμένη περίοδο. Το ένα έχει σχέση με την ευκαιριακή και μη βιώσιμη λειτουργία, μεσοπρόθεσμα, εταιριών διανομής⁴ και το άλλο με την κυριαρχία μικρού αριθμού εταιριών που είναι και οι

² 180 εταιρίες διανομής ταινιών λειτούργησαν μόνο τη δεκαετία 1965-75 από τις οποίες 60 λειτούργησαν για ένα χρόνο και άλλες 30 εμφανίζουν δραστηριότητα για δύο χρόνια.

³ Χρυσάνθη Σωτηροπούλου, Ελληνική Κινηματογραφία 1965-75, Αθήνα 1989

⁴ Πρόκειται για ευκαιριακούς παραγωγούς μίας ή δύο ελληνικών ταινιών που διένειμαν οι ίδιοι τις ταινίες τους

πλέον ισχυρές τόσο οικονομικά όσο και από άποψη ελέγχου αιθουσών. Στη χώρα μας λειτούργησαν σε σταθερή και μόνιμη βάση όλη την εξεταζόμενη περίοδο μόνο 18 εταιρίες. Αλλά και απ' αυτές μόνο 6 έπαιξαν καθοριστικό ρόλο τόσο με τον αριθμό των ταινιών όσο και με την οικονομική κυριαρχία τους⁵.

Η «Δαμασκηνός Μιχαηλίδης» κυριαρχεί στον κλάδο συγκεντρώνοντας τετραπλάσιους αριθμούς από την αμέσως επόμενη εταιρία τόσο από πλευράς ταινιών που διακινεί όσο και από αριθμούς εισιτηρίων και αιθουσών που ελέγχει⁶ Αντιπροσωπεύει μερικές από τις μεγαλύτερες πολυεθνικές αμερικάνικες και συγκεκριμένα τις Metro G. M., Columbia, Universal και Warner Bros. με αποτέλεσμα να μην πληρώνει δικαιώματα για την προβολή των ταινιών αλλά να τις διακινεί με ποσοστά επί των εισιτηρίων. Με αυτόν τον τρόπο οι ταινίες έρχονται «πακέτο» και μαζί με τις πραγματικά ενδιαφέρουσες, επιβάλλονται μια σειρά από μετριότητες που όμως καταλαμβάνουν τη θέση τους στο πρόγραμμα των αιθουσών αν αυτές θέλουν να έχουν τη σιγουριά του μέσου όρου. Το κυριότερο χαρακτηριστικό του πλέον επιτυχημένου γραφείου είναι ότι, ελέγχοντας μερικές από τις πιο σημαντικές αίθουσες του κέντρου όπου προβάλλει τις μεγαλύτερες επιτυχίες, εξασφαλίζει μια διακίνηση αυτών σε όλη την Ελλάδα. Εξ' άλλου τα ποσοστά επί των εισιτηρίων των κεντρικών αιθουσών αντί να μειώνονται με την εμφάνιση της κρίσης αντίθετα αυξάνουν⁷. Η αύξηση αυτή γίνεται παρά τη μείωση του αριθμού των διακινουμένων ταινιών. Η προσαρμοστικότητα στις νέες συνθήκες είναι γνώρισμα επιχειρηματικής ικανότητας και αποτέλεσμα ανάλυσης σε βάθος. Δυστυχώς οι περισσότερες εταιρίες διανομής, αγνοώντας τις πραγματικές διαστάσεις των ιδιαιτεροτήτων και ιδιομορφιών του χώρου, είτε συνέχισαν υπολειπόμενες είτε στράφηκαν σε αποδοτικότερες κατά τη γνώμη τους ασχολίες.

⁵ Οι εταιρίες αυτές είναι: «Δαμασκηνός Μιχαηλίδης» με έλεγχο του 30% περίπου των εισιτηρίων Αθηνών-Πειραιώς-Περιχώρων-Θεσσαλονίκης 140 ταινίες καθ' έτος κατά μέσον όρο. «Σάββας Φιλμς» με έλεγχο του 5% περίπου των εισιτηρίων Αθηνών-Πειραιώς-Περιχώρων-Θεσσαλονίκης 35 ταινίες καθ' έτος κατά μέσον όρο. «Σπέντζος Χρ.» με έλεγχο του 3,5% περίπου των εισιτηρίων Αθηνών-Πειραιώς-Περιχώρων-Θεσσαλονίκης 25 ταινίες καθ' έτος κατά μέσον όρο. «Φίνος Φιλμ» με έλεγχο του 10% περίπου των εισιτηρίων Αθηνών-Πειραιώς-Περιχώρων-Θεσσαλονίκης 10 ταινίες καθ' έτος κατά μέσον όρο. «Καραγιάννης Καρατζόπουλος» με έλεγχο του 11% περίπου των εισιτηρίων Αθηνών-Πειραιώς-Περιχώρων-Θεσσαλονίκης 25 ταινίες καθ' έτος κατά μέσον όρο και «ΡΕΞ» με έλεγχο του 4,5% περίπου των εισιτηρίων Αθηνών-Πειραιώς-Περιχώρων-Θεσσαλονίκης 30 ταινίες καθ' έτος κατά μέσον όρο.

⁶ Διανέμει μέχρι και 195 ταινίες την σεζόν 1965-66 με ποσοστό 36,3% των εισιτηρίων στις αίθουσες Αθηνών-Πειραιώς-Περιχώρων-Θεσσαλονίκης.

Είναι ενδιαφέρουσα η κατάσταση που επικρατεί στις σχέσεις των εταιριών διανομής με τις αμερικάνικες major εταιρίες. Παρατηρείται μια έντονη κινητικότητα και εμφανίζονται αποσκιρτήσεις, ανεξαρτητοποιήσεις, δημιουργία νέων σχημάτων και γενικότερες ανακατατάξεις μέσα στο χρόνο, που αλλάζουν συνέχεια την εικόνα του ποιος συνεργάζεται με ποιον⁸.

Για να ολοκληρωθεί η εικόνα των εταιριών διανομής θα πρέπει να αναφερθούμε στις πολυάριθμες μικρές επιχειρήσεις⁹ που λειτούργησαν με ελάχιστες ταινίες και για μικρό χρονικό διάστημα. Το κυριότερο γνώρισμα αυτών των μικρών γραφείων υπήρξε η έλλειψη προγραμματισμού, μακροπρόθεσμων στόχων και επιλογών που να προέρχονται από την ανάλυση των πραγματικών δεδομένων που επικρατούν στο χώρο της διανομής. Ο κατακερματισμός κεφαλαίων, ταινιών και ανθρωπίνου δυναμικού είναι η αιτία της μη βιωσιμότητας. Η αστάθεια και η κινητικότητα δεν εμποδίζουν τη συνεχή εμφάνιση νέων εταιριών, ακόμα και μετά το 1972, που αντί να μειώνονται λόγω της επερχόμενης κρίσης, αυξάνουν για να φθάσουν το 1973-74 στο μεγαλύτερο αριθμό (83). Το φαινόμενο αυτό αν συνδυαστεί με τη γνωστή κυριαρχία των αμερικάνικων εταιριών και την πτώση της ελληνικής παραγωγής, αποδεικνύει έλλειψη ρεαλιστικής και σοβαρής ανάλυσης των συνθηκών που θα επέτρεπαν την επιβίωση όλων αυτών των εταιριών. Οι συνθήκες ρευστότητας και αστάθειας στο χώρο αποτελούν στοιχείο που έχει σχέση με τη γενικότερη κοινωνική και οικονομική συγκυρία της ελληνικής αγοράς. Το νομικό και θεσμικό πλαίσιο άφηνε στην ιδιωτική πρωτοβουλία πλήρη ελευθερία και πρό-

⁷ 30% το 69-70, 37.7% το 73-74

⁸ Η Paramount είχε ως συνεργάτες τον Σπέντζο (61-67), το Σάββα Φιλμ (65-66), το Παπαδόπουλο (Ρόδος) (65-66) (71-72) ώσπου το 73-74 αναπτύσσει συνεργασία με τις CIC και United Artist που αυτονομήθηκαν και άνοιξαν δικά του ανεξάρτητα γραφεία στην Ελλάδα. Η United Artist είχε για πολλά χρόνια συνεργασία με το γραφείο του Σκούρα, από τα πλέον σημαντικά στο χώρο της διανομής, ο οποίος ανέπτυξε σχέσεις και με τις Fox και CBS. Η Fox είναι από τις πρώτες (1969-70) που ανεξαρτητοποιήθηκε από ελληνική εταιρία διανομής και άνοιξε δική της εταιρία για να την ακολουθήσουν αργότερα οι Metro G. M. και CBS. Πολλές από τις ελληνικές εταιρίες διανομής συνεργάστηκαν με τις αμερικάνικες έστω και για ένα χρόνο ή μοιράστηκαν ταινίες με άλλες. (πχ. Η Columbia έχει σχέσεις με τα γραφεία των Κοιτισιώτη (65-66), Ηλέκτρα Φιλμ (65-66), Σκαλοθέου Δέσποινα (65-66), Σπέντζος (68-69) και Μοντιάλ Φιλμ (68-69)

⁹ Οι συγκεκριμένες εταιρίες απευθύνονταν στους κινηματογράφους των «περιχώρων» καθώς και στις αίθουσες της περιφέρειας που «ανήκαν» στην Β' προβολή. Οι σχέσεις τους με τους αιθουσάρχες ήταν περισσότερο «φιλικές» παρά «επαγγελματικές». Χαρακτηριστικά αναφέρεται σε συνεντεύξεις από επαγγελματίες εκείνης της εποχής ότι «αγόραζαν» ταινίες όχι με τον τίτλο ή τους συντελεστές αλλά με το είδος (καταπληκτική περιπέτεια, κωμωδία για γέλια μέχρι εσχάτων, δράμα για όλη την οικογένεια κλπ.) Οι αίθουσες πρόβαλαν τις ταινίες με ενοίκιο και όχι με ποσοστά επί των εισιτηρίων και έκλεινα λογαριασμούς κάθε δίμηνο.

σφερε ευκολίες για εισαγωγή ταινιών από το εξωτερικό. Η πολιτική βούληση για την απρόσκοπτη δραστηριοποίηση των ξένων επενδυτών και η ελπίδα για τη μονιμότερη συνεργασία και άντληση κεφαλαίων οδήγησαν στην πλήρη άρση των περιορισμών. Αυτό επέδρασε καταλυτικά στις ταινίες των άλλων χωρών που δεν είχαν τη δυνατότητα να ανταγωνιστούν τα αμερικάνικα μονοπώλια. Οι μεγάλες αμερικάνικες εταιρίες διανομής ήταν οι μόνες που επωφελήθηκαν και συγκέντρωσαν κέρδη από την προσέλευση του κοινού στις αίθουσες. Οι ταινίες που προέρχονται από τις Η.Π.Α. συγκεντρώνουν ποσοστό¹⁰ που ξεπερνάει το 50% επί των εισιτηρίων. Το γεγονός αυτό πέρα από την τεράστια οικονομική βαρύτητα, παρουσιάζει και μια ιδιαίτερα σημαντική πολιτιστική πλευρά.

¹⁰ Για τη σεζόν 1968-69 τα ποσοστά επί των εισιτηρίων της Α' προβολής των ταινιών ανά χώρα παραγωγής είναι τα ακόλουθα: ΗΠΑ 50,70%, Ελλάδα 25,54%, Γαλλία 9,08%, Ιταλία 8,18%, Γερμανία 1,25%, Αγγλία 1,88%, ΕΣΣΔ 2,03%, Σουηδία 0,07%, Ισπανία 0,25%, Τσεχοσλοβακία 0,56%, Ινδία 0,03%, Γιουγκοσλαβία 0,24%, Αίγυπτος 0,21%, Μεξικό 0,03%, Δανία 0,03%

II.2. Η διαμόρφωση του χώρου της διανομής την δεκαετία του '80.

Στα τέλη της δεκαετίας του '70 και ενώ η κρίση του κινηματογράφου είναι πλέον ορατή διαμορφώνονται νέα δεδομένα στο χώρο της διανομής. Οι πάνω από πενήντα εταιρίες που δραστηριοποιούνται στο χώρο, κλείνουν η μία μετά την άλλη και δημιουργούνται τα πρώτα φαινόμενα ολιγοπωλιακής διάρθρωσης του χώρου. Το φαινόμενο αυτό εκδηλώνεται κυρίως με τη δημιουργία της ΕΛΚΕ (Ελληνική Κινηματογραφική Ένωση) που συνενώνει τις περισσότερες μεγάλες εταιρίες διανομής στην Ελλάδα έχοντας στόχο να ελεγχθεί και ο χώρος των αιθουσών. Έτσι για μικρό χρονικό διάστημα τρεις εταιρίες διανομής (ΕΛΚΕ, ΣΠΕΝΤΖΟΣ ΦΙΑΜ και το ελληνικό παράρτημα της UNIVERSAL) ελέγχουν το 95% της διανομής.

Η κορύφωση της κρίσης αλλά και οι διεθνείς εξελίξεις στη διανομή, αναδιατάσσουν το χώρο και παρουσιάζονται τα δεδομένα:

- Το ελληνικό παράρτημα της UNIVERSAL (αντιπροσωπεύει και την CIC) λαμβάνει πλέον τη σημερινή μορφή του, το 1985 με την επωνυμία U.I.P Ε.Π.Ε., αντιπροσωπεύοντας τις αμερικάνικες εταιρίες: PARAMOUNT, UNIVERSAL, METRO GOLDWIN MAYER και UNITED ARTIST. Η εταιρία αυτή προήλθε από την συνένωση στην ευρωπαϊκή αγορά (μόνο στο χώρο της διανομής) των παραπάνω εταιριών.
- Η ενιαία ΕΛΚΕ Α.Ε. διασπάται και δημιουργούνται: η ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ Α.Ε. -1984- (βασικός μέτοχος Παντελής Μητρόπουλος αλλά και οι Γιώργος Τζιότσης, Γιώργος Καραδήμας), και η ΝΕΑ ΚΙΝΗΣΗ -1986- (βασικοί μέτοχοι Κ. Καραγιάννης – Γ. Καρατζόπουλος – Κ. Γούναρης – Ζ. Παναγιωτίδης) αλλά και η «νέα» ΕΛΚΕ Α.Ε. (βασικοί μέτοχοι Γ. Μιχαηλίδης – Γ. Κριεζιάς).
- Η ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ Α.Ε. σε μικρό χρονικό διάστημα καθιερώνεται ως major εταιρία καθώς παίρνει την αντιπροσώπευση στην Ελλάδα της COLUMBIA και της WALT DISNEY αλλά κινείται πολύ επιτυχημένα (τουλάχιστον μέχρι της αρχές της δεκαετίας του '90) και στο χώρο της ανεξάρτητης κινηματογραφικής αγοράς διανέμοντας αρκετές σινεφίλ ταινίες κυρίως του ευρωπαϊκού κινηματογράφου.
- Η εξάπλωση του φαινομένου του οικιακού video οδηγεί τις εταιρίες διανομής να ιδρύσουν τμήματα Video διανέμοντας στην ελληνική βιντεοαγορά όλες τις

κινηματογραφικές ταινίες που εισάγουν. Μοναδική εξαίρεση αποτελεί η U.I.P.

- Δημιουργείται το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου (ΕΚΚ) που ιδρύει την HELLAS FILM A.E., η οποία διανέμει την ελληνική παραγωγή ταινιών του ΕΚΚ που δεν βρίσκουν πρόσβαση στις υπάρχουσες εταιρίες διανομής.
- Το Υπουργείο Πολιτισμού και η Ομοσπονδία Κινηματογραφικών Λεσχών Ελλάδος δημιουργούν το STUDIO ΠΑΡΑΛΛΗΛΟ ΚΥΚΛΩΜΑ Α.Ε. με σκοπό να διανείμει εναλλακτικές ταινίες (καλλιτεχνικές, κλασικά αριστουργήματα, μικρών εθνικών κινηματογραφιών, πειραματικές κλπ) κυρίως στις κινηματογραφικές λέσχες. Έτσι αγοράζονται οι ταινίες του «μικρού» γραφείου διανομής του Σωκράτη Καψάσκη αλλά και επιλεγμένες ταινίες από άλλες «μικρές» εταιρίες.

II.3. Οι ανακατατάξεις στο χώρο της διανομής την δεκαετία του '90.

Την τελευταία δεκαετία και με την αργή αλλά σταθερή αύξηση των εισιτηρίων (κυρίως από τα μέσα της δεκαετίας) ο χώρος της διανομής αναδιατάσσεται. Τα κυριότερα χαρακτηριστικά είναι τα εξής:

- Ιδρύεται η εταιρία ROSEBUD A.E. (1993) με μετόχους την ΕΛΚΕ Α.Ε., τον Γ. Σκούρα, τον Γ. Τζιώτζο και τον Ζ. Παναγιωτίδη. Η εταιρία διανέμει ταινίες από την ανεξάρτητη αγορά και ιδιαίτερα από την ευρωπαϊκή παραγωγή. Αν και ο βασικός μέτοχος της είναι η ODEON (πρώην ΕΛΚΕ Α.Ε.), ακολουθεί ανεξάρτητη πολιτική.
- Ιδρύεται η εταιρία AMA FILM -1996- ιδιοκτησίας των αδελφών Στεργιάκη (με παράδοση στο χώρο της κινηματογραφικής αίθουσας). Η εταιρία δραστηριοποιείται στο χώρο της ανεξάρτητης κινηματογραφικής αγοράς.
- Ιδρύεται η εταιρία OVO -1997- ιδιοκτησίας του Β. Γεώργα (πρώην εκδότης κινηματογραφικού περιοδικού). Η εταιρία δραστηριοποιείται για 18 μήνες στο χώρο της ανεξάρτητης κινηματογραφικής αγοράς και πτωχεύει. Ο ίδιος ιδιοκτήτης ιδρύει την ART HOUSE, η οποία μετά από ένα χρόνο έχει την ίδια τύχη.
- Ιδρύεται η εταιρία WARNER – ROADSHOW -1997-. Η ίδρυση είναι αποτέλεσμα της απόφασης της μητρικής εταιρίας WARNER να αποσύρει την αντιπροσώπευση των ταινιών της από την ODEON (πρώην ΕΛΚΕ Α.Ε.). Η εταιρία διανέμει βασικά τη διεθνή παραγωγή της μητρικής εταιρίας αλλά και λίγες ταινίες από την ανεξάρτητη κινηματογραφική αγορά.
- Από το τέλος της δεκαετίας του '80 αλλά κυρίως τη δεκαετία του '90, οι εταιρίες διανομής κατασκευάζουν, αγοράζουν ή ενοικιάζουν κινηματογραφικές αίθουσες στο κέντρο ή στην περιφέρεια, τις οποίες και εκμεταλλεύονται. Οι μόνες εξαιρέσεις στον κανόνα είναι οι θυγατρικές αμερικάνικων major εταιριών (U.I.P και WARNER ROADSHOW)
- Από τα μέσα της δεκαετίας και με δειλά βήματα εμφανίζεται το φαινόμενο της διανομής ταινιών Α' προβολής και στους θερινούς κινηματογράφους (α-

πό την ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ Α.Ε.). Έτσι η Ελλάδα παύει να αποτελεί τη μοναδική εξαίρεση διεθνώς διανομής Α' προβολής 9 μήνες το χρόνο. Το φαινόμενο αυτό χρόνο με το χρόνο επεκτείνεται και στις άλλες εταιρίες διανομής.

- Οι δήμοι προσπαθώντας κατ' αρχήν να διασώσουν τις θερινές αίθουσες στην πόλη τους, ιδρύουν δημοτικούς κινηματογράφους. Το φαινόμενο αυτό παίρνει γρήγορα διαστάσεις και στα τέλη της δεκαετίας του '90 οι δημοτικές αίθουσες υπερβαίνουν τις 90 (στην πλειοψηφία τους θερινές).
- Η ανάπτυξη και ο ισχυρός ανταγωνισμός οδηγούν στον εκσυγχρονισμό και το καθετοποιημένο μοντέλο ανάπτυξης των εταιριών. Η παραδοσιακή ΕΛΚΕ μετεξελίσσεται σε όμιλο εταιριών ODEON, η οποία περιλαμβάνει διαφορετικές εταιρίες με ξεχωριστές δραστηριότητες (Διανομή, Διαφήμιση - προώθηση - χορηγίες, Εκμετάλλευση δικτύου αιθουσών - merchandise, video).
- Η διακοπή της λειτουργίας της ιστορικής εταιρίας ΝΕΑ ΚΙΝΗΣΗ -1999- και η εμφάνιση μια νέας εταιρίας στο χώρο, της ΝΕΥ STAR, τα κεφάλαια της οποίας προέρχονται από εταιρία Video.

Π.4. Συμμετοχή Εταιριών Διανομής στη διακίνηση και παραγωγή ταινιών

ΠΙΝΑΚΑΣ Ι: ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΗ ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ (ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ) ΤΩΝ ΤΑΙΝΙΩΝ

ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ		ΠΗΓΕΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ ΤΑΙΝΙΩΝ				ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΑΙΝΙΩΝ
		ΕΚΠΡΟΣΩΠΗΣΗ ΣΤΑΘΕΡΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΑΓΟΡΑ			
			ΕΥΡΩΠ.	ΑΜΕΡ.	ΑΛΛΗ	
1	ODEON	FOX	X	X	X	X
2	ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ	SONY (COLUMBIA) BUENA VISTA INTERNATIONAL (WALT DISNEY, HOLLYWOOD, TOUCHSTONE)	X	X	X	X
3	U.I.P	UNIVERSAL PARAMOUNT METRO-GOLDWIN- MAYER UNITED ARTIST				
4	ROSEBUD		X	X	X	X
5	AMA FILM		X	X	X	
6	OVO/ART HOUSE *		X	X	X	
7	ΣΠΕΝΤΖΟΣ FILM		X	X	X	X
8	ΝΕΑ ΚΙΝΗΣΗ					
9	WARNER ROADSHOW	WARNER	X	X	X	
10	HELLAS FILM					X
11	STUDIO		X	X	X	

Για τις ταινίες των αναφερομένων κατηγοριών υπάρχουν αριθμοί εισιτηρίων από τις αντίστοιχες εταιρείες διανομής

* Από το 1999 η OVO επανιδρύεται με την ονομασία ART HOUSE

Δύο από τις εταιρείες διανομής που δραστηριοποιούνται στο χώρα μας αποτελούν θυγατρικές διεθνών εταιρειών διανομής (*U.I.P.* και *WARNER*). Απ' αυτές η μία (*WARNER*) διανέμει και ταινίες που αγοράζει από την ελεύθερη διεθνή αγορά.

