



SALAS DE EXIBIÇÃO

MAPEAMENTO

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA
2010

Estudo elaborado pela equipe da
Superintendência de Acompanhamento de Mercado – SAM / ANCINE

Ficha Técnica

Ana Lúcia da Costa e Silva
Ana Sallai
Claudio Beleli
Fábio Perrut

Especialistas Responsáveis

Carla Sobrosa

Coordenadora de Cinema e Vídeo

Marcos de Rezende

Superintendente de Acompanhamento de Mercado

Tânia Pinta
Mariana Lima
Luana Macedo
Marianna Bezerra
Fernanda Tâmara
Amanda Costa

Equipe de Apoio

Gustavo Gindre
Bruno Cunha
Leonardo Martins Lima

Equipe de Revisão

Este trabalho foi elaborado durante o ano de 2010 sob a supervisão do Diretor Paulo Alcoforado. Nos meses de janeiro e fevereiro de 2011, foi disponibilizado para os técnicos da Agência Nacional do Cinema, com o objetivo de receber sugestões e comentários. As contribuições recebidas foram analisadas e incorporadas pela equipe de revisão do relatório. Agradecemos a colaboração dos funcionários da Agência e, em especial, a Paulo Zilio, Kelvia Albuquerque, Marcos Faria e Alberto Flaksman. Os levantamentos para este trabalho foram concluídos em 31 de março de 2011. Publicado em 30 de junho de 2011.

Errata – Mapeamento de Salas de Exibição - 2010

Na página 46 – Figura 9 – Perfil Região Norte, onde se lê:

Empresas/Grupos exibidores	Salas	%
MOVIECOM	15	22%
CINEMAIS	8	12%
CINEMARK	8	12%
GSR	6	9%
ARAUJO	5	7%
Outros	25	37%
Total	71	100%

Leia-se:

Empresas/Grupos exibidores	Salas	%
MOVIECOM	18	18%
CINEMAIS	16	16%
PLAY	10	10%
CINEMARK	8	8%
CINÉPOLIS	7	7%
Outros	39	40%
Total	98	100%

Na página 47, Figura 10 – Perfil Região Centro-Oeste, onde se lê:

	Municípios	População
Com Cinema	26	7.930.225
Sem Cinema	440	6.120.115
Total	466	14.050.340

Empresas/Grupos exibidores	Salas	%
GSR	32	20%
CINEMARK	45	19%
CINEMAIS	15	9%
LUMIERE	13	6%
ARAUJO	13	6%
Outros	80	40%
Total	198	100%

Leia-se:

	Municípios	População
Com Cinema	25	7.880.992
Sem Cinema	440	6.169.348
Total	465	14.050.340

Empresas/Grupos exibidores	Salas	%
CINEMARK	45	23%
GSR	32	16%
CINEMAIS	15	8%
LUMIERE	13	7%
ARAUJO	13	7%
Outros	80	40%
Total	198	100%

Na página 48 – Figura 11 – Perfil – Região Nordeste, onde se lê:

	Municípios	População
Com Cinema	36	16.750.009
Sem Cinema	1.758	34.870.774
Total	1.794	53.591.197

Empresas/Grupos exibidores	Salas	%
UCI/GSR	35	14%
BOX	30	12%
CINEMARK	29	12%
UCI/ORIENT	18	7%
GSR	14	6%
Outros	117	48%
Total	243	100%

Leia-se:

	Municípios	População
Com Cinema	36	16.750.009
Sem Cinema	1.758	36.841.188
Total	1.794	53.591.197

Empresas/Grupos exibidores	Salas	%
UCI/GSR	35	13%
BOX	30	11%
CINEMARK	29	11%
UCI/ORIENT	18	7%
GSR	14	5%
Outros	144	53%
Total	270	100%

Página 49 – Figura 13 – Perfil – Região Sul, onde se lê:

	Municípios	População
Com Cinema	87	15.869.983
Sem Cinema	1101	11.514.832
Total	1188	27.384.815

Empresas/Grupos exibidores - Sul	Salas	%
ARCO	61	16%
CINEMARK	51	14%
CINESYSTEM	44	12%
GNC	35	9%
UCI	19	5%
Outros	160	43%
Total	370	100%

Leia-se:

	Municípios	População
Com Cinema	82	13.948.775
Sem Cinema	1101	13.436.040
Total	1183	27.384.815

Empresas/Grupos exibidores - Sul	Salas	%
ARCO	61	16%
CINEMARK	51	14%
CINESYSTEM	44	12%
GNC	35	9%
UCI	19	5%
Outros	160	43%
Total	370	100%

Índice

1. Apresentação	7
2. Segmento de Mercado Audiovisual – Salas de Exibição	7
3. Marco Regulatório	8
4. Cadeia produtiva, principais atividades e agentes econômicos do segmento	9
4.1. Cadeira Produtiva	9
4.1.1. Produção	10
4.1.1.1. Panorama da produção nacional em 2010	10
4.1.1.2. Captação de recursos para a produção nacional	12
4.1.2. Distribuição	19
4.1.2.1. Panorama da Distribuição em 2010	21
4.1.2.2. Agentes Econômicos	26
4.1.2.3 Majors em atuação no Brasil – 2010	28
4.1.2.4. Principais distribuidoras independentes em atuação no Brasil	31
4.1.2.5. Distribuição Própria	35
4.1.3. Exibição	37
4.1.3.1. Atuação dos exibidores e características da exibição no Brasil	37
4.1.3.2. Agentes Econômicos	38
4.1.3.3. Principais grupos exibidores	40
4.1.3.4. Geografia das salas de cinema do país	43
4.1.3.5. Salas de cinema no país por região	46
4.1.3.6 Outras fontes de receita do segmento da exibição	51
4.1.3.7. A Exibição em 3D	52
4.1.3.8. Ações/propostas de políticas públicas voltadas ao setor exibidor	53
Anexo I	55
Anexo II	57

1. Apresentação

O objetivo desse estudo foi realizar um mapeamento do segmento de mercado audiovisual de Salas de Exibição. Pretendeu-se identificar o marco regulatório, os agentes econômicos envolvidos, a cadeia produtiva, o modelo de negócio e o cenário atual do mercado.

O presente trabalho se baseia em informações retiradas do Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas (SADIS), do Registro de Empresas e Obras, além de levantamento junto aos agentes do mercado. Complementarmente, foram utilizadas fontes secundárias como pesquisa em sítios na internet e imprensa especializada.

2. Segmento de Mercado Audiovisual - Salas de Exibição

Neste trabalho adotou-se a definição abaixo para o segmento de salas de exibição como forma de delimitar o objeto de análise.

Conjunto de atividades encadeadas, realizadas por um ou vários agentes econômicos, necessárias à prestação do serviço de exibição cinematográfica, que consiste na projeção de obras audiovisuais em tela de grande dimensão, para fruição coletiva pelos consumidores finais.

Existem algumas formas de se distinguir o segmento de salas de exibição. Para efeito deste estudo, se está considerando o universo de agentes de mercado que atuam comercialmente no setor, auferindo lucros, e as ações desenvolvidas por estes agentes. Lembrando que existem também cineclubs, associações, clubes e instituições culturais que realizam exibições de maneira não comercial, universo que não será abordado neste texto.

3. Marco regulatório

Em 2001, a Medida Provisória (MP) nº 2.228-1, que criou a ANCINE, trouxe uma série de referências ao segmento de salas de exibição, tratando de sua definição – Art. 1, VI; do sistema de controle de receitas de bilheteria – Art.17; do sistema de informações e monitoramento da indústria – Art. 18; do registro de títulos e pagamento da contribuição para o desenvolvimento da indústria cinematográfica nacional (CONDECINE) – Art. 32, 33 e 40 36, I, e 39, III; das obrigações de cumprimento de cota de tela – Art 55; e de incentivos (entre eles, o Prêmio Adicional de Renda, criado no art. 54).

Diversas Instruções Normativas (IN) regulam este mercado. A obrigatoriedade do registro de empresa é regulamentada pela IN nº 91/2010, e das obras não publicitárias, regulamentada pela IN nº 25/2004 e IN nº 26/2004. Em outubro de 2007, a IN nº 65 criou o Sistema de Acompanhamento de Distribuição em Salas de Exibição (SADIS), a partir da previsão legal contida no artigo 18 da MP 2228¹. Esta IN regulamentou o formato, a periodicidade e o modo de envio das informações sobre a comercialização de obras no segmento de salas por parte dos distribuidores.

A obrigatoriedade de envio de dados pelos exibidores é normatizada pela IN nº 51/2006. A partir da necessidade de aprimorar o processo de recebimento das informações, a ANCINE trabalha para a construção do Sistema de Controle de Bilheteria (SCB), cuja previsão consta no art. 17 da MP 2228-1/2001.

Também os produtores devem enviar relatórios para a ANCINE, de comercialização em outras janelas e no exterior, assim como fontes de financiamento não federais. Estes dados são enviados através do Sistema Interativo do Cinema e do Audiovisual (SICA).

¹ Art. 18. As empresas distribuidoras, as programadoras de obras audiovisuais para o segmento de mercado de serviços de comunicação eletrônica de massas por assinatura, as programadoras de obras audiovisuais para outros mercados, conforme assinalado na alínea e do Anexo I desta Medida Provisória, assim como as locadoras de vídeo doméstico e as empresas de exibição, devem fornecer relatórios periódicos sobre a oferta e o consumo de obras audiovisuais e as receitas auferidas pela exploração delas no período, conforme normas expedidas pela Ancine. (Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).

4. Cadeia produtiva, principais atividades e agentes econômicos do segmento

Figura 1 – Cadeia Produtiva



4.1. Cadeia produtiva

A cadeia produtiva da exibição em salas é antecedida por duas outras etapas – ou elos – fundamentais: a produção e a distribuição. É importante analisar-se estas duas etapas iniciais em razão da ligação lógica e do poder explicativo que têm com respeito ao funcionamento da etapa de exibição.