Δύο ακόμα εταιρείες (*ODEON, ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ*) αποτελούν αποκλειστικούς αντιπρόσωπους μεγάλων διεθνών εταιρειών διανομής, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν διανέμουν ταινίες που αγοράζουν από την ελεύθερη διεθνή αγορά. Οι υπόλοιπες τρεις (*ROSEBUD, ΣΠΕΝΤΖΟΣ και AMA,*) διανέμουν αποκλειστικά ταινίες που αγοράζουν από την ελεύθερη διεθνή αγορά.

Η εταιρεία *STUDIO Παράλληλο Κύκλωμα*, (ιδιοκτησίας του Υπουργείου Πολιτισμού και της Ομοσπονδίας Κινηματογραφικών Λεσχών Ελλάδας) διανέμει «καλλιτεχνικές» ταινίες κυρίως για τις Κινηματογραφικές Λέσχες και δευτερευόντως για τους Δημοτικούς Κινηματογράφους.

Η εταιρεία *HELLAS FILM* δημιουργήθηκε από το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου για να προωθήσει την ελληνική παραγωγή στο εξωτερικό, αλλά και να διανείμει στη χώρα μας τις ελληνικές ταινίες που δεν βρίσκουν πρόσβαση στις αίθουσες από το εμπορικό κύκλωμα διανομής.

Η εκπροσώπηση ή η αντιπροσώπευση των αμερικάνικων εταιριών παραγωγής ή της μεγάλης διεθνούς διανομής παρουσιάζει μια σχετική ρευστότητα. Η ΣΠΕΝΤΖΟΣ ΦΙΛΜ έχει μέχρι το 1996 την αντιπροσώπευση της FOX, όπου την αντιπροσωπεύει πλέον η ODEON (πρώην ΕΛΚΕ). Η ODEON έχει μέχρι το 1997 την αντιπροσώπευση της WARNER όπου από τα μέσα του ίδιου έτους η WARNER σε συνεργασία με την VILLAGE ROADSHOW δημιουργεί παράρτημα στη χώρα μας. Μέχρι την αρχή του έτους ήταν επίσης ρευστή η συνεργασία στην Ευρωπαϊκή αγορά διανομής των UNIVERSAL και PARAMOUNT (Εάν η συμφωνία δεν γινόταν, το ελληνικό παράρτημα της UIP δεν θα είχε λόγο ύπαρξης).

II.5. Βιογραφικά Εταιριών Διανομής

II.5.1. ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ Α.Ε.

Κωλέττη 40 - 42, 10682 Αθήνα. Τηλ. 3844541-5

www.prooptiki.gr

Πρόεδρος: Παντελής Μητρόπουλος – Διευθύντρια: Ειρήνη Καρανασοπούλου

Η Εταιρία ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ Α.Ε. ιδρύθηκε το 1984 από τον Παντελή Μητρόπουλο (βασικός μέτοχος), τον Γ. Τζιώτζο και τον Γ. Καραδήμα. Η εταιρία αποσπάσθηκε από την ΕΛΚΕ και δραστηριοποιήθηκε τα πρώτα χρόνια της λειτουργίας της στο χώρο της ανεξάρτητης κινηματογραφικής αγοράς.

Πρόκειται για μια σύγχρονη εταιρία πλήρως μηχανογραφημένη η οποία προσπαθεί να εκσυγχρονίσει¹¹ τον χώρο. Απασχολεί 40 άτομα μόνιμο προσωπικό¹² στα παρακάτω τμήματα:

- Marketing
- Πωλήσεις (booking)
- Λογιστήριο
- Δημόσιες Σχέσεις
- Αποθήκη ταινιών διαφημιστικών
- Video

Σήμερα η εταιρία αντιπροσωπεύει στην Ελλάδα τις παρακάτω εταιρίες:

- SONY (COLUMBIA) και
- BUENA VISTA INTERNATIONAL (W. DISNEY, HOLLYWOOD, TOUCHSTONE)

¹¹ Η ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ Α.Ε. ήταν η πρώτη εταιρία που ξεκίνησε το 1995 να διανέμει ταινίες Α' προβολής στους θερινούς κινηματογράφους. Επίσης είναι η πρώτη εταιρία διανομής που τύπωσε καλαίσθητους κατάλογους με τις ταινίες (τους συντελεστές αλλά και λεπτομέρειες) που διανέμει κάθε χρονιά.

¹² Πάνω από το 80% του προσωπικού είναι πτυχιούχοι ανώτερης και ανώτατης εκπαίδευσης

Ο τρόπος επιλογής των ταινιών από τις major εταιρίες που εκπροσωπεί η εταιρία είναι ο ακόλουθος: Τρία στελέχη της (Γενικός διευθυντής, διευθυντής μάρκετινγκ και διευθυντής πωλήσεων) αποφασίζουν για τις ταινίες και διαπραγματεύονται με την αμερικάνικη εταιρία παραγωγής για το κοστολόγιο – πρόταση (περιέχεται και το κόστος διαφήμισης και ο αριθμός των αντιτύπων (κόπιες). Συνήθως το ποσοστό κυμαίνεται σε 40% δικαιώματα εταιρίας παραγωγής και 60% κόστος διαφήμισης, κόπιες και μικτά κέρδη της ΠΡΟΟΠΤΙΚΗΣ.

Η εταιρία διανέμει και ταινίες που αγοράζει από την ελεύθερη αγορά. Την τελευταία πενταετία αξιοποιεί προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη διανομή (MEDIA II DISTRIBUTOR).

Βασικό χαρακτηριστικό της εταιρίας είναι ότι κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς τόσο από πλευράς εισιτηρίων (ποσοστό 41% στο σύνολο της τριετίας)¹³ όσο και από πλευράς ταινιών που διένειμε την περασμένη τριετία¹⁴.

Η εταιρία δραστηριοποιείται και στο χώρο του βίντεο (κατέχει μία από τις πρώτες τρεις θέσεις στον κλάδο)

Η διείσδυση της στις κινηματογραφικές αίθουσες είναι από τις μεγαλύτερες στο χώρο. Έχει αποκλειστική συνεργασία με 25 – 30 αίθουσες στην Αθήνα, στην Α΄ προβολή ενώ με τις υπόλοιπες κατέχει σημαντικό μέρος του συνολικού προγράμματος.

¹³ Αξιολογούνται μόνο τα εισιτήρια των ταινιών των major αμερικάνικων εταιριών στις αίθουσες Αθηνών Πειραιώς της Α΄ προβολής για τις σεζόν 1996 – 1997, 1997 – 1998, 1998 – 1999.

¹⁴ Βλέπε σχετικούς πίνακες.

ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ Α.Ε. – Ταινίες ανά έτος

ΕΤΟΣ	Ελλην.	Ευρ. (-)*	Αμερ.	Άλλες	Σύν.
1 9 9 7	1	9 (7+2)	35	-	45
1 9 9 8	3	11 (11+0)	32	-	46
1 9 9 9	3	11 (10+1)	30	1	45
Σ Υ Ν Ο Λ Ο	5	31 (28+3)	97	1	136

ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ Α.Ε.

U.S Ταινίες Α΄ Προβολής Major Εταιρειών		
Αθήνα – Πειραιάς		
ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ	Νο εισιτηρίων	%
1996	1.338.367	46,9
1997	1.981.774	54,2
1998	561.692	20,0
ΣΥΝΟΛΟ	4.721.977	41

* Η διάκριση στις Ευρωπαϊκές (-) είναι σε: Ταινίες της Ε.Ε. – Λοιπές ευρωπαϊκές χώρες

II.5.2. ODEON A.E.

Ακαδημίας 96 (7^{ος} όρ.) , 10677 Αθήνα. Τηλ. 3823803-4

www.odeon.gr

Πρόεδρος του ομίλου ALPHA ODEON: Γεώργιος Μιχαηλίδης

Διευθύνων Σύμβουλος του ομίλου ALPHA ODEON: Μάνος Κρεζίας

Διευθυντής της ODEON και της PARAD: Γιώργος Τζιώτζος

Η ODEON A.E. είναι ίσως η παλιότερη και μία από τις πιο δυναμικές εταιρίες του κλάδου. Προέρχεται από την εταιρία «Δαμασκηνός – Μιχαηλίδης» και αργότερα από την ΕΛΚΕ. Η εταιρία δραστηριοποιείται, όχι μόνο στην διανομή και στην συμπαραγωγή ταινιών αλλά και στον χώρο της κινηματογραφικής αίθουσας με την αλυσίδα Alpha Odeon. Στον όμιλο της ODEON εμπεριέχεται και η εταιρεία Rosebud

Κύριοι μέτοχοι του ομίλου είναι οι Γ. Μιχαηλίδης, Μ. Κρεζίας και ο Δημοσιογραφικός Οργανισμός Λαμπράκη (33%).

Σ' ότι αφορά τις κινηματογραφικές αίθουσες Alpha Odeon, με την έναρξη του Πολυκινηματογράφου της Θεσσαλονίκης που έγινε τον Οκτώβριο '98, η αλυσίδα διαθέτει συνολικά 25 κινηματογράφους. Εκτός αυτών των Αθηνών, υπάρχουν τα Alpha Odeon στο Ηράκλειο Κρήτης, Καβάλα, Βόλος, Λάρισα και Χαλκίδα. Το σύνολο των εισιτηρίων των Alpha Odeon την περσινή χρονιά έφτασε τα 1,4 εκατομμύρια.

Για την διαφημιστική πλευρά των ταινιών η ODEON συνεργάζεται αποκλειστικά με την νεοϊδρυθείσα εταιρεία του Γιώργου Τζιώτζου, Parade¹⁵, η οποία ασχολείται με την καλλιτεχνική επίβλεψη, δημοσιογραφική κάλυψη, την εξεύρεση χορηγών αλλά και τη γενικότερη προώθηση των ταινιών. Στα καθήκοντα της Parade συμπεριλαμβάνεται επίσης η προώθηση των ταινιών της Alpha Odeon στα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Επίσης η εταιρεία, εκδίδει και το περιοδικό Showbiz το οποίο τυπώνεται σε 100,000 αντίτυπα και διανέμεται στους κινηματογράφους της Alpha Odeon, σε video clubs και σε δισκοπωλεία.

Ο όμιλος της ODEON, εκτός από τον κινηματογράφο, ασχολείται με την παραγωγή και διανομή βιντεοκασετών, την τηλεόραση, το merchandising, την διανομή τηλεοπτικών προγραμμάτων, καθώς και την παραγωγή CD, CD-ROM, DVD.

Η πιο πρόσφατη επιχειρηματική δραστηριότητα του ομίλου είναι η δημιουργία πολυκινηματογράφων σε συνεργασία με την Νοτιο-αφρικάνικη εταιρεία Ster Kinekor. Ο πρώτος πολυκινηματογράφος με 8 αίθουσες, άνοιξε τον Οκτώβριο στο κέντρο της Θεσσαλονίκης ενώ στο άμεσο μέλλον προγραμματίζεται η δημιουργία τεσσάρων ακόμα πολυκινηματογράφων.

Μια ακόμα δραστηριότητα του ομίλου ALPHA ODEON είναι και η παροχή πνευματικών δικαιωμάτων (merchandising) που την ασκεί η εταιρία του ομίλου, ODEON LICENSING, η οποία αντιπροσωπεύει για την Ελλάδα τις παρακάτω εταιρίες:

- Universal Studios
- Dreamworks
- 3D Licensing / Hasbro
- Viacom Consumer Products (Paramount)
- 20th Century Fox
- EON Productions - 007 / James Bond
- Harvey Entertainment

Στον όμιλο ακόμη ανήκει και η εταιρία CINE NEWS η οποία ασχολείται με την παροχή εμπορικών διαφημιστικών ταινιών (trailer) στους κινηματογράφους. Η CINE NEWS διανέμει τις διαφημιστικές ταινίες στους κινηματογράφους της ALPHA ODEON και στο 80% περίπου των αιθουσών της Α' προβολής.

Στον τομέα του κινηματογράφου και μετά την ανεξαρτητοποίηση της WARNER στον ελληνικό χώρο, τη μόνη major αμερικάνικη εταιρία που αντιπροσωπεύει η ODEON είναι η FOX. Παρ' όλα κατέχει ένα σημαντικό ποσοστό ταινιών από την ανεξάρτητη αγορά που οφείλεται και στις γνωριμίες που έχουν καλλιεργηθεί από την πολύχρονη παρουσία της στο χώρο. Η εμπλοκή του ομίλου και στον τομέα του βίντεο και του DVD καθώς και η εταιρία διανομής ROSEBUD που ανήκει

¹⁵ Ανήκει στον όμιλο ALPHA ODEON

στον όμιλο επιτρέπουν να αγοράζει από την ελεύθερη αγορά μεγάλα πακέτα ταινιών τα οποία κατευθύνει άλλα στον κινηματογράφο και άλλα κατευθείαν στο βίντεο¹⁶.

Εκτός από τις αίθουσες της ALPHA ODEON, η εταιρία διανέμει ταινίες της σε μεγάλο ποσοστό των κινηματογραφικών αιθουσών της Α' προβολής σε όλη την Ελλάδα. Επίσης από το 1996 διανέμει ταινίες Α' προβολής και σε επιλεγμένους θερινούς κινηματογράφους.

Το τελευταίο διάστημα η εταιρία έχει έντονη δραστηριότητα και στον τομέα των συμπαραγωγών. Το 1999 υφίσταται μόνιμη συνεργασία με την εταιρία παραγωγής «ΜΥΘΟΣ» με τους εξής βασικούς όρους:

- Οι ταινίες παραγωγής της «ΜΥΘΟΣ» της διανέμει στην ελληνική αγορά η ODEON
- Υποχρέωση της ODEON για πρώτη εκδήλωση ενδιαφέροντος όταν υπάρχει πρόταση για παραγωγή και το αντίστροφο (από τη «ΜΥΘΟΣ»)
- Συμπαραγωγή 2 – 3 ταινιών το χρόνο.

Το ύψος του κόστους της διαφήμισης των ταινιών είναι συνήθως το 30%¹⁷ του κόστους των δικαιωμάτων της ταινίας και κατανέμεται στην τηλεόραση (εάν και όποτε επιλεγεί) στις καταχωρήσεις στον τύπο, σε γιγαντοαφίσες και αφίσες, φυλλάδια και διαφημιστικά σταντ για τις κινηματογραφικές αίθουσες. Η εταιρία διοργανώνει τακτικά πρεμιέρες με τη συνεργασία ημερησίων εφημερίδων (ΤΑ ΝΕΑ) ή εβδομαδιαίων περιοδικών (ΑΘΗΝΟΡΑΜΑ).

Ο Όμιλος απασχολεί σε όλες τις εταιρίες του πάνω από 150 άτομα από τα οποία πάνω από το 50% είναι πτυχιούχοι ανωτέρων και ανωτάτων σχολών. Στην διανομή και την προώθηση εργάζονται 17 άτομα

Ο πρόεδρος του ομίλου είναι ο Γιώργος Μιχαηλίδης και ο διευθύνων σύμβουλος είναι ο Μάνος Κρεζιάς ενώ ο διευθυντής της ODEON είναι ο Γιώργος Τζιώτζος.

¹⁶ Συνήθως τα ποσοστά είναι 60% στο βίντεο και 40% στον κινηματογράφο.

¹⁷ Στο ποσοστό δεν συμπεριλαμβάνεται το κόστος έκδοσης του περιοδικού SHOWBIZ αλλά ούτε και οι πιθανοί χορηγοί του.

Η καθημερινή λειτουργία του Ομίλου κατευθύνεται από άτυπο συμβούλιο στο οποίο συμμετέχουν: ο Γ. Μιχαηλίδης (πρόεδρος), ο Μάνος Κρεζίας (διευθύνων σύμβουλος), ο Γ. Τζιώτζος (διευθυντής της ODEON), ο Ζ. Παναγιωτίδης (διευθύνων σύμβουλος της ROSEBUD) και ο Γ. Καραδήμας (στέλεχος της εταιρίας με αρμοδιότητα τις αίθουσες της ALPHA ODEON).

ODEON A.E. – Ταινίες ανά έτος

ΕΤΟΣ	Ελλην.	Ευρ. (-)*	Αμερ.	Άλλες	Σύν.
1 9 9 7	1	1 (1+0)	33	1	36
1 9 9 8	2	6 (5+1)	23	-	31
1 9 9 9	1	7 (6+1)	29	1	38
Σ Υ Ν Ο Λ Ο	4	14 (12+2)	85	2	104

ODEON A.E.

ODEON U.S Ταινίες Α΄ Προβολής Major Εταιρειών		
Αθήνα – Πειραιάς		
ODEON	No εισιτηρίων	%
1996	897.644	
1997	1.508.539	
1998	611.554	
ΣΥΝΟΛΟ	3.017.737	26,20**

* Η διάκριση στις Ευρωπαϊκές (-) είναι σε: Ταινίες της E.E. – Λοιπές ευρωπαϊκές χώρες

** Αφορά στο σύνολο της τριετίας

II.5.3. U.I.P. E.Π.E.

Γαμβέτα 4 (3^{ος} όρ.) 10678 Αθήνα. Τηλ. 3800382 - 3811472

Γενικός Διευθυντής: Αθανάσιος Ρέβης

Η U.I.P. E.Π.E. βρίσκεται στο χώρο της διανομής με τη σημερινή της νομική μορφή από το 1973¹⁸. Από το 1985 και μέχρι σήμερα αντιπροσωπεύει τις:

- UNIVERSAL
- PARAMOUNT
- METRO GOLDWIN MAYER
- UNITED ARTIST

Η εταιρία «ανήκει» στον ευρωπαϊκό όμιλο της UIP με κεντρικά γραφεία στο Λονδίνο. Παρ' όλο που η εταιρία δεν διανέμει ταινίες από την ελεύθερη αγορά, αλλά μόνο τις ταινίες που αντιπροσωπεύει, τα στελέχη έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν συνεκτιμώντας τις συνθήκες της ελληνικής αγοράς αλλά και τις δυνατότητες¹⁹ της κάθε ταινίας. Έτσι ο τρόπος επιλογής των ταινιών είναι ο ακόλουθος: Είτε ο γενικός διευθυντής της εταιρίας αποφασίζει σε τακτές επισκέψεις του στο Λονδίνο, είτε 2 - 3 στελέχη της ελληνικής εταιρίας βλέπουν τις ταινίες και αποφασίζουν για τις ταινίες που θα προβάλλουν αλλά και για τον αριθμό των αντιτύπων.

Η εταιρία δεν διαθέτει ιδιόκτητες κινηματογραφικές αίθουσες. Συνεργάζεται όμως με 18 έως 23 κινηματογράφους Α' προβολής στην Αθήνα ανά σεζόν με σχεδόν αποκλειστική εκμετάλλευση²⁰. Ταινίες της προβάλλονται στην Β' προβολή, την περιφέρεια αλλά και στους θερινούς κινηματογράφους. Από το 1999 η UIP διανέμει νέες ταινίες και σε επιλεγμένους θερινούς κινηματογράφους.

Η γενικότερη πολιτική της εταιρίας αλλά και ο τρόπος λειτουργίας της κρίνεται σε γενικές γραμμές συντηρητική (δεν υπάρχει μηχανογράφηση, δεν γίνονται πρε-

¹⁸ Αντιπροσώπευε τις αμερικάνικες major: UNIVERSAL και CIC

¹⁹ Συνήθως την «καριέρα» της στις Η.Π.Α. και την Ευρώπη

²⁰ Το ποσοστό των εβδομάδων που προβάλλονται οι ταινίες που διανέμει κυμαίνεται από 80% έως 100%

μέρες για τις «μεγάλες» ταινίες, δεν υπάρχει συνεργασία με τον ειδικό τύπο αλλά και τις εφημερίδες). Το ύψος του ποσού που διατίθεται για τη διαφήμιση της κάθε ταινίας αποφασίζεται πάντα με τη έγκριση της παραγωγού εταιρίας και κυμαίνεται ανάμεσα στο 20 – 30% του συνολικού κόστους της χρήσης της ταινίας (δικαιώματα). Οι τρόποι της διαφήμισης (αποφασίζονται από το ελληνικό στελεχειακό δυναμικό) είναι οι κλασσικοί: Καταχωρίσεις στον ημερήσιο και τον περιοδικό τύπο και τηλεόραση (το 50 –60% της δαπάνης), αφίσες, φυλλάδια και σταντ στις κινηματογραφικές αίθουσες.

U.I.P. Ε.Π.Ε. – Ταινίες ανά έτος

ΕΤΟΣ	Ελλην.	Ευρ. (-)*	Αμερ.	Άλλες	Σύν.
1 9 9 7	-	-	24	-	24
1 9 9 8	-	1 (1+0)	20	-	21
1 9 9 9	-	1 (1+0)	16	-	17
Σ Υ Ν Ο Λ Ο	-	2 (2+0)	60	-	62

U.I.P. Ε.Π.Ε

U.I.P. U.S Ταινίες Α΄ Προβολής Major Εταιρειών		
Αθήνα – Πειραιάς		
U.I.P	No εισιτηρίων	%
1996	722.829	
1997	605.600	
1998	957.711	
ΣΥΝΟΛΟ	2.286.140	19,80**

* Η διάκριση στις Ευρωπαϊκές (-) είναι σε: Ταινίες της Ε.Ε. – Λοιπές ευρωπαϊκές χώρες

** Αφορά στο σύνολο της τριετίας

II.5.4. WARNER ROADSHOW

Κηφισίας 38, 15125 Μαρούσι. Τηλ. 6899893

Διευθύντρια: Λίλυ Παπαδοπούλου

Η WARNER ROADSHOW DISTRIBUTORS GREECE S.A. ιδρύθηκε τον Ιούλιο του 1997²¹ και αποτελεί κοινοπραξία (joint venture) ανάμεσα σε δύο εταιρίες – κολοσσούς- στο χώρο της ψυχαγωγίας παγκοσμίως, την αμερικάνικη WARNER BROS. (τμήμα της TIME WARNER COMPANY) και την αυστραλιανή VILLAGE ROADSHOW²². Στην Ελλάδα ανήκει στον όμιλο επιχειρήσεων της αυστραλιανής VILLAGE ROADSHOW, γνωστής στη χώρα μας από τη δημιουργία των πολυκινηματογράφων VILLAGE CENTRES και του VILLAGE ENTERTAINMENT PARK.