A produção compreende as atividades e os agentes envolvidos na criação de obras audiovisuais cujo destino principal é a sala de exibição. Historicamente, neste elo se concentravam os maiores custos relacionados à obra. No entanto, nas últimas décadas, com a crescente concorrência entre os títulos e a alta rotatividade dos mesmos nas salas, o investimento necessário em publicidade e promoção (atividades desenvolvidas na etapa de distribuição) tem aumentado muito, em alguns casos superando os custos de produção da obra.

A distribuição envolve, além da publicidade e promoção do filme, a confecção de cópias (e a decisão sobre quantas devem ser feitas, a partir de estudos sobre o público-alvo, filmes semelhantes, recursos disponíveis e alguma dose de intuição), a criação do trailer e o agendamento da data de lançamento da obra nos cinemas, bem como esta negociação com os exibidores.

A exibição é a etapa final da cadeia, consistindo principalmente na disponibilização ao público de filmes em diversos horários, normalmente em todos os dias do ano. Atividades acessórias da exibição são a venda de espaço publicitário (antes dos trailers, ou na própria sala de exibição, entre outras possibilidades) e de comestíveis aos espectadores.

A exibição em salas é tida como a janela mais importante para a comercialização de uma obra, uma vez que um bom desempenho nos cinemas exerce influência decisiva sobre os resultados obtidos nas demais janelas.

4.1.1. Produção

A Produção, no Brasil, é o elo mais pulverizado em relação à quantidade de agentes econômicos. Entre as empresas que produzem audiovisual, há um pequeno universo que produz longas-metragens, como se pode verificar a seguir.

4.1.1.1. Panorama da produção nacional em 2010

Ao final de dezembro de 2010 havia cerca de 4.000 empresas produtoras de obras audiovisuais registradas na ANCINE, sendo que 618 destas tinham projetos de obras em fase de captação de recursos pelas Leis de incentivo federal em 31 de dezembro de 2010. A empresa com mais projetos nesta situação era a **Conspiração Filmes** com 15 projetos ativos e autorização de captação de mais de R\$94 milhões.

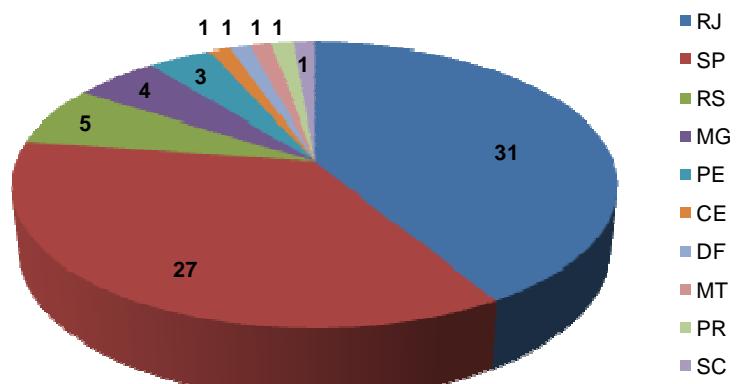
Em 2010 foram lançados 75 filmes brasileiros nas salas de exibição. Segue abaixo a evolução do número de lançamentos de filmes brasileiros nos últimos 16 anos.

Tabela 1 - Série Histórica - Filmes Nacionais Lançados - 1995-2010

Total de Filmes Lançados por Ano	
Ano de Lançamento	Total de filmes
1995	14
1996	18
1997	21
1998	23
1999	28
2000	23
2001	30
2002	29
2003	30
2004	49
2005	45
2006	72
2007	78
2008	79
2009	84
2010	75
Total	698

Fonte: SALIC, Sistema de Acompanhamento de Distribuição (SADIS) – ANCINE, Filme B, Sedcmrj e Empresas Distribuidoras.

Os 75 filmes brasileiros lançados em 2010 foram produzidos por 68 empresas. O maior número de filmes foi realizado por produtoras do Rio de Janeiro, com 31 obras, o que representa 41% dos filmes lançados. Em seguida, produtoras de São Paulo são responsáveis por 27 obras lançadas, representando 36% do total.

Figura 2 – Filmes Lançados por UF da Empresa Produtora


Fonte: Sistema de Informações da ANCINE – 24/03/2011

4.1.1.2. Captação de recursos para a produção nacional

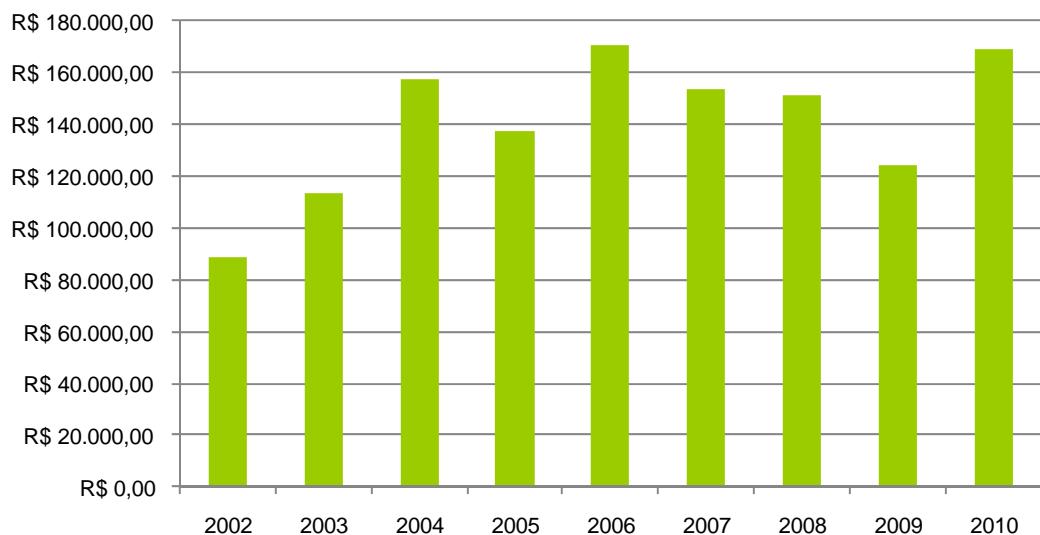
Em 2010 foram captados quase R\$ 170 milhões pelas Leis de Incentivo Federal para todos os projetos em fase de captação, lançados ou não. Houve um aumento, portanto, de quase 25% em relação a captação de 2009, conforme mostra a série histórica abaixo. Embora o valor seja superior ao do ano anterior, está aquém ao melhor ano para a captação do setor, 2006. Ao colocar os mesmos dados no gráfico, percebemos que a captação não tem uma evolução constante, apresentando, desde 2004, flutuações.

Tabela 2 - Série Histórica - Captação de Recursos Incentivados - 2002-2010

Total de Valores Captados por Ano por meio das Leis de Incentivo Federal	
Ano da Captação	Total Captação (R\$ mil)
2002	88.357
2003	112.984
2004	157.426
2005	137.032
2006	170.260
2007	153.712
2008	151.414
2009	124.388
2010	168.828
Total	1.297.109

Fonte: SALIC / ANCINE - 31/03/2011

Figura 3 – Série Histórica de captação de Recursos Incentivados (R\$ mil)



Fonte: SALIC / ANCINE - 31/03/2011

De 2002 a 2010 a captação total de recursos para a produção de obras audiovisuais por meio de mecanismos de incentivo federal alcançou aproximadamente R\$1,2 bilhão de reais. O mecanismo com maior captação até dezembro de 2010 foi o artigo 1º que obteve aproximadamente R\$ 397 milhões.

Em dezembro de 2006 foi criado o mecanismo do art. 1º A da Lei 8.685/93 que passou a obter os recursos que antes eram captados por meio da Lei 8.313/91, que vem decaindo e deixando de ser utilizada pelas produtoras de obras audiovisuais.

Este mesmo ano de 2006 obteve a maior captação desde a criação da ANCINE, alcançando aproximadamente R\$170 milhões. Deste total, a maior parcela (37%) foi captada por meio do artigo 3º da Lei 8.685/93, sendo este o ano mais significativo para a captação por este mecanismo.

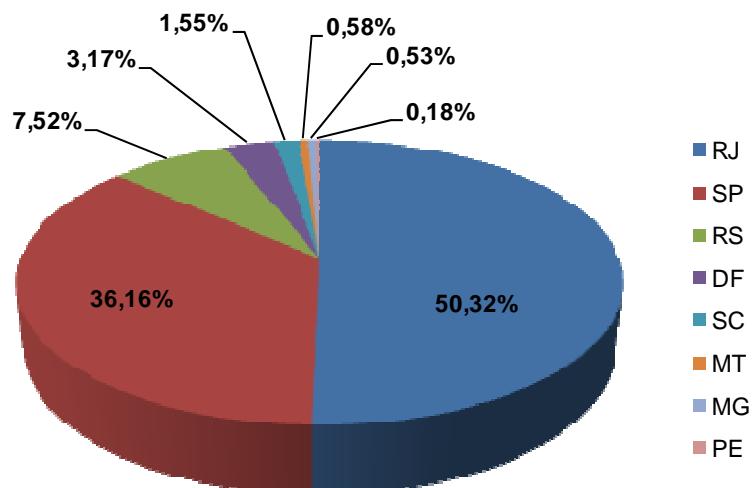
É preciso destacar que estão incluídos nas tabelas de captação valores de produção para obras televisivas.