Διανέμει αποκλειστικά στην Ελλάδα τις ταινίες της WARNER BROS. και της VILLAGE ROADSHOW. Επίσης έχει αποκλειστική συνεργασία με σημαντικές ανεξάρτητες εταιρίες όπως: NEW LINE CINEMA, FRANCHISE PICTURES, SEVEN ARTS και άλλες. Σημαντικό είναι ότι αγοράζει πακέτα ταινιών σε συνεργασία με την Αυστραλιανή Village, με αποτέλεσμα να κατορθώνει καλύτερες τιμές. Από τα πακέτα ταινιών της WARNER BROS. αλλά και απ' αυτά που αγοράζει από την ελεύθερη αγορά, ένα σημαντικό μέρος (60%) διακινείται απ' ευθείας στο βίντεο με την αποκλειστική συνεργασία που έχει με την AUDIOVISUAL, ιδιοκτησίας του Ομίλου Βαρδινογιάννη.

Παρά το λίγο διάστημα παρουσίας της στο χώρο κατέχει ένα σημαντικό μερίδιο στην ελληνική αγορά που πλησιάζει το 25%, γεγονός που την κατατάσει στις πρώτες θέσεις.

Η εταιρία έχει τον «πρώτο λόγο» στις 35 αίθουσες των αθηναϊκών Villages αλλά και αποκλειστική συνεργασία με άλλες 28 αίθουσες της Α' προβολής.

²¹ Από τον Φεβρουάριο έως τον Ιούλιο του 1997 διένειμε ταινίες ως Village Roadshow μέσω της εταιρίας διανομής ΣΠΕΝΤΖΟΣ ΦΙΛΜ.

²² Υπάρχει και ελληνική συμμετοχή στους μετόχους του ελληνικού τμήματος της Village Roadshow. Πρόκειται για τον Όμιλο Επιχειρήσεων Βαρδινογιάννη

Η εταιρία διαρθρώνεται σε τέσσερα βασικά τμήματα: Sales, Marketing, Publicity και Finance. Απασχολεί 25 άτομα μόνιμο προσωπικό. Πρέπει να σημειωθεί ότι ο μέσος όρος ηλικίας του είναι 28 ετών αλλά και ότι το 85% είναι πτυχιούχοι ανώτερης ή ανώτατης σχολής.

WARNER ROADSHOW – Ταινίες ανά έτος

ΕΤΟΣ	Ελλην.	Ευρ. (-)*	Αμερ.	Άλλες	Σύν.
1997	-	-	19	-	19
1998	-	-	31	1	32
1999	-	-	25	1	26
ΣΥΝΟΛΟ	-	-	75	2	77

WARNER ROADSHOW

U.S Ταινίες Α΄ Προβολής Major Εταιρειών		
Αθήνα – Πειραιάς		
WARNER	No εισιτηρίων	%
1996	-	-
1997	690.200	10,3
1998	797.124	13,3
ΣΥΝΟΛΟ	1.487.324	18,60**

* Η διάκριση στις Ευρωπαϊκές (-) είναι σε: Ταινίες της E.E. – Λοιπές ευρωπαϊκές χώρες

** Αφορά στα έτη 1998 και 1999

II.5.5. ΣΠΕΝΤΖΟΣ ΦΙΛΜ Α.Ε.

Γραβιάς 9 – 13 (6^{ος} ορ.) 10678, Αθήνα. Τηλ. 3809314 - 3820956

Υπεύθυνοι: Γεώργιος Σπέντζος – Αντώνιος Μανιάτης

Η ΣΠΕΝΤΖΟΣ ΦΙΛΜ είναι η παλιότερη εταιρία διανομής στον Ελληνικό χώρο μια και προέρχεται από την ιστορική «Χρ. Σπέντζος» με έτος ίδρυσης το 1953.

Το 1996 οι επιχειρηματίες Αντώνης Μανιάτης και Τάσος Παπανδρέου²³ αγόρασαν το μεγαλύτερο ποσοστό της εταιρίας και η παραδοσιακή ΣΠΕΝΤΖΟΣ επανιδρύθηκε ως «ΣΠΕΝΤΖΟΣ ΦΙΛΜ Α.Ε.»\

Η εταιρία δεν αντιπροσωπεύει αμερικάνικη major διανομής και αγοράζει ταινίες από την ελεύθερη αγορά.. Έχει καταφέρει με την πολιτική της στην επιλογή ταινιών που διανέμει να αποτελεί μία σημαντική δύναμη στο χώρο καθ' όσον την τελευταία πενταετία διαθέτει μία τουλάχιστον μεγάλη εμπορική επιτυχία.

Διαθέτει 4 ιδιόκτητες κινηματογραφικές αίθουσες στην Αθήνα ενώ ακόμα διατηρεί αποκλειστική συνεργασία με 10 αίθουσες Α' προβολής.

Συμμετέχει σε 2 έως 3 ελληνικές παραγωγές το χρόνο και απασχολεί 15 άτομα προσωπικό στα παρακάτω τμήματα: Πωλήσεων, Προώθησης, Δημοσίων Σχέσεων και Λογιστήριο.

Ακολουθεί τις παραδοσιακές μεθόδους προώθησης των ταινιών που διανέμει και το μέσο ποσοστό των εξόδων διαφήμισης κυμαίνεται στο 25 – 30% του κόστους των δικαιωμάτων της ταινίας.

²³ Επιχειρηματίες που προέρχονται από παλιότερες εταιρίες παραγωγής την εποχή της ακμής του ελληνικού κινηματογράφου και αργότερα ασχολήθηκαν με τηλεοπτικές παραγωγές και παραγωγές βίντεο

ΣΠΕΝΤΖΟΣ ΦΙΛΜ Α.Ε. – Ταινίες ανά έτος

ΕΤΟΣ	Ελλην.	Ευρ. (-)*	Αμερ.	Άλλες	Σύν.
1997	3	10 (10+0)	28	1	42
1998	4	5 (5+0)	18	-	27
1999	2	3 (2+1)	21	1	27
ΣΥΝΟΛΟ	-	18 (17+0)	67	2	96

ΣΠΕΝΤΖΟΣ ΦΙΛΜ Α.Ε.

U.I.P. U.S Ταινίες Α΄ Προβολής Major Εταιρειών Αθήνα – Πειραιάς		
U.I.P	No εισιτηρίων	%
1996	103.903	3,6**
1997	-	
1998	-	
ΣΥΝΟΛΟ		

* Η διάκριση στις Ευρωπαϊκές (-) είναι σε: Ταινίες της E.E. – Λοιπές ευρωπαϊκές χώρες

** Από τα μέσα του 1996 η αντιπροσώπευση της FOX «περνάει» στην ODEON

II.5.6. ROSEBUD A.E.

Ακαδημίας 96 (8^{ος} ορ.) 10677, Αθήνα. Τηλ.3844293 – 3833850

Διευθύνων Σύμβουλος: Ζηνόβιος Παναγιωτίδης

Η Rosebud A.E. είναι μια από τις νέες εταιρίες στο χώρο της διανομής καθ' όσον ιδρύθηκε και δραστηριοποιείται στο χώρο την τελευταία δεκαετία²⁴. Κύριοι μέτοχοι είναι η εταιρία ODEON, ο Γ. Σκούρας²⁵, ο Γ. Τζιώτζος²⁶ και ο Ζηνόβιος Παναγιωτίδης ο οποίος είναι και διευθύνων σύμβουλος²⁷.

Η εταιρία που ανήκει στον όμιλο της ODEON (στην πράξη αποτελεί τη καλλιτεχνική της παράμετρο) διανέμει ταινίες που «αγοράζει» αποκλειστικά από την ελεύθερη αγορά, ενώ η κατεύθυνση της είναι προς τις ευρωπαϊκές αλλά και τις «ποιοτικές» και «εναλλακτικές» ταινίες. Η ROSEBUD έχει συγκριτικό πλεονέκτημα απέναντι στις άλλες ελληνικές εταιρίες που διαπραγματεύονται ταινίες από την ελεύθερη αγορά, καθ' ότι διαπραγματεύεται με τους διεθνείς διανομείς και αγοράζει πακέτα ταινιών τα οποία μοιράζεται με την ODEON.

Η διείδυση της εταιρίας στις αίθουσες είναι ικανοποιητική μια και συνεργάζεται με την ODEON (γίνονται κοινές συμφωνίες) αλλά διατηρεί και την αυτονομία της καθ' όσον υπάρχουν τρεις τουλάχιστον κινηματογράφοι, οι οποίοι συνεργάζονται μαζί της με μεγάλο ποσοστό εβδομάδων.

Διανέμει τουλάχιστον δύο ελληνικές παραγωγές κάθε χρόνο, στις οποίες είναι και συμπαραγωγός.

²⁴ Ιδρύθηκε το 1993

²⁵ Ιδιοκτήτης της αίθουσας ΑΤΤΙΚΟΝ στο Κέντρο της Αθήνας και διανομέας ταινιών κατά την περίοδο της «ακμής» του ελληνικού κινηματογράφου.

²⁶ Ο Γιώργος Τζιώτζος (46 ετών) είναι νομικός και έχει διδακτορικό στην κοινωνιολογία του κινηματογράφου. Από το 1983 έως το 1989 είναι συνιδιοκτήτης της εταιρίας ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ Α.Ε. Το 1989 εκδίδει το περιοδικό ΣΙΝΕΜΑ του οποίου είναι διευθυντής μέχρι το 1997. Από το 1991 έως το 1993 είναι υπεύθυνος κινηματογράφου στον τηλεοπτικό σταθμό SEVEN X. Από το 1994 έως το 1998 είναι διευθυντής του κινηματογραφικού φεστιβάλ Αθηνών. Τέλος από το 1997 έως σήμερα διευθύνει την ODEON και την PARAD.

²⁷ Ο Ζήνος Παναγιωτίδης (48 ετών) δραστηριοποιείται στο χώρο της κινηματογραφικής διανομής από το 1972. Έχει διατελέσει booker στο γραφείο διανομής «Αλκυονίδα», ιδιοκτήτης της μικρής εταιρίας διανομής «ΖΗΝΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΙΔΗΣ και ΣΙΑ», το οποίο αργότερα εντάχθηκε στην ΕΛΚΕ, μέτοχος και υπεύθυνος τύπου στην εταιρία ΝΕΑ ΚΙΝΗΣΗ

Στη ROSEBUD απασχολούνται 5 άτομα.

Το ύψος των εξόδων στην προώθηση των ταινιών κατανέμεται ως ακολούθως

Προώθηση	Με T.V.	Χωρίς T.V.
T.V.	40%	-
ΠΡΕΜΙΕΡΕΣ	5%	5%
ΣΗΜ. Π.	5%	-
ΤΥΠΟΣ	35%	65%
ΑΦΙΣΣΕΣ – ΦΥΛΛΑΔΙΑ	10%	30%
ΑΛΛΑ	5%	10%

ROSEBUD A.E. – Ταινίες ανά έτος

ΕΤΟΣ	Ελλην.	Ευρ. (-)*	Αμερ.	Άλλες	Σύν.
1 9 9 7	3	16 (16+0)	5	2	26
1 9 9 8	3	18 (14+4)	7	2	30
1 9 9 9	4	22 (20+2)	5	-	31
Σ Υ Ν Ο Λ Ο	10	56 (50+6)	17	4	87

* Η διάκριση στις Ευρωπαϊκές (-) είναι σε: Ταινίες της E.E. – Λοιπές ευρωπαϊκές χώρες

II.5.7. AMA FILM O.E.

Θεμιστοκλέους 54, 10681 Αθήνα. Τηλ. 3833808 – 3833118

www.amafilms.gr

Ιδιοκτήτες: Γεώργιος και Δημήτριος Στεργιάκης

Πρόεδρος: Γεώργιος Στεργιάκης

Προέρχεται από τις παραδοσιακές «δυνάμεις» στο χώρο της κινηματογραφίας, αφού ο Αντώνης Στεργιάκης που δραστηριοποιείται στο χώρο της αίθουσας από το 1954 παίρνει την πρωτοβουλία μαζί με του γιούς του Γιώργο και Δημήτρη και ιδρύει το 1992 την εταιρία.

Η εταιρία διανέμει ταινίες που «αγοράζει» αποκλειστικά από την ελεύθερη αγορά, ενώ διακρίνεται στην αγορά ευρωπαϊκών ταινιών αλλά και ταινιών από άλλες εθνικές κινηματογραφίες. Σημαντική καινοτομία της εταιρίας είναι η διανομή αριστουργημάτων της 7^{ης} τέχνης σε επανέκδοση.

Έχει στην ιδιοκτησία της 4 αίθουσες στην Αθήνα, ενώ συνεργάζεται περιστασιακά και με 5 έως 6 άλλες. Αρκετές από τις ταινίες της παλσιώνουν το πρόγραμμα στο παράλληλο κύκλωμα.

Μπορεί να χαρακτηριστεί ως εταιρία οικογενειακής μορφής και απασχολεί 7 άτομα προσωπικό.

AMA FILM O.E. – Ταινίες ανά έτος

ΕΤΟΣ	Ελλην.	Ευρ. (-)*	Αμερ.	Άλλες	Σύν.
1 9 9 7	1	10 (10+0)	6	2	19
1 9 9 8	3	7 (6+1)	5	3	18
1 9 9 9	1	4 (4+0)	6	3	14
Σ Υ Ν Ο Λ Ο	5	21 (20+1)	17	8	51

* Η διάκριση στις Ευρωπαϊκές (-) είναι σε: Ταινίες της Ε.Ε. – Λοιπές ευρωπαϊκές χώρες

II.5.8. ΝΕΑ ΚΙΝΗΣΗ²⁸

Γραβιάς 9 – 13 4^{ος} όρ. 10678, Αθήνα Τηλ.3828454 – 5

Ιδιοκτήτες: Γ. Καραγιάννης – Β. Καρατζόπουλος – Κ. Γούναρης

Υπεύθυνος πωλήσεων: Κώστας Γούναρης

Σταμάτησε τη λειτουργία της το 1999

ΝΕΑ ΚΙΝΗΣΗ – Ταινίες ανά έτος

ΕΤΟΣ	Ελλην.	Ευρ. (-)*	Αμερ.	Άλλες	Σύν.
1 9 9 7	-	5 (5+0)	5	-	10
1 9 9 8	-	7 (7+0)	3	-	10
1 9 9 9	-	1 (1+0)	-	1	2
Σ Υ Ν Ο Λ Ο	-	13 (13+0)	8	1	22

²⁸ Η **Νέα Κίνηση** σταμάτησε ουσιαστικά τη λειτουργία της το 1998. Σήμερα και μέχρι το 2001 διανέμει μόνο τις ταινίες προηγούμενων ετών.

* Η διάκριση στις Ευρωπαϊκές (-) είναι σε: Ταινίες της Ε.Ε. – Λοιπές ευρωπαϊκές χώρες

II.5.9. ΟVO / ART HOUSE²⁹

Ακαδημίας 98 10677, Αθήνα. Τηλ. 3304521-2

Ιδιοκτήτης – Διευθυντής: Γεώργας Βασίλειος

Σταμάτησε τη λειτουργία της το 1999

OVO / ART HOUSE – Ταινίες ανά έτος

ΕΤΟΣ	Ελλην.	Ευρ. (-)*	Αμερ.	Άλλες	Σύν.
1 9 9 7	3	11 (10+1)	2	3	19
1 9 9 8	3	1 (0+1)	2	2	8
1 9 9 9	-	2 (2+0)	1	1	4
Σ Υ Ν Ο Λ Ο	6	14 (12+2)	5	6	31

²⁹ Η ΟVO κήρυξε πτώχευση το 1997. Το 1998 ο ίδιος ιδιοκτήτης έκανε έναρξη νέας εταιρίας με την ονομασία **ART HOUSE**, η οποία σταμάτησε να λειτουργεί το 1999.

* Η διάκριση στις Ευρωπαϊκές (-) είναι σε: Ταινίες της Ε.Ε. – Λοιπές ευρωπαϊκές χώρες

II.5.10. STUDIO – ΠΑΡΑΛΛΗΛΟ ΚΥΚΛΩΜΑ

Κλεισόβης 12, 10677 Αθήνα. Τηλ. 3835033

www.filmfiles.gr

Διευθύντρια: Αργυρώ Μεσημέρη

Ένα από τα πιο σημαντικά προβλήματα που αντιμετώπιζαν και αντιμετωπίζουν οι κινηματογραφικές λέσχες και γενικά το παράλληλο κύκλωμα είναι η εξεύρεση και διακίνηση των ταινιών ποιότητας σε χαμηλό κόστος.

Το κενό αυτό ήρθε να καλύψει η δημιουργία του "STUDIO - παράλληλο κύκλωμα", της μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα κινηματογραφικής εταιρείας που ίδρυσαν κινηματογραφικές λέσχες μέλη της Ομοσπονδίας Κινηματογραφικών Λεσχών Ελλάδας, με τη συμμετοχή εκπροσώπων της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, των Ελλήνων σκηνοθετών, κριτικών και θεωρητικών του κινηματογράφου.

Το "*STUDIO - παράλληλο κύκλωμα*" ιδρύθηκε το **1986** με τη συμπαράσταση και οικονομική ενίσχυση του Υπουργείου Πολιτισμού με σκοπούς:

- Την ευρύτερη δυνατή διάδοση στο ελληνικό κοινό και τον απόδημο Ελληνισμό, ελληνικών και ξένων κινηματογραφικών ταινιών με ιδιαίτερη πολιτιστική και καλλιτεχνική αξία.
- Τη διοργάνωση κινηματογραφικών προβολών, εκδηλώσεων, σεμιναρίων, συνεδρίων για την προώθηση της κινηματογραφικής τέχνης.
- Τη δημιουργία ταινιοθήκης με την απόκτηση των μη εμπορικών δικαιωμάτων διάθεσης των ταινιών στο παράλληλο κύκλωμα (κινηματογραφικές λέσχες, πνευματικά κέντρα δήμων, πολιτιστικούς και φοιτητικούς συλλόγους, κλπ).
- Τη δημιουργία κινηματογραφικής βιβλιοθήκης.
- Τη δημιουργία ηλεκτρονικής βάσης δεδομένων σχετικής με τον κινηματογράφο.

- Το "STUDIO - Παράλληλο κύκλωμα" διοικείται από πενταμελές Διοικητικό Συμβούλιο που εκλέγεται κάθε τρία χρόνια από τα ιδρυτικά ενεργά μέλη της εταιρείας.

Το **STUDIO Παράλληλο Κύκλωμα** διένειμε την τελευταία πενταετία εννέα ταινίες από τις οποίες πέντε είναι παιδικές κινουμένων σχεδίων ευρωπαϊκής παραγωγής: *Σαμψών και Σάλλυ*, *Ταξίδι στη Μελόνια*, *Ο πόλεμος των πουλιών*, *Jungle Jack*, *Υπόγεια διαδρομή για τον παράδεισο*. Δύο είναι ευρωπαϊκής παραγωγής: *Η ελευθερία είναι ο παράδεισος*, *Αγαπητή Έμμα - γλυκιά Μπέμπε*, μία είναι αμερικάνικης παραγωγής: *Το τσίρκο* και μία με χώρα παραγωγής την Κίνα, *Ο βασιλιάς των μασκών*. Οι συγκεκριμένες ταινίες προβλήθηκαν μόνο στο «παράλληλο κύκλωμα» (Κινηματογραφικές Λέσχες και Δημοτικοί Κινηματογράφοι)

Διευθύντρια της εταιρείας είναι η χημικός Αργυρώ Μεσημέρη, ενώ στην εταιρία, η οποία είναι μηχανογραφημένη, εργάζονται άλλα δύο άτομα (υπεύθυνος πωλήσεων και υπεύθυνος αποθήκης ταινιών)

II.6. Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του κλάδου των εταιριών διανομής την τελευταία περίοδο

Η πλειοψηφία των ανεξαρτήτων εταιρειών διανομής (εκτός των δύο παραρτημάτων) αποτελούν μετεξελιγμένες μορφές παλιότερων εταιρειών ή νέα εταιρικά σχήματα που ιδρύθηκαν είτε από απογόνους παλιότερων εταιρειών παραγωγής και διανομής είτε από ανθρώπους που κατά καιρούς ενεπλάκησαν με το χώρο του κινηματογράφου. Την τελευταία περίοδο παρατηρείται διείσδυση επιχειρηματιών από άλλους χώρους της οικονομικής ζωής λόγω της ολοένα αυξανόμενης κερδοφορίας του κλάδου³⁰.

Την τελευταία δεκαετία ενώ υφίστανται μια προσπάθεια εκσυγχρονισμού της λειτουργίας των εταιρειών διανομής (μηχανοργάνωση) εν τούτοις παρατηρείται μεγάλες διαφορές στο επίπεδο της τεχνολογικής συγκρότησης της κάθε μιας απ' αυτές. Επίσης οι ανάγκες προώθησης των ταινιών που διανέμονται, οδήγησαν στον εκσυγχρονισμό των μικρών κινηματογραφικών αιθουσών, ιδιοκτησίας της εταιρείας, που φιλοξενούν αποκλειστικά προβολές για τους κριτικούς κινηματογράφου και τους δημοσιογράφους.

Όσον αφορά στο στελεχιακό δυναμικό παρατηρείται η ένταξη στη δομή των εταιριών στελεχών νέων σε ηλικία με υψηλό μορφωτικό επίπεδο. Έτσι, μόνο ένα μικρό μέρος των στελεχών των εταιρειών διανομής προέρχεται από το δυναμικό της περιόδου της ακμής του εμπορικού κινηματογράφου. Παρατηρείται επίσης, η ανάδειξη νέων ειδικοτήτων (υπεύθυνος εκδόσεων, υπεύθυνος τύπου κλπ) αλλά και η συνεργασία με ελεύθερους επαγγελματίες.

Η διάρθρωση των εταιρειών έχει πλέον ξεφύγει από την παραδοσιακή δομή της οικογενειακής συγκρότησης και εμφανίζονται στοιχεία σύγχρονου τρόπου διοίκησης με τη διατύπωση στρατηγικών σχεδίων (project management). Η συγκρότηση αυτή αντιγράφει μοντέλα ξένων αντίστοιχων εταιρειών και κυρίως αμερικάν-

³⁰ Πρόσφατα ανακοινώθηκε η εξαγορά του 33% Ομίλου ODEON από το Δημοσιογραφικό Οργανισμό Λαμπράκη αλλά και η εξαγορά του 50% της ΣΠΕΝΤΖΟΣ ΦΙΛΜ από τους Α. Μανιάτη – Τ. Παπανδρέου. Πρέπει να σημειωθεί ότι η ODEON περιλαμβάνει και εκμετάλλευση κινηματογραφικών αιθουσών αλλά και πώληση δικαιωμάτων ταινιών στην τηλεόραση και το βίντεο.

νικών. Οι παραδοσιακές μορφές στις επιλογές των ταινιών που θα αγορασθούν προς διανομή, οι οποίες στηρίζονταν κυρίως στην πείρα και στο ένστικτό του ιδιοκτήτη έχουν πλέον αντικατασταθεί από την αξιοποίηση συγκεκριμένων δεδομένων και στοιχείων.

Παρατηρείται μία ποικιλία στους τρόπους με τους οποίους μία ταινία «αγοράζεται» προς διανομή από τις εταιρίες του κλάδου:

- Οι εταιρείες που αποτελούν θυγατρικές αντίστοιχων διεθνών εταιρειών διανομής αλλά και αποκλειστικής αντιπροσώπευσης, τα περιθώρια διαμόρφωσης ανεξάρτητης πολιτικής στην επιλογή ταινιών προς διανομή, είναι ελάχιστα και εξαντλούνται στην εξαίρεση κάποιων ταινιών από τον κατάλογο της μητρικής εταιρείας μετά από διαπραγματεύσεις. Σε άλλες περιπτώσεις όμως, παρατηρείται το φαινόμενο η μητρική εταιρεία ή εταιρεία αποκλειστικής αντιπροσώπευσης να καθορίζει ακόμα και τη ακριβή ημερομηνία προβολής μια συγκεκριμένης ταινίας αλλά και τον τρόπο προώθησης της. Οι εταιρείες αποκλειστικής αντιπροσώπευσης αποδίδουν το συμφωνημένο ποσοστό επί των εισιτηρίων στην εταιρεία που αντιπροσωπεύουν.
- Ένα μεγάλο μέρος των ταινιών που διανέμονται στον ελληνικό χώρο επιλέγονται από τις διεθνείς κινηματογραφικές αγορές³¹ με υποχρέωση αγοράς πακέτου ταινιών. Το χαρακτηριστικότερο στοιχείο αυτής της μορφής αγοράς είναι ότι πλειοψηφία των επιλογών γίνεται με βάση το διεθνές χρηματιστήριο του σταρ σίστεμ (επώνυμοι πρωταγωνιστές, βραβευμένοι σκηνοθέτες κλπ.), ώστε τελικά η επιλογή για την αγορά μιας ταινίας να γίνεται πριν ακόμα ολοκληρωθεί η διαδικασία παραγωγής της. Έτσι σήμερα τα στελέχη των εταιριών δεν αξιολογούν το τελικό φιλικό προϊόν ενώ ο έντονος ανταγωνισμός μεταξύ τους, τους οδηγεί σε έναν πλειστηριασμό τιμών για την αγορά του πακέτου ταινιών με καταστροφικά, για την επιβίωση μικρού μεγέθους εταιριών, αποτελέσματα³².

³¹ Οι σημαντικότερες είναι «MIFED» στο Μιλάνο, η αγορά του Λονδίνου, η αγορά των Κανών, του Βερολίνου και του Λος Άντζελες.

³² Αυτή ήταν η βασική αιτία που και η ιστορική εταιρία ΝΕΑ ΚΙΝΗΣΗ αλλά και η δυναμική ΟΥΟ δεν άντεξαν στον ανταγωνισμό και σταμάτησαν τη λειτουργία τους.

- Τέλος ένας ακόμα τρόπος είναι και η συμμετοχή της εταιρείας διανομής στην παραγωγή ελληνικής ταινίας (συνήθως το ποσοστό της συμπαραγωγής αντιστοιχεί στα έξοδα προώθησης της).

Η τιμολογιακή πολιτική των εταιρειών διανομής με τις κινηματογραφικές αίθουσες εμφανίζει δύο εκδοχές:

- Συνεργασία με βάση ποσοστό (μπορντερό) επί της «καθαρής» τιμής του εισιτηρίου σε σχέση με την εβδομάδα προβολής. Οι ταινίες Α' προβολής στις χειμερινές αλλά και στις θερινές αίθουσες, την πρώτη εβδομάδα προβολής «πληρώνουν 50% , την δεύτερη εβδομάδα 45%, την τρίτη 40% και το ποσοστό φθάνει έως και το 35%.
- Συνεργασία με βάση ενοίκιο (fixed) ανά ταινία, που αφορά στις ταινίες που προβάλλονται συνήθως μετά τον πρώτο μήνα της «εξόδου» τους κυρίως στις αίθουσες της περιφέρειας και στις θερινές αίθουσες.

Οι εταιρείες διανομής διεκδικούν πάντα το δυνατόν μεγαλύτερο μερίδιο χρονικής περιόδου προβολής (σε εβδομάδες) με τις χειμερινές αίθουσες Α' προβολής. Στην αρχή κάθε περιόδου και με βάση τον κατάλογο ταινιών προς διανομή υπογράφουν συμφωνίες με τις αίθουσες με τις οποίες επιβάλλουν και τον αριθμό εβδομάδων προβολής³³ των ταινιών τους και τις ίδιες τις ταινίες. Έτσι στις περισσότερες των περιπτώσεων αφαιρούν ουσιαστικά από την αίθουσα τη δυνατότητα επιλογής ταινιών³⁴. Όσον αφορά τη Β' προβολή πωλούν πακέτα ταινιών και το ενοίκιο διαμορφώνεται ανάλογα με τη δυναμική της αίθουσας σε εισιτήρια, την εμπορικότητα των ταινιών αλλά και του μεγέθους του πακέτου.

³³ Σε πολλές περιπτώσεις οι μεγάλες εταιρίες διανομής εξασφαλίζουν αποκλειστικότητα σε αίθουσες υπογράφοντας σχετικά συμβόλαια. Ο ανταγωνισμός μεταξύ των εταιριών για να εξασφαλίσουν τη συνεργασία με τις πιο δυναμικές αίθουσες οδηγεί σε συμφωνίες με minimum guarantee επί του συνόλου των εισιτηρίων ανά περίοδο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα, εταιρία διανομής την περίοδο 1998 – 99, υποχρεώθηκε από το συμβόλαιο που είχε υπογράψει, να πληρώσει το επιπλέον ποσό που αντιστοιχούσε για να καλύψει το συμφωνημένο αριθμό εισιτηρίων.

³⁴ Αν και ο ανταγωνισμός μεταξύ των εταιριών διανομής είναι ιδιαίτερα σκληρός, υπάρχουν περιπτώσεις άτυπων συμφωνιών. Για παράδειγμα σε ταινίες major εταιριών, οι έλληνες διανομείς συνήθως συμφωνούν στο να μην συμπίπτουν οι ημερομηνίες «εξόδου» τους στις κινηματογραφικές αίθουσες.

Η προώθηση των ταινιών έχει υιοθετήσει νέες τεχνικές διαφήμισης και δημοσιότητας δίνοντας όλο και μεγαλύτερο βάρος στον τομέα αυτό,. Ο μέσος όρος των εξόδων για διαφήμιση ανέρχεται στο 30% των δικαιωμάτων της ταινίας³⁵.

Για πρώτη φορά η τηλεόραση δεν αποτελεί ανταγωνιστικό μέσο στον κινηματογράφο αλλά έρχεται αρωγός του. Σε πολλές τηλεοπτικές ζώνες εμφανίζονται μόνιμες κινηματογραφικές αναφορές (κυρίως με παρουσίαση και την προβολή των τρέιλερ των νέων ταινιών) αλλά και με διαφημιστικά σποτ.

Ο ημερήσιος τύπος αφιερώνει όλο και μεγαλύτερο μέρος του στο κινηματογράφο και σε συνεργασία με τις εταιρείες διανομής συνδιοργανώνει ειδικές προβολές, διαγωνισμούς, πρεμιέρες κλπ.

Παρόμοια είναι και η κατάσταση που επικρατεί και στα εβδομαδιαία περιοδικά που δίνουν έμφαση στον κινηματογράφο αλλά και στον ειδικό περιοδικό τύπο.

Είναι, επίσης, αξιοσημείωτη, η προώθηση των ταινιών προς τις κινηματογραφικές αίθουσες – πελάτες με την κυκλοφορία ετήσιων καταλόγων υψηλής ποιότητας και μεγάλου κόστους, που περιλαμβάνουν όλα τα απαραίτητα στοιχεία καθώς και φωτογραφικό υλικό των ταινιών προς διανομή της κάθε εταιρείας. Τέλος διοργανώνονται στην αρχή κάθε σεζόν συναντήσεις - δεξιώσεις όπου προβάλλονται τα τρέιλερ των νέων ταινιών και παρουσιάζεται η πολιτική της εταιρείας για τη νέα κινηματογραφική περίοδο.

³⁵ Το ποσοστό αυτό απέχει από τις ανεπτυγμένες κινηματογραφικά χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης όπου το αντίστοιχο ποσοστό ανέρχεται στο 45% και τις Η.Π.Α. που ξεπερνά (στις περιπτώσεις των blockbusters) το κόστος παραγωγής. (Κ. Κιτσοπανίδου ο.π.)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ

ΟΙ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΟΨΕΙΣ ΤΗΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

ΙΙΙ.1. Η κρατική ενίσχυση στη διανομή

Πάγιο αίτημα των δημιουργών αλλά και των παραγωγών των ελληνικών ταινιών ήταν η επιδότηση της διανομής ούτως ώστε οι ελληνικές ταινίες να βρίσκουν ευκολότερα πρόσβαση στις αίθουσες μέσω των εταιριών διανομής Το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, με τον τελευταίο κανονισμό λειτουργίας του³⁶ επιδοτεί τη διανομή των ταινιών που χρηματοδοτούνται και παράγονται στο πλαίσιο των προγραμμάτων και οι παραγωγοί τους συμφωνούν με κάποιο γραφείο διανομής, με ποσό που καθορίζεται κατά περίπτωση ύστερα από την σύνταξη και υποβολή ειδικού προϋπολογισμού εξόδων διανομής και εισήγηση της αρμόδιας υπηρεσίας του. Το ποσό της επιδότησης που παρέχεται για τη διανομή μιας ταινίας, ορίζεται με απόφαση του Διοικητικό Συμβούλιο του Ελληνικού Κέντρου Κινηματογράφου και μπορεί να κυμαίνεται από 2.000.000 έως και 4.000.000 δρχ., ανάλογα με το εύρος και το σχεδιασμό της διανομής.

Στην περίπτωση που γραφείο διανομής χρηματοδοτεί ως συμπαραγωγός κάποια ταινία από την αρχή της παραγωγή της και έχει αναλάβει τη διανομή της στις αίθουσες, η επιδότηση του Ελληνικού Κέντρου Κινηματογράφου προσ αυξάνεται κατά 2.000.000 δρχ. και μπορεί να φθάσει τα 6.000.000 δρχ.

Το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου παρέχει επίσης στις ταινίες που παράγονται στα πλαίσια των προγραμμάτων του, τη δυνατότητα της δωρεάν διαφημιστικής προβολής TV spot, σε τηλεοπτικούς σταθμούς με τους οποίους διατηρεί σχετική συμφωνία.

Με απόφαση του Δ.Σ. που λαμβάνεται κατά περίπτωση, παρέχεται πρόσθετη επιδότηση της διανομής, ταινιών που βραβεύονται με επίσημα διαγωνιστικά τμήματα αναγνωρισμένων διεθνών φεστιβάλ.

³⁶ 1998

Με αυτά τα κίνητρα οι περισσότερες ελληνικές παραγωγές βρίσκουν πρόσβαση στις αίθουσες μέσω των εταιριών διανομής ενώ αρκετές απ' αυτές εξασφαλίζουν συμπαραγωγή από τις εταιρίες διανομής

III.2. Η Ευρωπαϊκή ενίσχυση στη διανομή

Η Ευρωπαϊκή Ένωση από το προσπαθεί να παρέμβει στον οπτικοακουστικό χώρο και από το 1987 διαμορφώνει το πρόγραμμα MEDIA (Mesures pour Encourager au Development de l' Industrie Audiovisuelle), το οποίο περιλαμβάνει διάφορα προγράμματα τόσο στην εκπαίδευση και στην παραγωγή όσο στην διανομή και στην αίθουσα στον τομέα του κινηματογράφου. Το MEDIA I (1990 – 1995 με προϋπολογισμό 200 εκατομμύρια Ecu), εκτός των άλλων πρωτοβουλιών περιλαμβάνει το πρόγραμμα E.F.D.O. στον τομέα της διανομής και το EUROPA CINEMAS στον τομέα της αίθουσας. Το E.F.D.O (European Film Distribution Office) το οποίο στηρίζει μέσω των προκαταβολών επί των εισιτηρίων τη διανομή ταινιών χαμηλού προϋπολογισμού (λιγότερο από 4,5 εκατομμύρια Ecu) σε τουλάχιστον από 3 ευρωπαϊκές χώρες. Η ενίσχυση έχει ανώτατο όριο το 50% του κόστους της διαφήμισης και των αντιτύπων προβολής (κόπιες) -100.000Ecu- και εξοφλείται κατά το 20% και χωρίς τόκο επί του κέρδους των διανομέων της ταινίας.

Στο δίκτυο EUROPA CINEMAS, την πλέον δυναμική πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκή πρωτοβουλία της ενίσχυσης της ευρωπαϊκής ταινίας μέσω της αίθουσας, συμμετέχουν κινηματογραφικές αίθουσες, οι οποίες υπογράφουν μια σύμβαση με τους ακόλουθους όρους: Το 50% των προβολών τους θα είναι ευρωπαϊκές ταινίες από τις οποίες το 25% δεν θα προέρχεται από την εθνική παραγωγή, αλλά από άλλες ευρωπαϊκές χώρες, ο εξοπλισμός τους θα είναι σύγχρονος, θα λειτουργούν τουλάχιστον 6 μήνες το χρόνο, θα αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες προς την κατεύθυνση του νεανικού και του μαθητικού κοινού με την οργάνωση ειδικών προβολών, την καθιέρωση φθηνότερης τιμής εισιτηρίου, τη διανομή παιδαγωγικού ντοσιέ για κάθε ταινία κ.λπ. Η οικονομική ενίσχυση των αιθουσών ποικίλει από 22.000 Ecu για μια κινηματογραφική αίθουσα μέχρι και τα 60.000 Ecu για πολυκινηματογράφους ετησίως (με εξάμηνη παρακολούθηση) από 17 αίθουσες/οθόνες και πάνω. Ακόμα το EUROPA CINEMAS παρεμβαίνει και με τη διοργάνωση συνεδρίων και επιμορφωτικών σεμιναρίων στους επιχειρηματίες αιθουσάρχες κα-

θώς και με τη συνεργασία του με άλλα προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης³⁷. Σήμερα στο δίκτυο συμπεριλαμβάνονται 755 οθόνες /αίθουσες, 302 κινηματογραφικές μονάδες σε 183 πόλεις σε 34 χώρες³⁸³⁹. Το δίκτυο διοικείται από 15μελές διοικητικό συμβούλιο και από 11 μελή επιτροπή ειδικών (Committee of Experts)⁴⁰ η οποία εξετάζει και τις νέες αιτήσεις. Το EUROPA CINEMAS είναι το μόνο ευρωπαϊκό δίκτυο που κατόρθωσε να διατηρήσει σε υψηλά επίπεδα την προσέλευση του κοινού στις ευρωπαϊκές ταινίες. Συγκεκριμένα το δίκτυο αφιέρωσε το 64,4% των προβολών του στις μη εθνικές ευρωπαϊκές παραγωγές (12,7 εκατομμύρια εισιτήρια) και το 33,6% στις εθνικές ευρωπαϊκές παραγωγές (7,1 εκατομμύρια εισιτήρια)⁴¹, για ένα σύνολο 19,8 εκατομμυρίων εισιτηρίων. Η επιτυχία του δικτύου στην προώθηση της ευρωπαϊκής ταινίας αλλά και στην ενθάρρυνση των διανομέων στη λήψη περισσότερων ρίσκων με την έκδοση ενός μεγαλύτερου αριθμού αντιτύπων για τις ευρωπαϊκές ταινίες⁴², οδήγησε στην αύξηση της επιχορήγησης του από το πρόγραμμα MEDIA: Από τα 400.000 Ecu το 1992, ο προϋπολογισμός αυξήθηκε σε 1,7 εκατομμύρια Ecu το 1994. Σήμερα η όλη δο-

³⁷ Σημαντική είναι η εμπλοκή του στο πρόγραμμα Netd@ys όπου 60 κινηματογραφικές αίθουσες μέλη του δικτύου από όλη την Ευρώπη ανέπτυξαν πρωτοβουλίες για την γνωριμία του κοινού -και ιδιαίτερα του νεανικού- του κινηματογράφου μέσω του διαδικτύου.

³⁸ Στη χώρα μας συμμετέχουν 12 κινηματογραφικές αίθουσες στο EUROPA CINEMAS: Ααβόρα (Αθήνα), Alfavile (Αθήνα), Art Studio (Αθήνα), Βοξ (Αθήνα), Αστυ (Αθήνα), Δαναός (Αθήνα), Ριβιέρα (Αθήνα), Σινέ Παράδεισος (Κορυδαλλός), Παλλάς (Θεσσαλονίκη), Ολύμπιον (Θεσσαλονίκη), Σινέ Λαζαράκης (Αμαλιάδα), Σινέ Άστρα (Νάξος). Σημαντική είναι η συμβολή του Σινέ Παράδεισος στις δραστηριότητες του δικτύου καθ' όσον συμμετέχει στο συμβούλιο της Επιτροπής Cinema and Young Audience του δικτύου αλλά και στην επιτροπή των βραβείων στα κινηματογραφικά φεστιβάλ

³⁹ Σημαντική είναι επίσης η διείσδυση του στις αγορές της Ανατολικής Ευρώπης και συγκεκριμένα στην Λιθουανία, Λετονία, Εσθονία, Ρωσία, Ουγγαρία, Βουλγαρία, Ρουμανία, Τσεχία, Ουζμπεκιστάν, Σλοβακία, Πολωνία, Καζακστάν, Λευκορωσία, FYROM, Κροατία, Βοσνία Ουκρανία. Το δίκτυο αποτελεί έναν ουσιαστικό βήμα της ευρωπαϊκής κινηματογραφικής βιομηχανίας, τη στιγμή που το μερίδιο αγοράς των αμερικάνικων ταινιών στις αγορές αυτών των χωρών κυμαίνεται από 65 έως 85%.

⁴⁰ Στην επιτροπή συμμετέχει από την Ελλάδα, ο διευθυντής του Φεστιβάλ Θεσσαλονίκης, Μισέλ Δημόπουλος.

⁴¹ Οι ταινίες με τα περισσότερα εισιτήρια ήταν : La Vita e bella ", Roberto Benigni - 1 350 000 εισιτήρια εκτός της Ιταλίας, " Festen ", Thomas Vinterberg - 840 000 εισιτήρια εκτός της Δανίας, " Todo sobre mi madre ", Pedro Almodovar - 685 000 εισιτήρια εκτός της Ισπανίας. Στοιχεία του 1999

⁴² Από το 1999 το EUROPA CINEMAS καθιέρωσε ειδικά βραβεία με χρηματική αμοιβή 15.000 Ecu για την καλύτερη ευρωπαϊκή ταινία σε οκτώ -μεσαίας κλίμακας- ευρωπαϊκά φεστιβάλ κινηματογράφου (ανάμεσα τους κι αυτό της Θεσσαλονίκης). Το βραβεία απονέμονται στο δημιουργό της ταινίας, ενώ η χρηματική αμοιβή δίδεται υπό μορφή ενίσχυσης στο διανομέα, ο οποίος αναλαμβάνει να διανείμει την ταινία στη χώρα του.

μή λειτουργεί με έναν ετήσιο προϋπολογισμό που κυμαίνεται περίπου στα 1,5 εκατομμύρια Ecu⁴³.