Tabela 3 - Valores Captados por Mecanismo de Incentivo - R\$ Mil – 2002/ 2010

Mecanismos de Incentivo	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Art. 1º da Lei 8.685/93	43.086	52.331	59.341	46.573	56.603	45.355	38.087	31.417	24.266
Art. 1º A da Lei 8.685/93	-	-	-	-	-	38.523	49.023	44.787	64.710
Art. 3º da Lei 8.685/93	17.503	34.921	46.247	35.330	63.410	37.700	32.626	23.540	29.686
Art. 3º A da Lei 8.685/93	-	-	-	-	-	-	-	2.500	28.201
Art. 39 da MP 2228-1/01	-	2.893	16.652	14.001	5.332	20.904	16.984	11.801	12.474
FUNCINES - Art. 41 da MP 2228-1/01	-	-	-	1032	3440	1.923	8.185	1.850	6.600
Lei 8.313/91	25.115	20.404	35.184	40.094	41.474	9.306	6.507	8.490	2.889
Conversão da dívida	2.651	2.432	-	-	-	-	-	-	-
Total	88.357	112.984	157.426	137.032	170.260	153.712	151.414	124.388	168.828

Fonte: Sistema de Informações da ANCINE em 03/06/2011

Dentre os 75 filmes brasileiros lançados em 2010, 50 captaram recursos pelas Leis de incentivos federais, com um total captado de aproximadamente R\$103 milhões. Destes recursos, 91% (R\$ 93 milhões) foram captados para filmes de ficção e 9% (R\$ 10 milhões) foram para filmes de documentário, ressaltando que não houve a exibição de filmes brasileiros de animação. As produtoras sediadas no Rio de Janeiro captaram mais de 50% destes recursos. A distribuição dos recursos captados por UF da empresa produtora está exemplificada no gráfico abaixo.

Figura 4 – Recursos Captados por UF


Fonte: Sistema de Informações da ANCINE – 24/03/2011

Tabela 4 – Total Captado pro UF da Produtora

UF	Total Captado
RJ	R\$ 51.903.619,58
SP	R\$ 37.303.648,14
RS	R\$ 7.752.795,62
DF	R\$ 3.266.400,00
SC	R\$ 1.593.873,00
MT	R\$ 599.564,75
MG	R\$ 549.093,00
PE	R\$ 180.590,00
Total	R\$ 103.149.584,09

Fonte: Sistema de Informações da ANCINE – 24/03/2011

Sem considerarmos os recursos que podem vir a ser captados depois do lançamento dos filmes, a captação média das obras de ficção lançadas chegou perto de R\$3 milhões e a dos documentários ficou em torno de R\$571 mil.

As maiores captações para obras de ficção foram dos filmes **A Suprema Felicidade** e **Tropa de Elite 2**, ambos com R\$7 milhões. A menor foi do filme **Ao sul de setembro** com aproximadamente R\$ 600 mil captados. Entre os documentários a maior captação ocorreu para o filme **O homem que engarrafava nuvens** com aproximadamente R\$ 2 milhões e a menor captação para o filme **Pachamama** com R\$ 39 mil captados. Seguem tabelas com as cinco maiores e cinco menores captações dos filmes de ficção e documentário lançados em 2010.

Tabela 5 – Maiores Captações dos Filmes Lançados – Ficção - 2010

	Título no Brasil	Produtora	UF Produtora	Recursos Captados
1	A suprema felicidade	FRANCISCO RAMALHO JUNIOR FILMES LTDA	SP	R\$ 7.000.000
2	Tropa de Elite 2	ZAZEN PROD. AUDIOVISUAIS LTDA.	RJ	R\$ 7.000.000
3	O bem amado	NATASHA ENTERPRISES LTDA	RJ	R\$ 6.871.100
4	Cidade de Plástico - Plastic City	GULLANE ENTRETENIMENTO S.A.	SP	R\$ 6.564.251
5	As melhores coisas do mundo	GULLANE ENTRETENIMENTO S.A.	SP	R\$ 6.429.000

Fonte: Sistema de Informações da ANCINE – 24/03/2011

Tabela 6 - Menores Captações dos Filmes Lançados – Ficção - 2010

	Título no Brasil	Produtora	UF Produtora	Recursos Captados
1	Ao sul de setembro	ARTES BRASIL PRODUÇÕES ARTÍSTICAS LTDA	MT	R\$ 599.565
2	Histórias de amor duram apenas 90 minutos	TIPOS E TEMPOS PRODUÇÕES LTDA	RJ	R\$ 651.100
3	A guerra dos vizinhos	XR2 CINEVÍDEO LTDA ME	SP	R\$ 846.000
4	Muita calma nessa hora	IDÉIAS IDEIAS DESIGN & PRODUÇÕES LTDA / CASÉ FILMES LTDA	RJ	R\$ 1.016.195
5	Reflexões de um liquidificador	BRAS FILMES LTDA. / AURORA FILMES LTDA.	SP	R\$ 1.100.000