Το πρόγραμμα MEDIA II τέθηκε σε εφαρμογή την 1^η Ιανουαρίου του 1996 με προϋπολογισμό 310 εκατομμυρίων Ecu για περίοδο 5 χρόνων, εκ των οποίων τα 265 εκατομμύρια Ecu για την Ανάπτυξη και την Διανομή και τα 45 εκατομμύρια Ecu για την εκπαίδευση - επιμόρφωση. Όσον αφορά στη διανομή κύριος στόχος του προγράμματος είναι η ευρύτερη διεθνική διανομή των ευρωπαϊκών παραγωγών, οι οποίες είναι εγκλωβισμένες στις εθνικές τους αγορές. Τίθεται επίσης το ζήτημα της ανάπτυξης τακτικών συσπειρώσεων ανάμεσα στους ευρωπαίους διανομείς οι οποίοι έχουν κοινές εμπορικές στρατηγικές (για τη συντονισμένη διανομή τουλάχιστον 5 ταινιών από 4 διανομείς). Με το πρόγραμμα MEDIA II - ΔΙΑΝΟΜΗ⁴⁴ η ενίσχυση αφορά στη διεθνική διανομή ευρωπαϊκών ταινιών, τη δικτύωση ευρωπαίων, τη διανομή βίντεο/πολυμέσα, την προώθηση και διανομή ευρωπαϊκών ταινιών, την τηλεοπτική μετάδοση ευρωπαϊκών κινηματογραφικών και οπτικοακουστικών παραγωγών, το marketing και τη δημιουργία καταλόγων. Τα κριτήρια για την απόδοση της ενίσχυσης αυτής είναι ο αριθμός των μη εθνικών ευρωπαϊκών ταινιών που επιλέγονται για διεθνική διανομή, ο αριθμός των διανομέων οι οποίοι αποτελούν ένα ευρωπαϊκό δίκτυο κινηματογραφικής διανομής (τουλάχιστον 3 διανομείς από 3 διαφορετικές χώρες με κατά προτίμηση διαφορετικές γλώσσες οι οποίοι διανέμουν μία ή περισσότερες μη εθνικές ευρωπαϊκές παραγωγές) το εύρος της συνεργασίας ανάμεσα στα μέλη του δικτύου αυτού, το πλάνο και ο προϋπολογισμός της διανομής και προώθησης επιλεγμένων ταινιών, οι συνθήκες εξόδου στις κινηματογραφικές αίθουσες (κόπιες προβολής), η προέλευση των επιλεγμένων ταινιών από χώρες με περιορισμένη ικανότητα παραγωγής και ο προϋπολογισμός παραγωγής από το διανομέα ταινίας (το 50% των ταινιών που ενισχύονται πρέπει να έχουν προϋπολογισμό ο οποίος δεν ξεπερνά τα 5 εκατομμύρια Ecu, ενώ στο πλαίσιο του ίδιου ποσοστού ένα 10% τουλάχιστον

⁴³ Το δίκτυο λαμβάνει ακόμα χρήματα από τα προγράμματα Eurimage και Eureka Audiovisuel του Συμβουλίου της Ευρώπης (για τους κινηματογράφους που βρίσκονται σε χώρες οι οποίες ανήκουν στο Συμβούλιο της Ευρώπης αλλά όχι στην Ευρωπαϊκή Ένωση), από το Γαλλικό Υπουργείο Εξωτερικών και το Γαλλικό Κέντρο Κινηματογράφου -C.N.C.- (για τους κινηματογράφους που βρίσκονται σε χώρες οι οποίες δεν ανήκουν στο Συμβούλιο της Ευρώπης αλλά και στη νέα πρωτοβουλία του, δηλ. στις χώρες της Ανατολικής Μεσογείου –Τυνησία, Αίγυπτος, Παλαιστίνη, Συρία-)

πρέπει να έχει προϋπολογισμό παραγωγής ίσο ή μικρότερο των 3 εκατομμυρίων Ecu). Το ποσό της ενίσχυσης δεν μπορεί να ξεπεράσει τα 125.000 Ecu ανά διανομέα και ανά ταινία (υπό τη μορφή εξοφλήσιμων δανείων). Όσον αφορά στην ενίσχυση των διαδικτυώσεων των διανομέων, ένα ποσό τουλάχιστον 15% και όχι μεγαλύτερο του 30% της ενίσχυσης σε κάθε διανομέα για κάθε ταινία απορροφάται από τις κοινές προωθητικές ενέργειες ανάμεσα στα μέλη της κάθε κοινοπραξίας κινηματογραφικής διανομής. Η εξόφληση των επιχορηγήσεων από τους διανομείς πραγματοποιείται επί των καθαρών κερδών του διανομέα από την εκμετάλλευση της επιλεγμένης ταινίας στις αίθουσες (60% επί των καθαρών κερδών) και ανάλογα με τη χρηματοδοτική συμμετοχή του προγράμματος MEDIA και σε χρονικό διάστημα είτε 30 ημερών μετά τη λήξη της κινηματογραφικής εκμετάλλευσης είτε επτά μήνες μετά την αρχική έξοδο στις αίθουσες (εξαιρούνται οι *avant premieres*).

Το κύριο πρόβλημα του προγράμματος MEDIA II - ΔΙΑΝΟΜΗ είναι αυτό της μορφής της απόδοσης των ενισχύσεων στην κινηματογραφική διανομή. Μετά λοιπόν από επέμβαση της Ομοσπονδίας των Οργανώσεων των Κινηματογραφικών Διανομέων (F.I.A.D.) η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενεθάρρυνε τη λύση της *αυτόματης ενίσχυσης* και όχι αυτή της *επιλεκτικής ενίσχυσης* στις ταινίες. Η ενίσχυση αυτή η οποία υπολογίζεται στη βάση των συνολικών εισιτηρίων σε μια δεδομένη εθνική αγορά (με όριο της 700.000 εισιτήρια ανά ταινία και ανά χώρα) αφορά στις ευρωπαϊκές ταινίες παντού στην Ευρώπη εκτός από τη χώρα παραγωγής τους. Το πρόγραμμα επιδοτεί με ποσό ανάμεσα στο 0,30 έως 0,70 Ecu ανά εισιτήριο τους διανομείς. Ειδική ευνοϊκή μεταχείριση προβλέπεται για τις ταινίες μικρών χωρών όπως η Ελλάδα και η Πορτογαλία.

Σε ανάλογο μήκος κύματος κινείται και το Συμβούλιο της Ευρώπης με τα προγράμματα Eurimages και Eureka Audiovisual. Το πρώτο που σχεδιάστηκε αρχικά ως ένα κοινοτικό πρόγραμμα, αποτελεί ένα ευρωπαϊκό ταμείο ενίσχυσης στην παραγωγή και στη διανομή των κινηματογραφικών και εν γένει οπτικοακουστικών παραγωγών, με ιδιαίτερη μέριμνα για την προστασία της ευρωπαϊκής πολιτιστικής ταυτότητας. Από το 1993 το πρόγραμμα υποστηρίζει επίσης τον προγραμ-

⁴⁴ Στην Ελλάδα έχουν συμμετάσχει κατά καιρούς στο συγκεκριμένο πρόγραμμα, με σχετική επιτυχία, οι εταιρείες: ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ Α.Ε., ROSEBUD και AMA FILM.

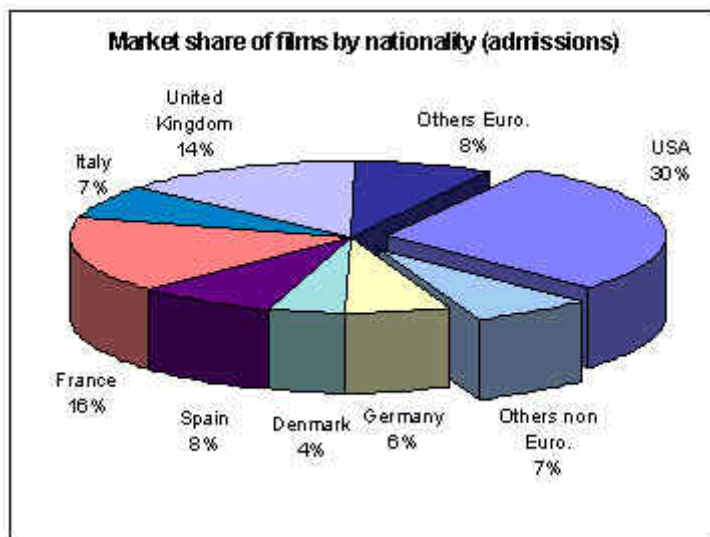
ματισμό στις κινηματογραφικές αίθουσες και την προώθηση των ευρωπαϊκών ταινιών.

Όσον αφορά τους στόχους του το Eurimages δεν απέχει πολύ από την λογική του προγράμματος MEDIA της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ωστόσο υπάρχουν κάποιες θεμελιακές διαφορές ανάμεσα στις δύο δομές. Τα δύο αυτά προγράμματα δεν απευθύνονται στον ίδιο τύπο ταινιών. Οι ταινίες που ενδιαφέρουν του Eurimages είναι συμπαραγωγές με μεγάλο προϋπολογισμό ικανές να προσελκύσουν ένα μεγάλο κοινό. Ακόμα το Eurimages αποδίδει μια προτεραιότητα στην ενίσχυση χωρών που δεν είναι μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ώστε να αποφύγει την απορρόφηση όλων των επιχορηγήσεων από τα μέλη της τελευταίας. Ωστόσο τα τελευταία χρόνια και οι δύο δομές έχουν επιδοθεί σε έναν πραγματικό ανταγωνισμό αναφορικά με τις χώρες της ανατολικής Ευρώπης⁴⁵. Το Συμβούλιο της Ευρώπης δεν βλέπει με καλό μάτι τη διείσδυση της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε μια γεωγραφική ζώνη που θεωρεί δική του σφαίρα δράσης. Οι δύο δομές επιδίδονται περισσότερο σε έναν ανταγωνισμό⁴⁶ για την ηγεσία παρά προσπαθούν να αναπτύξουν στοιχεία της συμπληρωματικότητας τους, πράγμα το οποίο μπορεί να οδηγήσει σε μια σημαντική απώλεια χρόνου, τη στιγμή κατά την οποία ο στρατηγικός πόλεμος ανάμεσα στην Ευρώπη και στις Η.Π.Α. διεξάγεται με ιδιαίτερη σφοδρότητα. Οι αντιπαλότητες των δύο αυτών μεγάλων οργανισμών λειτουργούν σε βάρος της υλοποίησης μιας διευρυμένης Ευρώπης του Κινηματογράφου.

⁴⁵ Το πρόγραμμα MEDIA II έχει ανακοινώσει ότι είναι ανοικτό προς τις χώρες της κεντρικής και της ανατολικής Ευρώπης καθώς και προς τις τρίτες χώρες (μη ευρωπαϊκές) υπό συγκεκριμένες συνθήκες.

⁴⁶ Κίρα Κιτσοπανίδου, «Το μάρκετινγκ του ευρωπαϊκού κινηματογράφου» Εκδόσεις Παπαζήση

19,8 εκατομμύρια εισιτήρια



Γράφημα με τα ποσοστά των εισιτηρίων στα μέλη του EUROPA CINEMAS για το 1999

III.3. Το παράλληλο κύκλωμα στην διανομή:

Η ανάγκη ενός σύγχρονου και εναλλακτικού δικτύου εισαγωγής, προβολής και διανομής κινηματογραφικών ταινιών.

Το 1950, η σημαντική πρωτοβουλία της Αγλαΐας Μητροπούλου να ιδρύσει την Ταινιοθήκη της Ελλάδος, αποτελεί την πρώτη εκδήλωση μιας διαφορετικής αντίληψης για τον κινηματογράφο αφού δίνει την ευκαιρία στους κινηματογράφοφιλους να γνωρίσουν και ταινίες εκτός εμπορικού κυκλώματος, εισαγάγοντας ουσιαστικά το θεσμό των κινηματογραφικών λεσχών.

Το 1960, το δεύτερο «εναλλακτικό» εγχείρημα στον ελληνικό χώρο συντελείται στη Θεσσαλονίκη. Ο Παύλος Ζάννας και ο Λίνος Πολίτης της εταιρείας «Τέχνη», είναι οι εμπνευστές και εμπυχωτές ενός νέου θεσμού, της Εδομάδας Ελληνικού Κινηματογράφου, όπου αναδεικνύονται και οι πρώτες ανατρεπτικές κινηματογραφικές προτάσεις. Έξι χρόνια μετά, το φεστιβάλ κινηματογράφου στη Θεσσαλονίκη, θα είναι γεγονός. Οι κινηματογραφικές λέσχες που ιδρύονται στις μεγάλες ελληνικές πόλεις, αποτελούν πόλους αναφοράς, επικοινωνίας και προβληματισμού ενός νέου και «ανήσυχου», κινηματογραφικά, κοινού. Η άνθηση αυτή που συναντάται και σε άλλους τομείς της τέχνης, έρχεται να συμπληρώσει την πολιτική φιλελευθεροποίηση στο κεντρικό σκηνικό, στενά συνδεδεμένη βέβαια και με τις ευρωπαϊκές και διεθνείς πολιτικοκοινωνικές εξελίξεις. Αυτές τις αλλαγές έρχεται να διακόψει η επταετία της χούντας.

Στην μεταπολίτευση οι κινηματογραφικές λέσχες αποκτούν ένα μονιμότερο χαρακτήρα, διαμορφώνουν ολοκληρωμένες κινηματογραφικές παρεμβάσεις και παρουσιάζουν πολυσχιδείς δραστηριότητες στο χώρο. Αφιερώματα σε κινηματογραφικά ρεύματα και εθνικές κινηματογραφίες, μετακλήσεις δημιουργών και συζητήσεις με κριτικούς και άλλους ειδικούς του κινηματογράφου, κινηματογραφικά μαθήματα, σεμινάρια και εκδόσεις διαφόρων κινηματογραφικών εντύπων. Οι πρώτες αίθουσες τέχνης κάνουν την εμφάνισή τους και ο Σωκράτης Καψάσκης αποτολμά, την πρώτη ουσιαστικά προσπάθεια «εναλλακτικής» διανομής που υποστηρίζεται και από την αίθουσα «Αλκυονίδα».

Στα μέσα της δεκαετίας του 1980, δημιουργείται το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου (ΕΚΚ) που ιδρύει την HELLAS FILM A.E., η οποία διανέμει την ελληνική παραγωγή ταινιών του ΕΚΚ που δεν βρίσκουν πρόσβαση στις υπάρχουσες εταιρίες διανομής.

Το Υπουργείο Πολιτισμού και η Ομοσπονδία Κινηματογραφικών Λεσχών Ελλάδος δημιουργούν το STUDIO ΠΑΡΑΛΛΗΛΟ ΚΥΚΛΩΜΑ A.E. με σκοπό να διανείμει εναλλακτικές ταινίες (καλλιτεχνικές, κλασικά αριστουργήματα, μικρών εθνικών κινηματογραφιών, πειραματικές κλπ) κυρίως στις κινηματογραφικές λέσχες. Έτσι αγοράζονται οι ταινίες του «μικρού» γραφείου διανομής του Σωκράτη Καψάσκη αλλά και επιλεγμένες ταινίες από άλλες «μικρές» εταιρίες.

Στα τέλη της δεκαετίας του 1980, οι κινηματογραφικές λέσχες οδηγούνται σε κρίση και παρακμή καθώς και το κινηματογραφικό τοπίο αλλάζει ραγδαία αλλά και γιατί οι ίδιες δεν μπορούν να ανανεωθούν, δέσμιες μιας «κλειστής» λειτουργίας που τις περισσότερες φορές χρησιμεύει και σαν συμπλήρωμα μιας στενής κομματικής στράτευσης. Η μετεξέλιξη του φαινομένου των κινηματογραφικών λεσχών είναι η λειτουργία των δημοτικών κινηματογράφων.

Ορισμένοι Ο.Τ.Α. (Χανιά, Ν. Ηράκλειο, Μοσχάτο) αξιοποιώντας το νέο θεσμικό πλαίσιο της Αυτοδιοίκησης και την υφιστάμενη εμπειρία στις πόλεις τους (με την ύπαρξη κινηματογραφικών ομάδων, κινηματογραφικών λεσχών και εμψυχωτών με μεράκι για τον κινηματογράφο), ιδρύουν και λειτουργούν τους πρώτους δημοτικούς κινηματογράφους.

Στις αρχές δεκαετίας του 1990, το φαινόμενο των δημοτικών κινηματογράφων παίρνει μεγάλες διαστάσεις και αποτελεί μία σημαντική παράμετρο μιας οργανωμένης και αποτελεσματικής τοπικής αναπτυξιακής πολιτιστικής πολιτικής. Το παράδειγμα του Σινέ-Παράδεισος, του δημοτικού κινηματογράφου στον Κορυδαλλό, αποτελεί δείγμα μιας ιδιαίτερα επιτυχημένης προσπάθειας αφού καταφέρνει να διαμορφώσει διαφορετική φυσιογνωμία λειτουργίας ταυτόχρονα με την υψηλή προσέλευση θεατών, ενώ παράλληλα συνδυάζει την εθελοντική συμμετοχή της δραστήριας τοπικής κινηματογραφικής λέσχης με την σύγχρονη αυτοδιοικητική αντίληψη ενός ισχυρού Δήμου.

Στα μέσα της δεκαετίας του 1990, το Υπουργείο Πολιτισμού, προσπαθώντας να ξεφύγει από την πελατειακή πολιτική των μικροεπιχορηγήσεων που κυριαρχούσαν τα τελευταία είκοσι χρόνια και κατασπατάλησαν τους πόρους χωρίς ιδιαίτερα αποτελέσματα, επιχειρεί να ασκήσει πολιτική με την δημιουργία δικτύων, σε στενή σχέση με την Αυτοδιοίκηση. Έτσι δημιουργείται το *Εθνικό Πολιτιστικό Δίκτυο Πόλεων* (που αποτελεί την οριζόντια ανάγνωση της πολιτιστικής αποκέντρωσης) και παράλληλα προχωρά στην κάθετη οργάνωση της πολιτιστικής αποκέντρωσης δημιουργώντας μια σειρά μικρότερων επιμέρους δικτύων, που ενώνουν διάφορες πόλεις της περιφέρειας αλλά και του κέντρου κατά τομέα πολιτιστικής δράσης, όπως το Δίκτυο Δημοτικών Κινηματογράφων, το Δίκτυο Εικαστικών Εργαστηρίων και άλλων.

Η λειτουργία του δικτύου των δημοτικών κινηματογράφων του Υπουργείου Πολιτισμού, που ξεκινά με δέκα τρεις δημοτικές αίθουσες και σύντομα υπερδιπλασιάζει τα μέλη του, περιγράφεται σε προγραμματική σύμβαση που υπογράφουν τα δύο μέρη, δεκαετούς διάρκειας και ετήσιου ύψους μέχρι και είκοσι εκατομμυρίων δραχμών για τις χειμερινές αίθουσες και τεσσάρων εκατομμυρίων για τις θερινές (το ήμισυ του ποσού καταβάλλεται από το Υπουργείο και τα υπόλοιπα από τον Δήμο). Η βασική «υποχρέωση» των μελών του δικτύου ήταν η υποχρέωση προβολής ταινιών ευρωπαϊκής παραγωγής σε ποσοστό 60% και από αυτό 25% ελληνικές.

Η πρακτική όμως των δημοτικών κινηματογράφων, που το 1999 φθάνουν τους 90 σε όλη την Ελλάδα, δεν διέφερε ουσιαστικά από την λειτουργία των άλλων εμπορικών αιθουσών. Επιλογές χωρίς φαντασία, δημοσιουπαλληλική αντίληψη λειτουργίας, εισπρακτική «αγωνία» που σε συνδυασμό με την ασφυκτική πολιτική τιμών και προσφοράς ταινιών από όλες σχεδόν τις εταιρείες διανομής, αφυδατώνουν την όποια δυναμική αυτού του παράλληλου κυκλώματος.

Στα ίδια αποτελέσματα καταλήγει και η προσπάθεια του Υπουργείου Πολιτισμού με μία σειρά αιθουσών που έρχονται στη κατοχή του, όπως οι αίθουσες στη Θεσσαλονίκη με το «Ολύμπιον 1 και 2» και στην Αθήνα με την «Ιριδα» και το «Παλλάς».

Όλες αυτές οι προσπάθειες, δεν καταφέρνουν ούτε να αποτελέσουν ένα δίκτυο ειδικής χρήσης, δηλαδή ταινιοθήκης, ούτε καταφέρνει να αναδείξει ένα διαφορετικό πρόσωπο μέσα στην υπάρχουσα αγορά των ταινιών. Το πρόβλημα επιτείνεται με το φαινόμενο των πολυκινηματογράφων και τη μαζική διανομή του αμερικάνικου κινηματογράφου, που κυριαρχεί σε όλη την Ευρώπη. Στην Ευρώπη όμως ταυτόχρονα, παρατηρείται και μία σημαντική στροφή που παίρνει τη μορφή αντίστασης στο κυρίαρχο αμερικάνικο μοντέλο και μια αναζήτηση σε κινηματογραφίες που προβάλλουν διαφορετικές αξίες και ιδέες:

- Το δίκτυο κινηματογραφικών αιθουσών Europas Cinemas που από το 1992 προωθεί ευρωπαϊκές ταινίες,
- το E.F.P. (European Film Promotion), Οργανισμός 16 ευρωπαϊκών χωρών που ιδρύεται το 1997 με σκοπό την προώθηση ευρωπαϊκών ταινιών σε φεστιβάλ και διεθνείς κινηματογραφικές αγορές,
- Το δίκτυο Villes et Cinemas en Europe, Ευρωπαϊκό δίκτυο 11 χωρών που σκοπός του είναι να ενεργοποιήσει και να ενώσει τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης που αναπτύσσουν κινηματογραφικές δράσεις.
- η δημιουργία μικρών πολυσινεμά με υψηλού επιπέδου υπηρεσίες (η ευρωπαϊκή απάντηση στο Multiplex) όπου προβάλλονται ευρωπαϊκές ταινίες τελευταίας παραγωγής, ταινίες από όλες τις χώρες του κόσμου, ταινίες ρεπερτορίου, αφιερώματα κλπ Χαρακτηριστικά τέτοια πολυσινεμά είναι του Νίμεγκεν στην Ολλανδία με 9 αίθουσες σε δύο πόλεις και στη Μασσαλία της Γαλλίας με 7 αίθουσες σε δύο περιοχές της πόλης,
- η ύπαρξη στην Ευρώπη περίπου 650 κινηματογραφικών φεστιβάλ όπου προβάλλονται κάθε είδους ταινίες από όλες τις χώρες του κόσμου.

Όλες αυτές οι προσπάθειες επιχορηγούνται τόσο από τις εθνικές κυβερνήσεις, όσο και από τοπικούς φορείς και ιδρύματα, από χορηγίες και από ειδικά προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Στην Ελλάδα υπάρχει ένα πολυάριθμο κοινό που αναζητά ένα διαφορετικό κινηματογράφο. Οι αριθμοί των εισιτηρίων που γίνονται στα διάφορα φεστιβάλ ή αφιερώματα επιβεβαιώνουν τον προηγούμενο ισχυρισμό. Τον Νοέμβριο του 1999, στο 40ο φεστιβάλ της Θεσσαλονίκης κόπηκαν 65.000 εισιτήρια σε 10 ημέρες.

Ανάλογα νούμερα σημειώνονται στο Φεστιβάλ ταινιών μικρού μήκους της Δράμας, στο Φεστιβάλ ντοκυμανταίρ στην Καλαμάτα, στο Φεστιβάλ ταινιών για παιδιά και νέους στην Ολυμπία. Επίσης ενδεικτικά αναφέρουμε, ότι το αφιέρωμα στον σχεδόν άγνωστο Ιάπωνα σκηνοθέτη Κένζι Μιζοκούτσι που έγινε τον Γενάρη του 2.000 στη Θεσσαλονίκη και μετά στην Αθήνα, γέμισε ασφυκτικά τις αίθουσες.

Υφίσταται λοιπόν σήμερα στην Ελλάδα, κυρίως στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη, αλλά και σε 5-6 μεγάλες επαρχιακές πόλεις, ένα κοινό που μπορεί να συντηρήσει και να θρέψει οικονομικά ένα εναλλακτικό δίκτυο. Παραμένει λοιπόν ζητούμενο η δημιουργία και η ανάπτυξη ενός καλά οργανωμένου και εναλλακτικού δικτύου εισαγωγής-προβολής-διανομής κινηματογραφικών ταινιών. Ενός δικτύου που θα εισάγει, που θα διανέμει και θα προβάλλει ένα διαφορετικό κινηματογράφο από την Ευρώπη, τις υπόλοιπες χώρες του πλανήτη και τις ταινίες της ανεξάρτητης αμερικανικής παραγωγής.

Ενός δικτύου, που θα πρέπει όμως να λάβει σοβαρά υπ' όψη του την νέα αντίληψη της αγοράς και τους κανόνες που διέπουν το ρόλο και την λειτουργία της κινηματογραφικής αίθουσας, παρέχοντας υψηλού επιπέδου υπηρεσίες και ευκαιρίες στον θεατή και σε όλα τα επίπεδα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV

ΤΑΙΝΙΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΝΟΜΗ

IV.1. Οι ταινίες που προβλήθηκαν ανά εταιρία διανομής και χώρα προέλευσης κατά την τριετία 1997 –1999.

Στην παρούσα έρευνα με πλήρη αποτύπωση των ταινιών που προβλήθηκαν στη χώρα κατά την τριετία 1997 – 1999⁴⁷ τα σύνολα του αριθμού των ταινιών είναι τα ακόλουθα

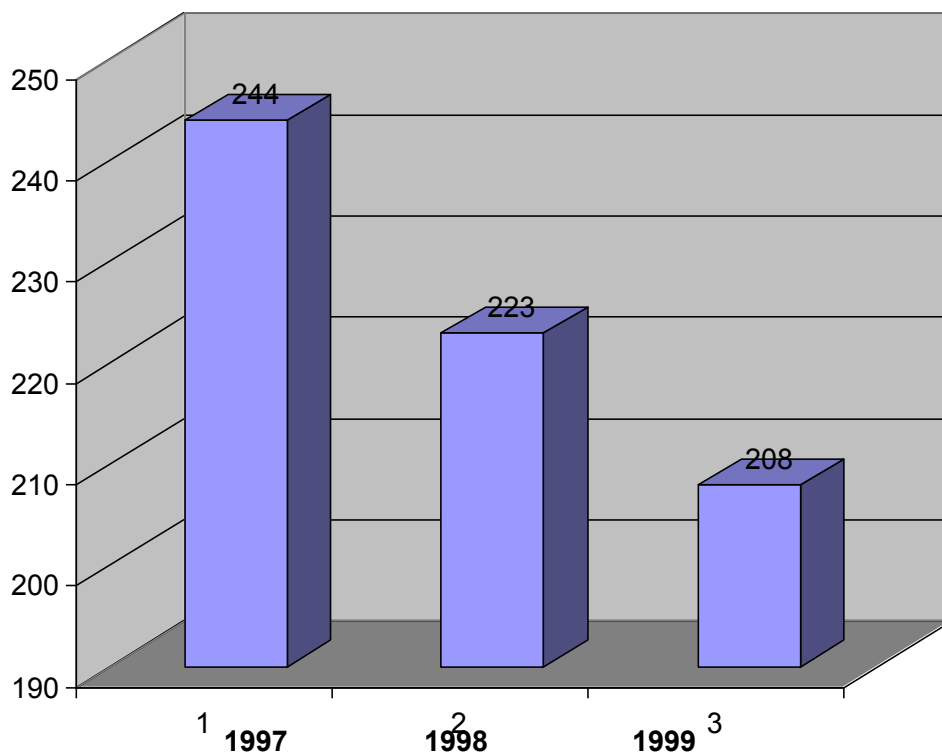
ΕΤΟΣ	1997	1998	1999
ΑΡΙΘΜΟΣ ΤΑΙΝΙΩΝ	244	223	208

Με βάση την εθνικότητα παραγωγής, και πιο συγκεκριμένα τη κατηγοριοποίηση σε “Ελληνικές”, “Ευρωπαϊκές”, “Η.Π.Α.” και “Άλλες” (όπου συμπεριλαμβάνονται όλες οι υπόλοιπες χώρες), η κατανομή των ταινιών είναι η ακόλουθη:

ΕΤΟΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ	ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ	Η.Π.Α.	ΆΛΛΕΣ
1997	16	62	78	157	9
1998	18	56	74	141	8
1999	15	51	66	133	9
ΣΥΝΟΛΟ	49	169	218	431	26

⁴⁷ Σύμφωνα με στοιχεία από European Cinema yearbook (έκδοση 1998), οι ταινίες που προβλήθηκαν από το 1989 έως και το 1997 κυμαίνονται από 144 έως και 183 ανά έτος. Πιο συγκεκριμένα, το 1989 διανεμήθηκαν 181 ταινίες, το 1990 διανεμήθηκαν 145 ταινίες, το 1991 διανεμήθηκαν 150 ταινίες, το 1992 διανεμήθηκαν 148 ταινίες, το 1993 διανεμήθηκαν 144 ταινίες, το 1994 διανεμήθηκαν 155 ταινίες, το 1995 διανεμήθηκαν 183 ταινίες, το 1996 διανεμήθηκαν 168 ταινίες και το 1997 διανεμήθηκαν 144

ΓΡΑΦΗΜΑ ΙΙΑ: ΠΙΝΑΚΑΣ ΤΑΙΝΙΩΝ Α' ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΑΝΑ ΕΤΟΣ



ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙ: ΤΑΙΝΙΕΣ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ
ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΤΡΙΕΤΙΑ 1997 –1999

	1 9 9 7					1 9 9 8					1 9 9 9				
	Ελλην.	Ευρ. (-)*	Αμερ.	Άλλες	Σύν.	Ελλην.	Ευρ. (-)*	Αμερ.	Άλλες	Σύν.	Ελλην.	Ευρ. (-)*	Αμερ.	Άλλες	Σύν.
1. ODEON	1	1 (1+0)	33	1	36	2	6 (5+1)	23	-	31	1	7 (6+1)	29	1	38
2. ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ	1	9 (7+2)	35	-	45	3	11 (11+0)	32	-	46	3	11 (10+1)	30	1	45
3. UIP	-	-	24	-	24	-	1 (1+0)	20	-	21	-	1 (1+0)	16	-	17
4. ROSEBUD	3	16 (16+0)	5	2	26	3	18 (14+4)	7	2	30	4	22 (20+2)	5	-	31
5. AMA FILM	1	10 (10+0)	6	2	19	3	7 (6+1)	5	3	18	1	4 (4+0)	6	3	14
6. OVO / ART HOUSE **	3	11 (10+1)	2	3	19	3	1 (0+1)	2	2	8	-	2 (2+0)	1	1	4
7. ΣΠΕΝΤΖΟΣ FILM	3	10 (10+0)	28	1	42	4	5 (5+0)	18	-	27	2	3 (2+1)	21	1	27
8. ΝΕΑ ΚΙΝΗΣΗ	-	5 (5+0)	5	-	10	-	7 (7+0)	3	-	10	-	1 (1+0)	-	1	2
9. WARNER ROADSHOW	-	-	19	-	19	-	-	31	1	32	-	-	25	1	26
10. HELLAS FILM Ελ- λην. Κέντρο Κινημα- τογράφου	4	-	-	-	4	-	-	-	-	-	4	-	-	-	4
Σύνολο	16	62 (59+3)	157	9	244	18	56 (49+7)	141	8	223	15	51 (46+5)	133	9	208

* Η διάκριση στις Ευρωπαϊκές (-) είναι σε: Ταινίες της Ε.Ε. – Λοιπές ευρωπαϊκές χώρες

** Από το 1999 η OVO επανιδρύεται με την ονομασία ART HOUSE

Δεν έχουν υπολογισθεί 9 ταινίες (7 ευρωπαϊκής παραγωγής, 1 παραγωγής Η.Π.Α. και 1 κινεζικής παραγωγής) που διένειμε το STUDIO στο Παράλληλο Κύκλωμα (Κινηματογραφικές Λέσχες και Δημοτικοί Κινηματογράφοι)

Η WARNER ROADSHOW αρχίζει να διανέμει αυτόνομα της ταινίες της από το Μάιο 1997, για το έτος αυτό 6 ταινίες της διανέμονται μέσω της εταιρίας ΣΠΕΝΤΖΟΣ FILM

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ: ΤΑΙΝΙΕΣ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΚΑΙ ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ (εκτός ΗΠΑ και Ελλάδας)
ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΤΡΙΕΤΙΑ 1997 –1999

	Βρετανία	Γαλλία	Ιταλία	Ισπανία	Γερμανία	Βέλγιο	Δανία	Ολλανδία	Αυστρία	Πορτογ.	Φινλανδ.	Ιρλανδία	Νορβηγία	Γιουγκοσ.	Τσεχία	Πολωνία	Ρωσία	Γεωργία	Αυστραλ.	Κίνα	Καναδάς	Ιαπωνία	Βραζιλία	Αργεντ.	Ιράν	Ινδία	Μεξικό	
1. ODEON	9	3	1	2										2							2							
2. ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ	15	10	2	2					1			1		1	1							1						
3. UIP			1									1																
4. ROSEBUD	9	29	4	4	3				1				1	2		2	1		2	1								1
5. AMA FILM	7	5	2				2	1					1						2		4	1			1	1		
6. ΟΝΟ / ART HOUSE **	2	4	1	-	1	1	1			1	1						1	1	4	2		2						
7. ΣΠΕΝΤΖΟΣ FILM	13	2	1	-	1												1				1		1					
8. ΝΕΑ ΚΙΝΗΣΗ	4	5	2	-	1	1																		1				
9. WARNER ROADSHOW	-	-	-	-															2									
Σύνολο	59	58	13	9	4	2	3	1	2	1	1	2	2	5	1	2	3	1	9	3	5	4	1	1	1	1	1	1

Συνάγεται ότι:

- Εμφανίζεται μια μείωση του συνολικού αριθμού των ταινιών που διανεμήθηκαν την τριετία σε ποσοστό που πλησιάζει το 15%. Η μείωση αυτή παρουσιάζει ισοδύναμη τάση και στην ευρωπαϊκή παραγωγή⁴⁸ αλλά και στην παραγωγή των Η.Π.Α.
- Με δεδομένο ότι υπάρχει μια αύξηση του αριθμού των εισιτηρίων όπως επίσης και του αριθμού των αιθουσών η εμφανιζόμενη μείωση των ταινιών που διανεμήθηκαν την τελευταία τριετία, φαντάζει παράδοξη. Η εξήγηση είναι, με βάση δειγματοληπτική έρευνα⁴⁹ ότι αποτελεί στοιχείο της πολιτικής των εταιριών διανομής να προβάλλονται οι ταινίες σε περισσότερες αίθουσες και για περισσότερες εβδομάδες.
- Το μερίδιο των ταινιών με χώρα παραγωγής τις Η.Π.Α. που διανέμονται στην ελληνική αγορά φτάνει το 64%⁵⁰
- Το μερίδιο των ευρωπαϊκών ταινιών (εκτός Ελλάδας) που διανέμονται στην ελληνική αγορά φτάνει το 25%⁵¹
- Οι ταινίες με χώρα προέλευσης εκτός των Η.Π.Α. και της Ευρώπης μόλις και φθάνουν το 4%⁵². Επίσης οι ταινίες με ευρωπαϊκή χώρα προέλευσης εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης φθάνουν μόνο το 2% της συνολικής παραγωγής που διανέμεται στην Ελλάδα. Έτσι μια τεράστια παραγωγή ταινιών μένει εκτός της ελληνικής αγοράς. Η βασική παράμετρος που διαμορφώνει τη δυναμικότητα των εταιριών διανομής είναι ο αριθμός των εισιτηρίων που αντιστοιχεί στις ταινίες τους και κατά δεύτερο λόγο η διείσδυση τους στις κινηματογραφικές αίθουσες.

⁴⁸ Συμπεριλαμβάνονται και οι ταινίες ελληνικής παραγωγής.

⁴⁹ Δειγματοληπτική έρευνα που διεξήχθη για τις διανεμηθείσες ταινίες στις αίθουσες Α' προβολής των Αθηνών του μήνες Μάρτιο 1997, 1998, 1999 καθώς και Νοέμβριο 1997, 1998, 1999.

⁵⁰ Τα αντίστοιχα ποσοστά που αφορούν όμως στον αριθμό των εισιτηρίων στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης για το 1998, σύμφωνα με το European Cinema Yearbook είναι: Βέλγιο 87,4%, Γερμανία 72,3%, Γαλλία 54%, Βρετανία 86%, Ιταλία 65,2%, Ισπανία 76,1%, Ολλανδία 98,8%, Λουξεμβούργο 80,7%, Ολλανδία 89,8%, Δανία 77,8%

⁵¹ Τα αντίστοιχα ποσοστά που αφορούν όμως στον αριθμό των εισιτηρίων στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης για το 1998, σύμφωνα με το European Cinema Yearbook είναι: Βέλγιο 11,9%, Γερμανία 6,3%, Γαλλία 7,2%, Βρετανία 86%, Ιταλία 65,2%, Ισπανία 8,6%, Ολλανδία 4,1%, Λουξεμβούργο 17,7%, Ολλανδία 4,1%, Δανία 9,1%

- Η δυναμικότητα των εταιριών διανομή όσον αφορά στον αριθμό των ταινιών που διανέμουν κατά την τριετία 1997 – 99 είναι η ακόλουθη: Από τις επτά⁵³ ουσιαστικά εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο, διαμορφώνονται δύο επίπεδα δυναμικότητας, στο πρώτο επίπεδο εντάσσονται και στα τρία έτη η ODEON και η ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ και συμπληρώνεται με μία εκ των ΣΠΕΝΤΖΟΣ (1997), WARNER (1998) και ROSEBUD (1998 και 1999). Στο δεύτερο επίπεδο δυναμικότητας εντάσσονται όλες οι υπόλοιπες.
- Η ROSEBUD και η ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ έχουν τα υψηλότερα ποσοστά διανομής ευρωπαϊκών⁵⁴ ταινιών με 30,3%, και 17,4% αντίστοιχα ενώ πάλι η ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ με 22,5% η ODEON με 19,7% και η WARNER ROADSHOW με 17,4% έχουν τα υψηλότερα ποσοστά διανομής στις ταινίες με χώρα προέλευσης τις Η.Π.Α.
- Ο αριθμός των ταινιών με ομιλούσα γλώσσα την Αγγλική (παραγωγής: Η.Π.Α., Βρετανία, Ιρλανδία, Καναδά, Αυστραλία, αλλά και ευρωπαϊκές παραγωγές άλλων χωρών με ομιλούσα την αγγλική) φθάνει τις 499 την τριετία με ποσοστό 74%
- Όσον αφορά στον ευρωπαϊκό κινηματογράφο (εκτός της ελληνικής παραγωγής) η διανομή στην Ελλάδα κυριαρχείται με ποσοστό που πλησιάζει το 70% από τον Βρετανικό (34,9%) και το Γαλλικό (34,3%) κινηματογράφο.

⁵² Βλέπε πίνακα με τη σημείωση «Άλλες»

⁵³ Το **STUDIO Παράλληλο Κύκλωμα** διένειμε την τελευταία πενταετία εννέα ταινίες από τις οποίες πέντε είναι παιδικές κινουμένων σχεδίων ευρωπαϊκής παραγωγής: *Σαμψών και Σάλλυ, Ταξίδι στη Μελόνια, Ο πόλεμος των πουλιών, Jungle Jack, Υπόγεια διαδρομή για τον παράδεισο*. Δύο είναι ευρωπαϊκής παραγωγής: *Η ελευθερία είναι ο παράδεισος, Αγαπητή Έμμα - γλυκειά Μπέμπε*, μία είναι αμερικάνικης παραγωγής: *Το τσίρκο* και μία με χώρα παραγωγής την Κίνα, *Ο βασιλιάς των μασκών*. Οι συγκεκριμένες ταινίες προβλήθηκαν μόνο στο «παράλληλο κύκλωμα» (Κινηματογραφικές Λέσχες και Δημοτικούς Κινηματογράφους)

Η **Νέα Κίνηση** σταμάτησε ουσιαστικά τη λειτουργία της το 1998. Σήμερα και μέχρι το 2001 διανέμει μόνο τις ταινίες προηγούμενων ετών.

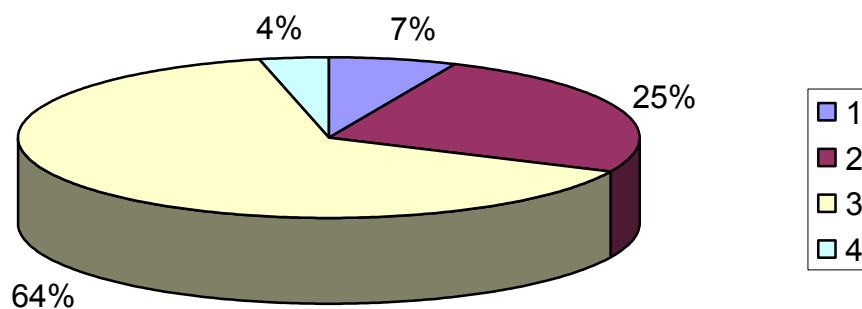
Η **OVO** κήρυξε πτώχευση το 1997. Το 1998 ο ίδιος ιδιοκτήτης έκανε έναρξη νέας εταιρίας με την ονομασία **ART HOUSE**, η οποία σταμάτησε να λειτουργεί το 1999.

Η **Hellas Film**, θυγατρική του Ελληνικού Κέντρου Κινηματογράφου διανέμει μόνο ταινίες ελληνικής παραγωγής που δεν βρίσκουν πρόσβαση στις άλλες εταιρίες διανομής

Η **WARNER ROADSHOW** αρχίζει ουσιαστικά τη δραστηριότητα της το 1998

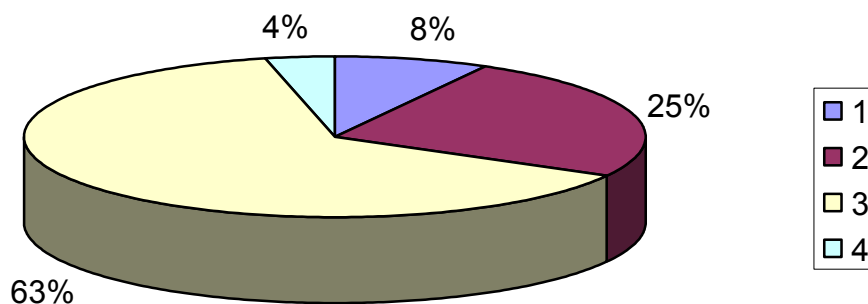
⁵⁴ Συμπεριλαμβάνονται και οι ελληνικές

ΓΡΑΦΗΜΑ ΙΙΒ: ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΤΑΙΝΙΩΝ Α' ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΕΤΟΥΣ 1997



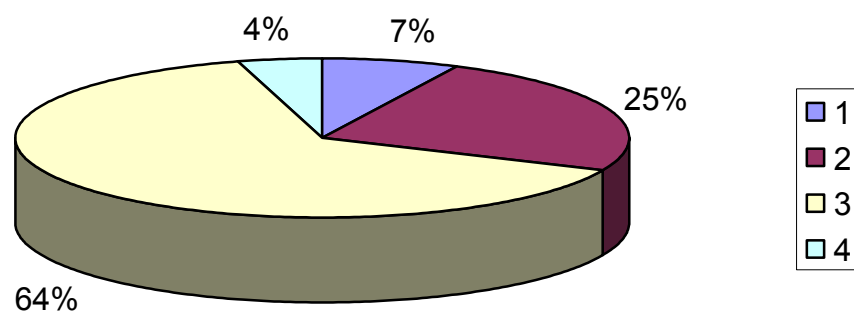
Χώρες Προέλευσης Ταινιών: 1. ΕΛΛΑΔΑ
2. ΕΥΡΩΠΗ
3. ΗΠΑ
4. ΑΛΛΕΣ

ΓΡΑΦΗΜΑ ΙΙΓ: ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΤΑΙΝΙΩΝ Α' ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΕΤΟΥΣ 1998



Χώρες Προέλευσης Ταινιών: 1. ΕΛΛΑΔΑ
2. ΕΥΡΩΠΗ
3. ΗΠΑ
4. ΑΛΛΕΣ

**ΓΡΑΦΗΜΑ ΙΙΔ: ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΤΑΙΝΙΩΝ Α'
ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΕΤΟΥΣ 1999**



Χώρες Προέλευσης Ταινιών:

1. ΕΛΛΑΔΑ
2. ΕΥΡΩΠΗ
3. ΗΠΑ
4. ΑΛΛΕΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ V

Η ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΙΘΟΥΣΑ

V.1. Οι εξελίξεις στην κινηματογραφική αίθουσα τη δεκαετία του '90

Από το τέλος της δεκαετίας του '80 οι νέες τεχνολογικές εξελίξεις στον κινηματογράφο (κυρίως στον τομέα του ήχου) οδηγούν και τις ελληνικές αίθουσες σε ανακαίνιση και εκσυγχρονισμό. Τα ηχητικά DOLBY SR, DOLBY DTS, DOLBY DIGITAL κλπ αρχίζουν να εγκαθίστανται στις αίθουσες και λειτουργούν ως πόλος προσέλκυσης κοινού. Πολλές από τις παλιές παραδοσιακές αίθουσες ανακατασκευάζονται και δημιουργούν δύο οθόνες στον ίδιο κινηματογράφο.