Fonte: Sistema de Informações da ANCINE – 24/03/2011

Tabela 7 - Maiores Captações dos Filmes Lançados – Documentário - 2010

	Título no Brasil	Produtora	UF Produtora	Recursos Captados
1	O homem que engarrafava nuvens	GOOD JU-JU PRODUÇÕES LTDA	RJ	R\$ 1.830.000
2	Vida sobre rodas	PROJECTOOLS COMUNICACAO MULTIMIDIA LTDA-ME	SP	R\$ 1.700.000
3	Uma noite em 67	VIDEOFILMES PROD. ARTÍSTICA LTDA	RJ	R\$ 930.000
4	B1 - Tenório em Pequim	RT COM. E SERVIÇOS DE CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE OBRAS COM DIREITOS AUTORAIS LTDA - EPP / FIMDOPOSTE PRODUÇÕES ARTÍSTICAS E EDITORIAIS LTDA.	SP	R\$ 734.000
5	Doce Brasil Holandês	M. SCHMIEDT PRODUÇÕES LTDA	RS	R\$ 685.950

Fonte: Sistema de Informações da ANCINE – 24/03/2011

Tabela 8 - Menores Captações dos Filmes Lançados – Documentário - 2010

	Título no Brasil	Produtora	UF Produtora	Recursos Captados
1	Pachamama	URCA FILMES LTDA	RJ	R\$ 39.000
2	Programa Casé – O que a gente não inventa, não existe	PINDORAMA FILMES LTDA	RJ	R\$ 80.000
3	Terras	CINELUZ PRODUÇÕES CINEMATOGRÁFICAS LTDA	RJ	R\$ 85.000
4	Terra deu terra come	C R PRODUÇÕES - FOTO, CINE-VÍDEO LTDA - EPP / TZ EDITORA E PRODUTORA LTDA - ME	SP	R\$ 95.000
5	Acácia	TEIA PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS LTDA	MG	R\$ 100.000

Fonte: Sistema de Informações da ANCINE – 24/03/2011

A empresa produtora com maior captação para os filmes lançados foi a **Gullane Entretenimento** com quase R\$13 milhões captados para dois filmes (**Cidade de Plástico** e **As melhores coisas do mundo**) que tiveram uma bilheteria somada de R\$ 2,25 milhões. Abaixo a tabela com as maiores captações por produtora.

Tabela 9 - Maiores Captações dos Filmes Lançados em 2010 (por Produtora)

	Produtora	UF Produtora	Recursos captados (R\$ mil)
1	GULLANE ENTRETENIMENTO S.A.	SP	12.993
2	VIDEOFILMES PRODUÇÕES ARTÍSTICA LTDA	RJ	7.066
3	ZAZEN PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS LTDA.	RJ	7.000
4	FRANCISCO RAMALHO JUNIOR FILMES LTDA	SP	7.000
5	NATASHA ENTERPRISES LTDA	RJ	6.871
6	CONSPIRAÇÃO FILMES S/A	RJ	4.190
7	TOTAL ENTERTAINMENT LTDA	RJ	3.403
8	BSB CINEMA PRODUÇÕES LTDA. - ME	DF	3.266
9	VITÓRIA PRODUÇÕES CINEMATOGRÁFICAS LTDA.	RJ	3.163
10	WALPER RUAS PRODUÇÕES LTDA	RS	2.999

Fonte: Sistema de Informações da ANCINE – 24/03/2011

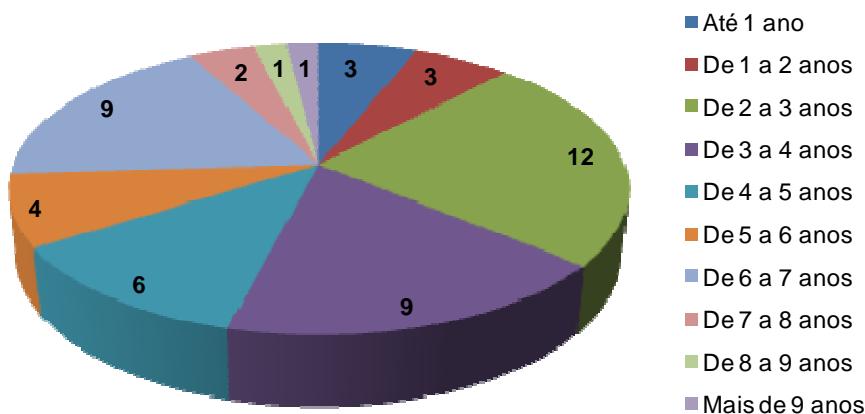
O tempo entre a aprovação inicial do projeto na ANCINE para a captação de recursos e a data de exibição do filme (dos 50 lançamentos de 2010 que tiveram recursos públicos federais) variou entre pouco mais de três meses (o documentário filme **Todo poderoso: o filme – 100 anos de Timão**) e quase 10 anos (o ficcional **Muita calma nessa hora**). Mais de 50% das obras levaram entre dois e cinco anos entre a aprovação e a captação. A maior faixa esteve entre dois e três anos, concentrando 24% das obras (12 filmes). É preciso frisar, no entanto, que o lançamento comercial não encerra as atividades de captação, pois é comum que no momento da estreia ainda haja recursos já contratados com patrocinadores, mas ainda não depositados na conta corrente da produtora.

Tabela 10 - Quantidade de Filmes por Tempo de Duração da Captação

Tempo de Captação	Quantidade de filmes
Até 1 ano	3
De 1 a 2 anos	3
De 2 a 3 anos	12
De 3 a 4 anos	9
De 4 a 5 anos	6
De 5 a 6 anos	4
De 6 a 7 anos	9
De 7 a 8 anos	2
De 8 a 9 anos	1
Mais de 9 anos	1
Total	50

Fonte: Sistema de Informações da ANCINE – 24/03/2011

Figura 5 – Quantidade de Filmes por Tempo de Captação



Fonte: Sistema de Informações da ANCINE – 24/03/2011

A empresa produtora com a maior bilheteria foi a **Zazen Produções Audiovisuais**, que arrecadou aproximadamente R\$102 milhões com o filme **Tropa de Elite 2**, para o qual captou (até seu lançamento) R\$7 milhões.

Analisando a relação entre os valores captados e as receitas de bilheteria, verificamos que o filme que teve o maior valor arrecadado por real captado foi **Chico Xavier** que rendeu R\$15,12 para cada real captado. A menor relação entre bilheteria e captação ocorreu nos filmes **Cidade de Plástico – Plastic City** e **Ao Sul de Setembro** que renderam aproximadamente R\$0,001 para cada real captado.

Tabela 11 - Maiores Receitas de Bilheteria por Valores Captados dos Filmes Exibidos – 2010

	Título no Brasil	Produtora (CPB)	UF Produtora	Receita de Bilheteria	Recursos Captados	Bilheteria X Captação
1	Chico Xavier	Lereby Produções Ltda	RJ	R\$ 30.279.033,00	R\$ 2.002.000,00	R\$ 15,12
2	Tropa de Elite 2	Zazen Produções Audiovisuais Ltda.	RJ	R\$ 102.320.114,16	R\$ 7.000.000,00	R\$ 14,62
3	Nosso lar	Cinética Filmes E Produções Ltda.	RJ	R\$ 36.126.083,00	R\$ 2.521.928,00	R\$ 14,32

Fonte: Sistema de Informações da ANCINE – 24/03/2011

Tabela 12 - Menores Receitas de Bilheteria por Valores Captados dos Filmes Exibidos em 2010

	Título no Brasil	Produtora (CPB)	UF Produtora	Receita de Bilheteria	Recursos Captados	Bilheteria X Captação
1	Cidade de Plástico - Plastic City	Gullane Entretenimento S.A.	SP	R\$ 4.066,00	R\$ 6.564.251,00	R\$ 0,00
2	Ao sul de setembro	Artes Brasil Produções Artísticas Ltda	MT	R\$ 702,00	R\$ 599.565,00	R\$ 0,00
3	Bellini e o demônio	Santa Fé 1900 Filmes Ltda	RJ	R\$ 14.122,00	R\$ 2.046.600,00	R\$ 0,01

Fonte: Sistema de Informações da ANCINE – 24/03/2011

4.1.2. Distribuição

A atividade de distribuição é o elo entre a produção e a exibição, e inclui a negociação com o produtor - o que por vezes pode envolver participação na realização da obra -, a elaboração da estratégia de lançamento, as ações de marketing, a negociação com os exibidores e o acompanhamento da performance comercial do título.

No caso da distribuição de títulos estrangeiros não norte-americanos, a negociação normalmente é feita com agentes de vendas dos filmes, nos grandes festivais internacionais, como Cannes ou Berlim. No caso de títulos norte-americanos, de modo geral eles são distribuídos ou diretamente pelas filiais dos grandes estúdios, conhecidos como as *majors*, ou a partir de acordos entre distribuidoras independentes brasileiras e distribuidoras norte-americanas.

Ao falarmos da distribuição de filmes nacionais, no entanto, temos três tipos de situação, basicamente: o filme pode ser coproduzido por uma *major*, utilizando o artigo 3º da lei 8.685/93 (que, assim, detendo parte dos direitos patrimoniais da obra, se interessa também em distribuí-la); pode ser distribuído por uma distribuidora de capital nacional (para isso contando, às vezes, com incentivos como o Prêmio Adicional de Renda, ou o Fundo Setorial do Audiovisual ou editais de comercialização promovidos por empresas estatais); finalmente, alguns produtores podem optar por distribuírem diretamente seus filmes, arcando com os custos de cópias, propaganda, negociação com exibidores etc. Usualmente, filmes que tem distribuição própria da produtora tem uma participação pequena na bilheteria. Como veremos adiante, em 2010 tivemos uma exceção a esta regra.

No geral, os distribuidores tendem a concentrar seus esforços em um número restrito de títulos, identificados como de maior potencial comercial². O porte dos lançamentos depende, também, da expectativa dos exibidores quanto ao sucesso dos títulos, o que influencia em seu interesse em exibi-los.

Nas negociações entre distribuidores e exibidores predomina a informalidade. A forma mais tradicional de comercialização é a definição de um percentual da renda líquida (renda bruta menos impostos), a ser repassado semanalmente ao distribuidor, a título de aluguel do filme, percentual este que tende a diminuir com o decorrer das semanas de exibição da obra. Por vezes, são estabelecidas condições especiais, como uma garantia mínima de faturamento ao distribuidor.