Στη συνέχεια νέες αίθουσες κατασκευάζονται ενώ έχουν ήδη εμφανιστεί οι πρώτες εμπορικές εταιρίες (κυρίως καταναλωτικών προϊόντων) οι οποίες σηματοποιούν της αίθουσες και προσθέτουν το όνομα του προϊόντος στον τίτλο της αίθουσας. Τα κεφάλαια απ' αυτές τις «χορηγίες» βοηθούν στον εκσυγχρονισμό των κινηματογραφικών μονάδων. Πρώτη ξεκινά η αλυσίδα ASSOS ODEON με περισσότερες από 20 αίθουσες σ' όλη τη χώρα και με παρεπόμενες λειτουργίες (ίδια προϊόντα στο μπαρ, έκδοση περιοδικού, λειτουργία club cinerphil «Λέσχη Σινεφίλοι») Σήμερα το φαινόμενο της σηματοποίησης είναι αρκετά διευρυμένο καθώς οι εμπορικές εταιρίες εκτιμούν ότι το κοινό του κινηματογράφου είναι ένα δυναμικό, νεανικό κοινό, το οποίο αποτελεί μεγάλο μέρος του «κοινού στόχου» για τα προϊόντα τους. Ονόματα τραπεζών όπως η ALPHA Πίστεως (ALPHA ODEON και ALPHA CARD), αυτοκινήτων όπως η RENAULT, καταναλωτικών προϊόντων όπως NESS CAFÉ, LIPTON, BALLADINES, REFRESH, εταιριών τηλεπικοινωνίας όπως ERICSSON, PHILLIPS κλπ απαντώνται σε ονόματα αιθουσών.

V.2. Το φαινόμενο των πολυκινηματογράφων.

Στα μέσα της δεκαετίας του 1990 αρχίζει να φυσά και στην Ελλάδα ένας διαφορετικός κινηματογραφικός άνεμος που έρχεται από τα δυτικά. Πρόκειται για αμερικανοευρωπαϊκό «άνεμο» προορισμένο να θέσει τέρμα σε μια κινηματογραφική,

και κατά βάση επιχειρηματική άπνοια, που επικρατούσε τις δύο προηγούμενες δεκαετίες. Είναι η περίοδος στην οποία κάνουν την εμφάνισή τους οι πολυκινηματογράφοι (Cineplex) και δημιουργούν την «πρώτη επανάσταση» στον τομέα της αίθουσας. Η εξάπλωση των συγκροτημάτων αυτών πρέπει αναπόφευκτα να ειπωθεί στο πλαίσιο της γενικής ανάκαμψης του κινηματογράφου στην Ελλάδα, παράλληλα όμως θα πρέπει να συνεκτιμηθεί και η διογκούμενη τάση του πληθυσμού που εκδηλώνει την προτίμησή του προς τον αμερικάνικο-κατά βάση κινηματογράφο και τους ψυχαγωγικούς τρόπους που επικρατούν στον αναπτυσσόμενο δυτικό κόσμο.

Στη θέση, λοιπόν, μιας τεράστιας αίθουσας χωρητικότητας 800-1000 θεατών, διαμορφώθηκαν τρεις ή τέσσερις μικρότερες, εκσυγχρονισμένες και άνετες, δίνοντας στο κοινό τη δυνατότητα πολλαπλής επιλογής. Συγκροτήματα που φιλοδοξούν να γυρίσουν πίσω στις αίθουσες ένα σημαντικό κομμάτι του κοινού, που μάλλον βολεύτηκε υποκαθιστώντας τη μεγάλη οθόνη της αίθουσας με τη μικρή του σαλονιού και με το αναπόσπαστο συμπλήρωμα της τελευταίας, το βίντεο.

Τα κινηματογραφικά αυτά συγκροτήματα δίνουν μεγάλη βαρύτητα στην ανανέωση της αίθουσας, μέσω του μικρότερου μεγέθους της, των βελτιωμένων συστημάτων ήχου και εικόνας, της μεγαλύτερης άνεσης και του σύγχρονου διάκοσμου.

Στην Αθήνα, κινηματογραφικά συγκροτήματα υφίστανται ως μονάδες δύο αιθουσών τα: «Όπερα», «Άττικα», «Αθήναιον», «Δαναός», «Art Ecran», «Τρία Αστέρια», «Τροπικάλ», «Αίγλη», «Μαρούσι», «Ανταμς», «Βάρκιζα», «Φάληρο», «Σινέραμα». Ως μονάδες τριών αιθουσών: «Μαργαρίτα» και «Κηφισιά Cinemax». Ως μονάδες τεσσάρων αιθουσών: «Αθήναιον Cinropolis» το «Cine City», τέλος ως μονάδα πέντε αιθουσών το «Village Cinemas Παγκράτι». Και στην ελληνική περιφέρεια έχουν κάνει την εμφάνισή τους οι σύγχρονοι αυτοί πολυχώροι. Στην Κόρινθο το «Cineplex ΛΑΙΣ», με τρεις αίθουσες, στην Τρίπολη το «Cinema Center» με τέσσερις αίθουσες, στη Ρόδο το «Cinema Center Παλλάς» με πέντε αίθουσες, στη Λιβαδειά το «Cineplex Φίλιππος» με τρεις αίθουσες και στο Ρέθυμνο το «Cineland» με δύο αίθουσες.

Οι ανάγκες όμως της κινηματογραφικής βιομηχανίας δεν σταματούν εδώ. Η προσπάθεια έγκειται πλέον στη δημιουργία των όρων προσέλευσης όχι μόνο του «ε-

νεργού» κινηματογραφικά κοινού, αλλά και του εν δυνάμει κινηματογραφικού κοινού, αυτού δηλαδή που έρχεται σε επαφή με την κινηματογραφική παραγωγή έμμεσα, μέσω δηλαδή της τηλεόρασης και του βίντεο.

Έτσι, η ανανέωση της αίθουσας, τα βελτιωμένα συστήματα, η μεγαλύτερη άνεση και ο σύγχρονος διάκοσμος δεν αρκούν. Απαιτείται η συμπληρωματικότητα της αίθουσας με άλλες ψυχαγωγικές και μη δραστηριότητες. Έτσι, κάτω από την ίδια στέγη η σκοτεινή αίθουσα συναντιέται με την καφετέρια, το ταχυεστιατόριο αλλά και το εμπορικό κατάστημα. Βρισκόμαστε πια στον αστερισμό των «multiplexes», φαινόμενο που αρχίζουμε πλέον να γνωρίζουμε και στην Ελλάδα. Η συγκέντρωση, δηλαδή, πολλών δραστηριοτήτων κάτω από την ίδια στέγη που δίνει στο κοινό τη δυνατότητα εξοικονόμησης χρόνου, σκέψης, όχι όμως και χρήματος. Το θέαμα περνάει έξω από την αίθουσα και γίνεται υπερθέαμα. Οι δραστηριότητες λειτουργούν γοητευτικά και ωθούν τον κόσμο σε συμπεριφορά που στηρίζεται στην καταναλωτική έξη. Η λογική του «όλα στο ίδιο πιάτο» μπορεί να αποδειχθεί εξαιρετικά βολική και προσοδοφόρα, υπολανθάνει όμως ο κίνδυνος, το αποτέλεσμα να μοιάζει με κακής ποιότητα «σαλάτα».

Στην Ελλάδα, στις αρχές του 1997, κάνει την εμφάνισή του το πρώτο multiplex και ταυτόχρονα ο πρώτος κύκλος στην αλυσίδα της Village Roadshow, της Αυστραλιανής πολυεθνικής που δραστηριοποιείται σε ένα ευρύ φάσμα ψυχαγωγικών και επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, από την Ιταλία και την Ουγγαρία μέχρι τη Μαλαισία και τα νησιά Φίτζι. Το Village Centre Αμαρουσίου με 10 μικρές και μεσαίες αίθουσες, συνολικής χωρητικότητας 2431 θεατών, με ψηφιακά συστήματα ήχου και πρόγραμμα προβολών που ξεκινά από το πρωί και διαρκεί μέχρι τις πρώτες μεταμεσονύκτιες ώρες, με συντριπτικά ποσοστό κοινού μεταξύ 15 και 35 ετών. Το σύνολο των εισιτηρίων το 1997 ήταν περίπου 1.200.000, το 1998 1.400.000 και το 1999 1.500.000 (από στοιχεία που έδωσε το ίδιο το Village σε επιτόπια έρευνα με συνεντεύξεις από τον διευθυντή κ. Ευτύχιο Τριανταφυλλίδη και την programming assistant κ.α γιώτα Κωνσταντοπούλου).

Μέχρι στιγμής (Ιανουάριος 2000), η Village διαθέτει 44 αίθουσες συγκροτημένες σε 3 multiplex και 1 Cineplex, εκ των οποίων το ένα βρίσκεται στη Θεσσαλονίκη με 9 αίθουσες και τα υπόλοιπα τρία στην Αττική. Το τελευταίο και πιο εντυπωσι-

ακό απόκτημα της εταιρείας, που εγκαινιάσθηκε στα τέλη του 1999, το Village Entertainment Park, απλωμένο σε 42 στρέμματα, με 20 αίθουσες, 45 καταστήματα και 10 εστιατόρια-καφετέριες.

Στο πλαίσιο του σχεδιασμού της εταιρείας, προγραμματίζεται η δημιουργία τριών νέων Village στην Αθήνα (ο χώρος του ενός έχει ήδη βρεθεί στην περιοχή της Γλυφάδας-Βουλιαγμένης), καθώς και την κατασκευή ενός ακόμη στη Θεσσαλονίκη και άλλων τεσσάρων στην επαρχία με πρώτο σταθμό το Ηράκλειο Κρήτης και μετά στην Πάτρα, στα Γιάννενα. και στη Λάρισα.

Η Village Roadshow κατασκευάζει και λειτουργεί τους πολυκινηματογράφους συνεργαζόμενη πάντοτε με έλληνες επιχειρηματίες (όχι απαραίτητα από τον κινηματογραφικό χώρο και διαφορετικούς ανά περίπτωση) με ποσοστό 50% της συνολικής επένδυσης ενώ η ίδια κρατά το management της κινηματογραφικής μονάδας

Μετά την Village Roadshow και η Νοτιοαφρικανική *Ster Kinekor* σε συνεργασία με τον όμιλο ODEON λειτουργεί ήδη έναν πολυκινηματογράφο με οκτώ αίθουσες στο κέντρο της Θεσσαλονίκης (Cine «Πλατεία»), ενώ κατασκευάζεται ένας ακόμα στο Λεκανοπέδιο. Μέσα στα άμεσα σχέδια της εταιρίας (πάντα με τη συνεργασία του ομίλου ODEON) είναι η κατασκευή και η λειτουργία τεσσάρων ακόμα πολυκινηματογράφων στην Αττική και στην περιφέρεια.

Η Ελλάδα περιλαμβάνεται μέσα στη στρατηγική επέκτασης και άλλων πολυεθνικών εταιριών στον τομέα της αίθουσας όπως το Cinema Europa, και το Gold Class Cinema τα οποία ήδη έχουν εμφανιστεί στον ευρωπαϊκό χώρο.

V.3. Η κατανομή των κινηματογραφικών αιθουσών ανά γεωγραφική περιφέρεια στην Ελλάδα

Σύμφωνα με την τηλεφωνική συγκέντρωση στοιχείων για τη λειτουργία των κινηματογραφικών μονάδων σ' όλη την Ελλάδα που πραγματοποιήθηκε για τις ανάγκες της παρούσας μελέτης ο αριθμός των κινηματογραφικών αιθου-

σών/οθονών σ' όλη τη χώρα μέχρι τα μέσα Δεκεμβρίου 1999 ανέρχεται σε 443^α και ανήκουν σε 382 κινηματογραφικές μονάδες/επιχειρήσεις^β.

Από τις 443 αίθουσες, οι 203 είναι χειμερινές, οι 53 ετήσιας λειτουργίας και οι 186 θερινές αίθουσες. Από τον πίνακα της κατανομής ανά γεωγραφική περιφέρεια προκύπτουν:

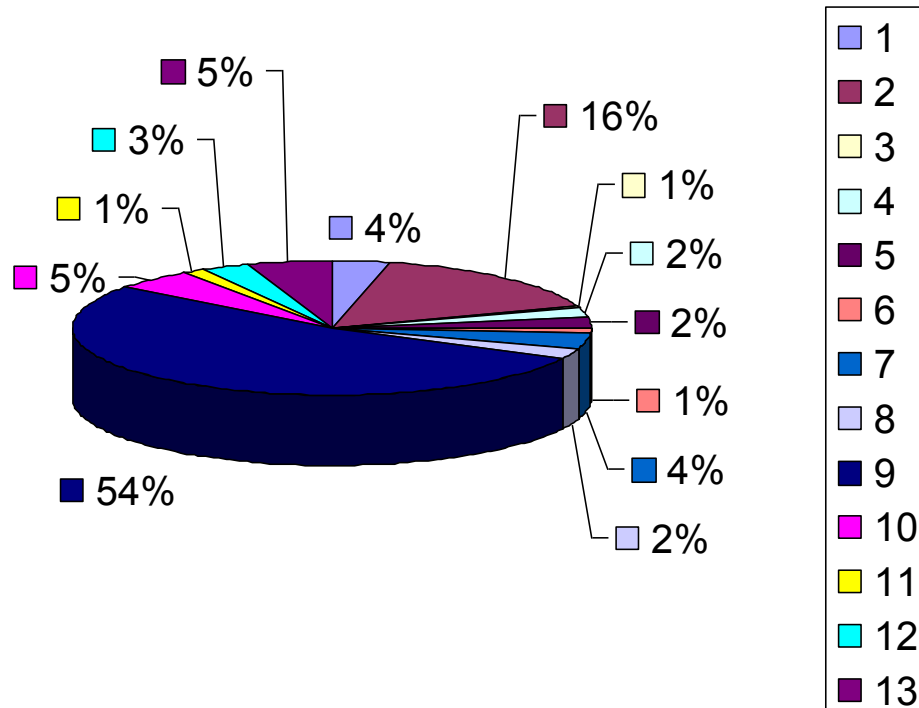
- Αν και στο λεκανοπέδιο συγκεντρώνεται περίπου το 35% το συνολικού πληθυσμού της χώρας το αντίστοιχο ποσοστό των κινηματογραφικών αιθουσών/οθονών ξεπερνά το 52%^γ.
- Οι τρεις περιφέρειες με το μικρότερο αριθμό αιθουσών είναι η Δυτική Μακεδονία 0,7%, τα Ιόνια Νησιά 1,1% και το Βόρειο Αιγαίο με 1,3%
- Ο μόνος νομός εντός των ορίων του οποίου δεν υφίσταται κινηματογραφική αίθουσα είναι ο Νομός Φλωρίνης.

^α Στον πληθυσμό δεν περιλαμβάνονται οι 20 αίθουσες του Entertainment Park στον Ρέντη, οι 5 νέες αίθουσες στον πολυκινηματογράφο της Ρόδου και οι 3 νέες αίθουσες στο Σινέ Φίλιππος της Λιβαδειάς.

^β Το European Cinema Year Book για το έτος 1997 προσδιορίζει τον αριθμό των αιθουσών/οθονών σε 340 και των κινηματογραφικών μονάδων σε 312, ενώ για το έτος 1998 οι αντίστοιχοι αριθμοί είναι 360 και 319.

^γ Δεν συμπεριλαμβάνεται ο αριθμός των 20 αιθουσών του Entertainment Park στον Ρέντη

ΓΡΑΦΗΜΑ ΙΑ: ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΑΙΘΟΥΣΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ



- | | |
|--------------------------------|-------------------|
| 1. ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗ | 8. ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ |
| 2. ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ | 9. ΑΤΤΙΚΗ |
| 3. ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ | 10. ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ |
| 4. ΗΠΕΙΡΟΣ | 11. ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ |
| 5. ΘΕΣΣΑΛΙΑ | 12. ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ |
| 6. ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ | 13. ΚΡΗΤΗ |
| 7. ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ | |

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙV: ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΙΘΟΥΣΕΣ ΚΑΤΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

Γεωγρ.Περιφέρεια – Νομός	Είδος αίθουσας	ΘΕΡΙΝΑ	ΧΕΙΜΕΡΙΝΑ	ΕΤΗΣΙΑΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	ΣΥΝΟΛΟ
1. ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗ	1.1 Έβρου	4	4	-	8
	1.2 Ξάνθης	1	2	-	3
	1.3 Ροδόπης	-	2 ¹	-	2
	1.4 Δράμας	1	1	-	2
	1.5 Καβάλας	-	1	-	1
			6	10	-
2. ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	2.1 Ημαθίας	3	2	-	5
	2.2 Θεσ/νίκης	13	19 ²	19 ³	51
	2.3 Κιλκίς	-	-	-	-
	2.4 Πέλλης	2	2	-	4
	2.5 Πιερίας	2	2 ⁴	-	4
	2.6 Σερρών	1	2	-	3
	2.7 Χαλκιδικής	4	-	-	4
		25	27	19	71
3. ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	3.1 Γρεβενών	-	1	-	1
	3.2 Καστοριάς	-	1	-	1
	3.3 Κοζάνης	-	1	-	1
	3.4 Φλωρίνης	-	-	-	-
			-	3	-
4. ΗΠΕΙΡΟΣ	4.1 Άρτης	1	1	-	2
	4.2 Θεσπρωτίας	1	-	-	1
	4.3 Ιωαννίνων	-	5	-	5
	4.4 Πρεβέζης	1	1	-	2
			3	7	-
5. ΘΕΣΣΑΛΙΑ	5.1 Καρδίτσας	-	1	-	1
	5.2 Λαρίσης	1	3 ⁵	-	4
	5.3 Μαγνησίας	-	4 ⁶	-	4
	5.4 Τρικάλων	-	2	-	2
			1	10	-
6. ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	6.1 Ζακύνθου	1	1	-	2
	6.2 Κερκύρας	-	1	-	1
	6.3 Κεφαλληνίας	-	1	-	1
	6.4 Λευκάδος	1	-	-	1
			2	3	-
7. ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	7.1 Ατωλίας & Ακαρνανίας	1	2	-	3
	7.2 Αχαΐας	3	6	-	9
	7.3 Ηλείας	2	3	-	5
			6	11	-
8. ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	8.1 Βοιωτίας	2	-	-	2
	8.2 Ευβοίας	1	1	-	2
	8.3 Ευρυτανίας	-	1	-	1
	8.4 Φθιώτιδας	2	3 ⁷	-	5
	8.5 Φοκίδας	-	1	-	1
			5	6	-
9. ΑΤΤΙΚΗ	9.1 Αττικής	109	93 ⁸	32 ⁹	234
		109	93	32	234
10. ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	10.1 Αργολίδας	3	2	-	5
	10.2 Αρκαδίας	-	1	-	1
	10.3 Κορινθίας	8	4 ¹⁰	-	12
	10.4 Λακωνίας	-	1	-	1
	10.5 Μεσσηνίας	1	2	-	3
			12	10	-

11. ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	11.1 Λέσβου	2	-	-	2
	11.2 Σάμου	1	-	-	1
	11.3 Χίου	1	2	-	3
		4	2	-	6
12. ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	12.1 Δωδ/νήσου	2	4	1	7
	12.2 Κυκλάδων	5	2	-	7
		7	6	1	14
13. ΚΡΗΤΗ	13.1 Ηρακλείου	2	6 ¹¹	-	8
	13.2 Λασιθίου	1	3	2	6
	13.3 Ρεθύμνης	-	2 ¹²	-	2
	13.4 Χανίων	3	4	-	7
		6	15	2	23
ΣΥΝΟΛΟ		186	203	54	443

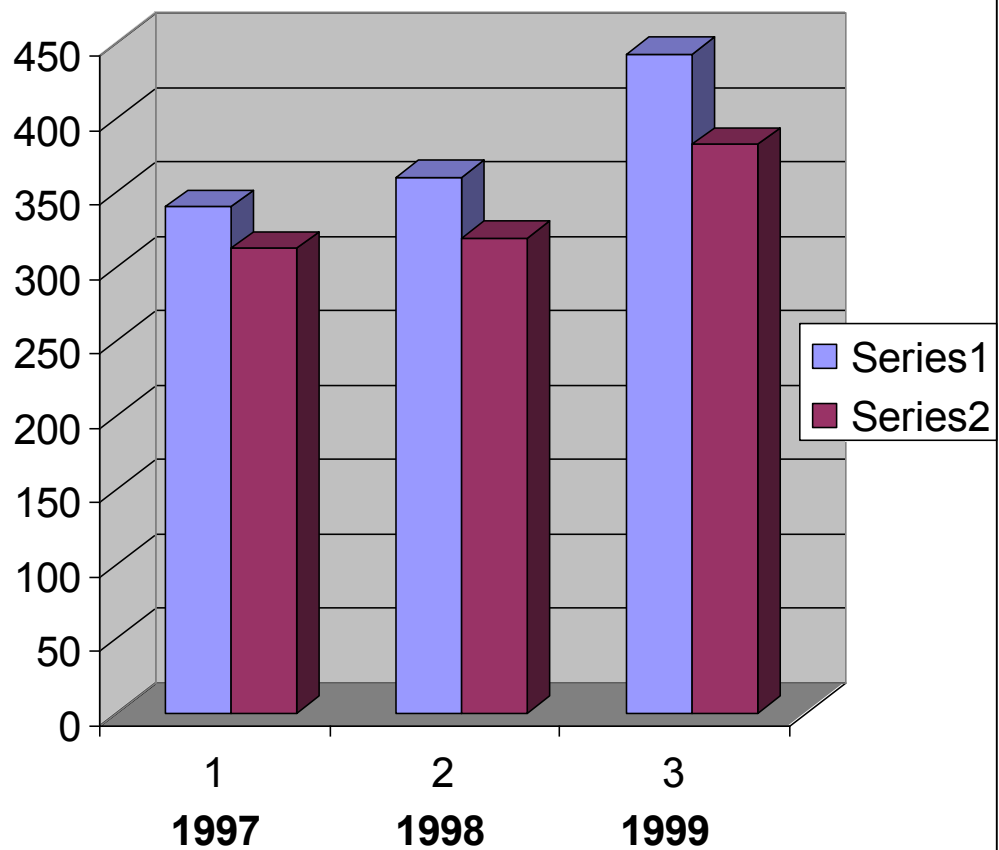
1. 1 επιχείρηση με 2 αίθουσες
2. 3 επιχειρήσεις από 2 αίθουσες
3. - 1 επιχείρηση με 9 αίθουσες
- 1 επιχείρηση με 8 αίθουσες
4. 1 επιχείρηση με 2 αίθουσες
5. 1 επιχείρηση με 2 αίθουσες
6. 1 επιχείρηση με 2 αίθουσες
7. 1 επιχείρηση με 2 αίθουσες
8. - 9 επιχειρήσεις από 2 αίθουσες
- 2 επιχειρήσεις από 3 αίθουσες
9. - 2 επιχειρήσεις από 4 αίθουσες
- 1 επιχείρηση με 2 αίθουσες
- 1 επιχείρηση με 10 αίθουσες
- 1 επιχείρηση με 5 αίθουσες
10. 1 επιχείρηση με 3 αίθουσες
11. 2 επιχειρήσεις από 2 αίθουσες
12. 1 επιχείρηση με 2 αίθουσες

Στον πίνακα περιέχονται 15 – 18 κινηματογράφοι (θερινοί – χειμερινοί) οι οποίοι δεν λειτούργησαν ή δεν λειτούργησαν ολόκληρη τη σεζόν του 1998.

Οι αριθμοί είναι αίθουσες. Μονάδες / επιχειρήσεις με περισσότερες της μίας αίθουσας είναι 30 (Δεκέμβριος του '99).

Το σύνολο των 443 αιθουσών αντιστοιχεί σε 382 μονάδες (κινηματογράφοι / επιχειρήσεις).

ΓΡΑΦΗΜΑ ΙΒ: ΛΕΙΤΟΥΡΓΟΥΣΕΣ ΚΙΝ. ΑΙΘΟΥΣΕΣ/ΜΟΝΑΔΕΣ ΚΑΤ' ΕΤΟΣ



1. ΑΙΘΟΥΣΕΣ (ΟΘΟΝΕΣ)
2. ΜΟΝΑΔΕΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ VI

ΤΑ ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ

Παραθέτουμε πίνακες με αριθμούς εισιτηρίων κατά κατηγορίες και κατά πηγή πληροφόρησης.

ΠΙΝΑΚΑΣ V.A: ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ ΚΑΤΑ ΠΗΓΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ
ΑΝΑ ΕΤΟΣ

Έτος	¹ U.S Ταινίες Α΄ Προβολής Major Εταιρειών Αθήνα	² Ερωτηματολόγια + Υπ. Πολιτισμού Σύνολο Χώρας
1996	2.854.999 ¹	7.492.737
1997	3.659.737 ²	9.958.706
1998	2.807.379 ³	8.637.449

¹ Αριθμοί εισιτηρίων (Έτος) που μας παρασχέθηκαν από τις Εταιρείες Διανομής οι οποίες εκπροσωπούν Major Εταιρείες.

Δεν περιλαμβάνονται τα εισιτήρια από ταινίες τις οποίες οι ίδιες Εταιρείες Διανομής αλλά και οι υπόλοιπες προμηθεύτηκαν από την ελεύθερη αγορά.

1. Ημερομηνία σύνταξης 23.10.1998
2. Ημερομηνία σύνταξης 9.4.1998
3. Ημερομηνία σύνταξης 23.10.1998

² Εισιτήρια (Έτος) Ερωτηματολόγια + Υπ. Πολιτισμού. Σύνολο χώρας.

Προέκυψαν από την άθροιση α+β:

α. Εισιτήρια θερινών κινηματογράφων = εισιτήρια ερωτηματολογίων θερινών κινηματογράφων + εισιτήρια θερινών κινηματογράφων από το Υπ. Πολιτισμού.

β. Εισιτήρια χειμερινών κινηματογράφων από Υπ. Πολιτισμού.

Άρα λείπουν τα εισιτήρια χειμερινών κινηματογράφων οι οποίοι δεν συμπεριλαμβάνονται στους καταλόγους του Υπ. Πολιτισμού και θερινών κινηματογράφων οι οποίοι δεν απάντησαν στο ερωτηματολόγιο και δεν συμπεριλαμβάνονται στους καταλόγους του Υπ. Πολιτισμού.

ΠΙΝΑΚΑΣ V.B: ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ ΚΑΤΑ ΠΗΓΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ
ΑΝΑ ΣΑΙΖΟΝ

Σαιζόν	1 U.S Ταινίες Α΄ Προβολής Major Εταιρειών Αθήνα	2 Ερωτηματολόγια + Υπ. Πολιτισμού Σύνολο Χώρας
1995 - 1996		5.584.021
1996 - 1997	3.520.104 ⁴	7.512.367
1997 - 1998	4.046.229 ⁵	7.794.879
1998 - 1999	3.951.442 ⁶ (Αθήνα + Θεσσαλονίκη) 5.266.930	

1 Αριθμοί εισιτηρίων (Σαιζόν) που μας παρασχέθηκαν από τις Εταιρείες Διανομής οι οποίες εκπροσωπούν Major Εταιρείες.

Δεν περιλαμβάνονται τα εισιτήρια από ταινίες τις οποίες οι ίδιες Εταιρείες Διανομής αλλά και οι υπόλοιπες προμηθεύτηκαν από την ελεύθερη αγορά.

1. Ημερομηνία σύνταξης 9.4.1998
2. Ημερομηνία σύνταξης 6.5.1998
3. Δεν υπάρχει ημερομηνία σύνταξης

2 Τα εισιτήρια (Σαιζόν) Ερωτηματολόγια + Υπ. Πολιτισμού. Σύνολο χώρας.

Προέκυψαν από την άθροιση α+β:

- α. Εισιτήρια θερινών κινηματογράφων = εισιτήρια ερωτηματολογίων θερινών κινηματογράφων + εισιτήρια θερινών κινηματογράφων από το Υπ. Πολιτισμού.
- β. Εισιτήρια ερωτηματολογίων χειμερινών κινηματογράφων (Σαιζόν).

Άρα λείπουν το εισιτήρια χειμερινών κινηματογράφων οι οποίοι δεν απάντησαν στο ερωτηματολόγιο και θερινών κινηματογράφων οι οποίοι δεν απάντησαν στο ερωτηματολόγιο και δεν περιέχονται στους καταλόγους του Υπ. Πολιτισμού.

ΠΙΝΑΚΑΣ VI.A: ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ ΤΑΙΝΙΩΝ Α΄ ΠΡΟΒΟΛΗΣ
MAJOR ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΚΑΤΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΚΑΙ ΕΤΟΣ

	U.S Ταινίες Α΄ Προβολής Major Εταιρειών Αθήνα					
	1996		1997		1998	
	N	%	N	%	N	%
ODEON ^{1,2}	751.519	26,3	666.800	18,2	1.452.546	51,8
ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ	1.338.367	46,9	1.981.774	54,2	561.692	20,0
U.I.P	661.210	23,2	632.366	17,3	419.103	14,9
ΣΠΕΝΤΖΟΣ ¹	103.903	3,6	-	-	-	-
WARNER ³	-	-	378.797	10,3	374.038	13,3
ΣΥΝΟΛΟ	2.854.999	100,0	3.659.737	100,0	2.807.379	100,0

ΠΙΝΑΚΑΣ VI.B: ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ ΤΑΙΝΙΩΝ Α΄ ΠΡΟΒΟΛΗΣ
MAJOR ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΚΑΤΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΚΑΙ ΣΑΙΖΟΝ

	Εταιρειών Διανομής U.S Ταινιών Major Εταιρειών Αθήνα							
	Αθήνα						Αθήνα - Θεσσαλονίκη	
	1996-1997		1997-1998		1998-1999		1998-1999	
	N	%	N	%	N	%	N	%
ODEON ^{1,2}	897.644	25,5	1.508.539	37,3	611.554	15,5	832.770	15,8
ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ	1.895.034	53,9	1.241.890	30,7	1.585.053	40,1	2.087.827	39,6
U.I.P	722.829	20,6	605.600	15,0	957.711	24,2	1.282.763	24,4
ΣΠΕΝΤΖΟΣ ¹	-	-	-	-	-	-	-	-
WARNER ³	-	-	690.200	17,0	797.124	20,2	1.063.470	20,2
ΣΥΝΟΛΟ	3.520.104 ⁴	100,0	4.046.229	100,0	3.951.442	100,0	5.266.930	100,0

¹ Μέχρι το 1996 η ΣΠΕΝΤΖΟΣ εξακολουθούσε να αντιπροσωπεύει την FOX, από το 1996 και μετά αντιπροσωπεύεται από την ODEON

² Η ODEON για το 1996 περιέχει και την WARNER

³ Η WARNER ROADSHOW εισέρχεται στο κλάδο το 1997

⁴ Στο σύνολο δεν περιέχονται τα εισιτήρια της MGM (4.527, 0%)

ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Οι συναντήσεις με τις εταιρίες διανομής ανέδειξαν μία αντιφατική ιδιοτυπία που εμφανίζεται στον κλάδο. Αν και αποτελούν κατ' εξοχήν μεγάλης σημασίας μονάδες στην πολιτιστική βιομηχανία του τόπου με δυναμική ανάπτυξη, εν τούτοις, ο τρόπος συγκρότησης τους παρουσιάζει χαρακτηριστικά “βιοτεχνικού” επιπέδου οργάνωσης και νοοτροπίας.

Επιπρόσθετα διαπιστώθηκε ότι υφίσταται ένα διάχυτο κλίμα καχυποψίας και έλλειψης εμπιστοσύνης και συνεργασίας μεταξύ τους. Ιδιαίτερα τη συγκεκριμένη περίοδο αντιμετωπίσαμε μία οξυμένη φάση στις μεταξύ τους σχέσεις λόγω δημοσίων προσωπικών αντιπαραθέσεων. Εκτιμούμε ότι η κατάσταση αυτή οφείλεται στον “βιοτεχνικό” επίπεδο οργάνωσης και τη νοοτροπία που πηγάζει απ' αυτόν.

Για την ερευνητική ομάδα, το θέμα της έρευνας δεν είχε μόνο επιστημονικό ενδιαφέρον, καθώς οι προσωπικές τους εμπειρίες, επικοινωνίες, γνωριμίες και επαφές με τους ανθρώπους του κλάδου, της επέτρεψε την σχετικά εύκολη πρόσβαση και την διαμόρφωση μιας δυναμικής συνέχειας αυτής της έρευνας που περιγράφεται πιο κάτω.

Θα πρέπει βέβαια να σημειωθεί ότι η ιδιοτυπία του χώρου των εταιρειών διανομής (ολιγοπωλιακή διάρθρωση, αντιτιθέμενα συμφέροντα, διαφοροποιημένοι τρόποι προσέγγισης και μέτρησης των διαφόρων στατιστικών μεγεθών) δυσκόλεψε την ερευνητική εργασία και την συλλογή των στοιχείων με τρόπο έγκυρο και με μεθόδους αξιόπιστες. Όμως, ακριβώς αυτή η ανάγκη, δηλαδή η έλλειψη επαρκών και αξιόπιστων στοιχείων στο χώρο της διανομής στην Ελλάδα, αντιμετωπίστηκε από την έρευνα με τέτοιο τρόπο ώστε και να αποτυπωθούν δεδομένα και τάσεις και τελικά να εξαχθούν συμπεράσματα.

- Το σημαντικότερο γεγονός, συγκριτικό πλεονέκτημα και προστιθέμενη αξία αυτής της έρευνας, είναι η καταγραφείσα κοινή βούληση των ιδιοκτητών και των διευθυντικών στελεχών όλων των εταιρειών διανομής, που επετεύχθη στα πλαίσια αυτής της έρευνας και συγκεκριμένα κατά την διάρκεια των συναντήσεων και των προσωπικών συνεντεύξεων μαζί τους. Έτσι, κρίθηκε ανα-

γκαίο και έγινε από όλους αποδεκτό, η άμεση διεξαγωγή **μιας επίσημης συνάντησης όλων των εταιρειών, υπό την αιγίδα του Υπουργείου Τύπου και του Media Desk**, όπου θα επιλεγεί εκείνη η μέθοδος και διαδικασία, ώστε τα δεδομένα και τα στοιχεία του κλάδου να αποτυπώνονται με τον πλέον έγκυρο και αξιόπιστο τρόπο και να εξασφαλίζεται η ελεύθερη πρόσβαση σε αυτά κάθε ενδιαφερομένου. Με τον τρόπο αυτό, διαμορφώνεται ένα απαραίτητο εργαλείο για την διαμόρφωση στρατηγικής και την χάραξη πολιτικής, στη βάση πραγματικών δεδομένων, από τις εταιρείες του κλάδου της διανομής, αλλά και από τους ενδιαφερόμενους φορείς του Δημόσιου, του ιδιωτικού και του εθελοντικού τομέα για την κινηματογραφική βιομηχανία και γενικότερα για τον κινηματογραφικό χώρο.

- Με βάση τα αντικειμενικά δεδομένα του κλάδου, αποτελεί αδήριτη **ανάγκη η συνέχεια αυτής της έρευνας, με επιτόπια συμπλήρωση ερωτηματολογίου σε κάθε κινηματογραφική μονάδα και σε όλη την Ελλάδα**. Η άμεση προσφυγή στην «πηγή», που είναι η αίθουσα, αποτελεί την μόνη ικανή και αναγκαία συνθήκη για την αξιόπιστη και ολοκληρωμένη καταγραφή του αριθμού των εισιτηρίων σε όλη την Ελλάδα, για την καταγραφή της λειτουργίας της αίθουσας και της διανομής των ταινιών. Η έρευνα αυτή θα παράσχει την δυνατότητα για δημιουργία μιας **βάσης δεδομένων που θα πρέπει να συντηρείται και να ανανεώνεται συστηματικά**, ώστε να αποκτήσει και η χώρα μας ολοκληρωμένα στοιχεία και με χρονική συνέχεια, σε κάθε πτυχή και σε όλες τις παραμέτρους του κινηματογραφικού χώρου.
- Επιπρόσθετα, θα πρέπει να **επανεργοποιηθεί το υφιστάμενο νομικό πλαίσιο** με βάση το οποίο οι αίθουσες υποχρεούνται να παραδίδουν στο αρμόδιο κατά νομό γραφείο της ΕΣΥΕ, τα συνολικά στατιστικά δεδομένα λειτουργίας τους που έχουν σχέση με τα εισιτήρια της μονάδας. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η συγκέντρωση των στοιχείων πραγματοποιούνταν από το γραφείο της ΕΣΥΕ του Υπουργείου Πολιτισμού μέχρι το 1992, ενώ σήμερα ανήκει στο γραφείο ΕΣΥΕ του Υπουργείου Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ:

- Φρίξος Ηλιάδης «Ο Ελληνικός κινηματογράφος 1906-1960»
- Αγλαΐα Μητροπούλου, «Ο ελληνικός κινηματογράφος», 1980
- Κίρα Κιτσοπανίδου, «Το Μάρκετινγκ του Ευρωπαϊκού Κινηματογράφου» εκδόσεις Παπαζήση Αθήνα 2000
- Γιάννης Μπακογιαννόπουλος, «Η υπόσχεση ενός νεαρού κινηματογράφου», Σινεμυθολογία, Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, 1993
- Νίκος Φένεκ-Μικελίδης «Ιστορία του κινηματογράφου: 100 χρόνια ελληνικές ταινίες, από το 1987 μέχρι σήμερα», (Μανιατέας 1997)
- Γιάννης Σολδάτος, «Ιστορία του ελληνικού κινηματογράφου» (Αιγόκερως 1984)
- Χρ. Χαλαζιάς, «Κινηματογράφος, μια θεώρηση», Αθήνα 1999
- Ν. Κολοβός, «Κοινωνιολογία του Κινηματογράφου», Αθήνα 1988
- Χρυσάνθη Σωτηροπούλου, «Ελληνική κινηματογραφία 1965-1975. Θεσμικό πλαίσιο-οικονομική κατάσταση» Θεμέλιο, Αθήνα 1989
- Δημήτρης Κολιοδήμος, «Φιλμ-ελληνικός κινηματογράφος», εκδόσεις Καστανιώτη
- Μ. Μαρτέν «Η γλώσσα του κινηματογράφου», Κάλβος 1984
- George Sadoul «Ιστορία της τέχνης του κινηματογράφου», Νέα βιβλιοθήκη Φέξη, Αθήνα 1960
- Περιοδικό ΑΘΗΝΟΡΑΜΑ και περιοδικό ΕΞΟΔΟΣ τεύχη Νοεμβρίου 1997, 1998 και 1999 και τεύχη Μαρτίου 1997, 1998 και 1999
- Κινηματογραφικά Στατιστικά Εκδόσεις, Γεωργόπουλου τεύχη περιόδου 1962 – 1978
- Εφημερίδα «Καθημερινή», στο αφιέρωμα του ένθετου περιοδικού «Επτά ημέρες», με τίτλο «Η Ελλάδα τον 20ο αιώνα», Οκτώβριος-Δεκέμβριος 1999, και συγκεκριμένα τα άρθρα των Ελίζας-Άννας Δελβερούδη και Μαρίας Κατσουνάκη.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ:

Στην προσπάθεια της ερευνητικής ομάδας να υπολογίσει το συνολικό αριθμό των εισιτηρίων, με επιστημονικές μεθόδους και με δεδομένη την αντικειμενική αδυναμία του χώρου της διανομής να παράσχει το συνολικό αριθμό των εισιτηρίων (όπως αναφέρεται στο κεφάλαιο «Μεθοδολογία» της έρευνας) προχώρησε στα εξής:

- Αξιοποίησε, συνθέτοντας, τα δεδομένα της έρευνας (ερωτηματολόγια με τηλεφωνική συνέντευξη), στοιχεία του ΥΠΟ και τα ερωτηματολόγια των εργασιών του Παντείου Πανεπιστημίου.
- Υπολογίστηκαν οι μέσοι όροι εισιτηρίων στο σύνολο των αιθουσών που απάντησαν για εισιτήρια.
- Οι αίθουσες που δεν απάντησαν στο θέμα των εισιτηρίων, συνυπολογίστηκαν με βάση το μέσο όρο εκείνων που απάντησαν για το κάθε έτος.
- Αφαιρέθηκε ο αριθμός των αιθουσών, αντίστοιχα για τα έτη 1996, 1997 που δεν λειτουργούσαν.

Θα πρέπει να σημειωθεί:

- Δεν έχουν συνυπολογισθεί οι αίθουσες που σταμάτησαν τη λειτουργία τους το 1999 ενώ λειτουργούσαν παλαιότερα (1996-1997).
- Δεν χρησιμοποιήθηκαν μέθοδοι στατιστικής στάθμισης με αποτέλεσμα αίθουσες γνωστής δυναμικότητας να «υποτιμηθούν» επειδή συνυπολογίστηκαν στο μέσο όρο.
- Το Village Αμαρουσίου έχει υπολογιστεί μόνο κατά ένα έτος.

Κατά συνέπεια

A. Τα σύνολα των εισιτηρίων είναι ενδεικτικά, συμπίπτουν όμως με τις εκτιμήσεις τάξης μεγέθους που έδωσαν σε προφορικές συζητήσεις οι υπεύθυνοι των Εταιριών Διανομής.

B. Δεν μπορεί να εξαχθεί συμπέρασμα σε τάσεις αλλά ούτε και στον διαχωρισμό μεταξύ των εισιτηρίων που πραγματοποίησαν οι ταινίες παραγωγής Η.Π.Α., Ευρώπης, Ελλάδας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ, ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ, ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ ΚΑΤΑ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΑΙΘΟΥΣΑΣ ΚΑΙ ΠΗΓΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

Στην κατηγορία των χειμερινών κινηματογράφων περιέχονται και οι κινηματογράφοι συνεχούς λειτουργίας

	ΕΤΟΣ	1 ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ	2* ΑΠΑΝΤΗΣΑΝΤΕΣ (ΑΙΘΟΥΣΕΣ)	3 ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ / ΜΟΝΑΔΑ	4 (Σ-2) ΜΗ ΑΠΑΝΤΗΣΑΝΤΕΣ (ΑΙΘΟΥΣΕΣ)	5 (3Χ4) ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ ΜΗ ΑΠΑΝΤΗΣΑΝΤΩΝ	6 (1+5) ΣΥΝΟΛΟ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΩΝ & ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ	7 ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΘΟΥΣΩΝ ΠΟΥ ΔΕΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓ/ΣΑΝ	8 ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΑ ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ ΤΗΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑΣ (7)	9 (6-8) ΤΕΛΙΚΑ ΣΥΝΟΛΑ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ
Α. ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ «ΤΕΛΙΚΑ» * ¹ ΘΕΡΙΝΩΝ ΚΙΝ/ΦΩΝ	1996	1.173.094	110	10.664	76	810.464	1.983.558	17	181.288	1.802.270
	1997	1.353.245	131	10.330	55	568.150	1.921.395	14	144.620	1.776.775
	1998	1.418.434	132	14.184	54	765.936	2.184.370	7	99.280	2.085.090
			* σε σύνολο Σ=186							
Β. ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ ΧΕΙΜΕΡΙΝΩΝ ΚΙΝ/ΦΩΝ- ΥΠ. ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	1996	5.691.953	131	43.450	126	5.474.700	11.166.653	44	1.911.800	9.254.853
	1997	6.174.963	147	42.006	110	4.620.660	10.795.623	25	1.050.150	9.745.473
	1998	6.036.060	129	46.791	128	5.989.248	12.025.308	19	889.029	11.136.279
			* σε σύνολο Σ=257							
Γ. ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ ΧΕΙΜΕΡΙΝΩΝ ΚΙΝ/ΦΩΝ- ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ & ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩ Ν ΠΑΝΤΕΙΟΥ	1996	2.810.337	69	40.730	188	7.657.240	10.467.577	44	1.792.120	8.675.457
	1997	4.018.622	96	41.861	161	6.739.621	10.758.243	25	1.046.525	9.711.718
	1998	4.192.445	110	38.113	147	5.602.611	9.795.056	19	724.147	9.070.909
			* σε σύνολο Σ=257							

*¹ Εισιτήρια θερινών κινηματογράφων = εισιτήρια ερωτηματολογίων θερινών κινηματογράφων + εισιτήρια θερινών κινηματογράφων από το Υπ. Πολιτισμού.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ, ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ, ΣΥΝΟΛΟΥ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ

	ΕΤΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ
(A+B)	1996	11.057.123
	1997	11.522.248
	1998	13.221.369
(A+Γ)	1996	10.477.727
	1997	11.488.493
	1998	11.155.999