Além da forma de negociação tradicional, é também comum, no segmento de salas, a comercialização com preço fixo, em que é estabelecido um valor a ser pago pelo exibidor, independentemente do faturamento obtido com a exibição. Normalmente, esse tipo de negociação é utilizado por exibidores que possuem salas em cidades menores ou mais afastadas dos grandes centros, quando o filme já está em final de carreira ou quando são exibições não comerciais, como em clubes e outros espaços. De acordo com os dados informados, a distribuição por preço fixo é muito pouco significativa, contribuindo com menos de 1% do faturamento das distribuidoras.

² Mesmo distribuidoras de filmes “de arte” tendem a buscar o melhor aproveitamento comercial, selecionando os filmes mais bem cotados pela crítica, vencedores de determinados festivais ou dirigidos por cineastas conceituados ou promissores, quesitos que terão maior relevância para o público destas obras.

4.1.2.1. Panorama da Distribuição em 2010

Segundo informações disponíveis no SADIS agregado³, o ano de 2010 registrou um público total de 134,3 milhões de espectadores e renda de R\$ 1,25 bilhão, com a exibição de 509 filmes (sendo 303 lançamentos). Trata-se do maior público desde 1982, com um crescimento de 19% no público e de 29% na renda frente aos números do ano anterior.

Este aumento do público do cinema deveu-se, em grande parte, ao desempenho das produções nacionais e, em especial, do filme **Tropa de Elite 2**, que fez, sozinho, 44% do público de filmes nacionais e 8% do público total das salas. Em 2010, o público do cinema nacional (incluindo os 75 lançamentos e os demais 61 filmes exibidos) foi de 25.227.757 espectadores, 56% acima do registrado em 2009. Com isso, a participação de público dos filmes brasileiros em 2010 foi de 19%. As obras lançadas neste ano mais bem sucedidas, além de **Tropa de Elite 2**, foram os filmes com temática espírita **Nosso Lar** e **Chico Xavier**, que juntos fizeram mais de 7 milhões de espectadores. Abaixo, segue o *ranking* dos 20 filmes lançados em 2010 com maior público.

³ SADIS é sigla de Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas. Através deste sistema, criado em 2008, a ANCINE tem acesso aos dados de bilheteria e renda de todas as obras exibidas no país. O SADIS é composto de duas bases de dados: uma contempla as informações de público e renda, por filme, por semana e por distribuidor, de maneira agregada. A outra apresenta os mesmos dados, desagregados por dia e por sala. Para este mapeamento foram utilizados os dados da primeira base, conhecida por “SADIS agregado”.

Tabela 13 – Ranking de Filmes Lançados – Por Público – 2010

#	Título	Distribuidora	País	Data de Estreia	Gênero	Cópias	Salas	Público (em 2010)	Renda Bruta (R\$mil)
1	Tropa de elite 2	Zazen	Brasil	08/10/2010	Ficção	610	763	11.023.475	102.320.114,16
2	Shrek para sempre	Paramount/ Universal	EUA	09/07/2010	Animação	779	687	7.368.374	70.471.835,00
3	A Saga Crepúsculo: Eclipse	Paris (SM)	EUA	30/06/2010	Ficção	703	918	6.179.590	52.603.206,47
4	Alvin e os Esquilos 2	Fox	EUA	08/01/2010	Animação	361	416	5.155.971	38.823.646,00
5	Harry Potter e as relíquias da morte – Parte 1	Warner	EUA	19/11/2010	Ficção	724	929	4.401.163	37.655.019,44
6	Toy Story 3	Sony/Disney (Columbia)	EUA	18/06/2010	Animação	480	496	4.351.729	42.384.194,52
7	Alice no País das Maravilhas	Sony/Disney (Columbia)	EUA	23/04/2010	Ficção	438	492	4.344.557	47.933.639,59
8	Nosso lar	Fox	Brasil	03/09/2010	Ficção	402	444	4.060.304	36.126.083,00
9	Chico Xavier	Sony/Disney (Columbia)	Brasil	02/04/2010	Ficção	343	392	3.412.969	30.279.033,00
10	O Homem de Ferro 2	Paramount/ Universal	EUA	30/04/2010	Ficção	575	632	3.227.105	28.358.980,00
11	Fúria de Titãs	Warner	EUA	21/05/2010	Ficção	303	438	2.502.709	28.459.279,00
12	Sherlock Holmes	Warner	EUA	08/01/2010	Ficção	305	322	2.472.825	21.996.832,00
13	Meu Malvado Favorito	Paramount/ Universal	EUA	06/08/2010	Animação	250	387	2.425.161	23.423.043,00
14	Karate Kid	Sony/Disney (Columbia)	EUA	27/08/2010	Ficção	375	399	2.104.707	17.687.925,35
15	Como Treinar seu Dragão	Paramount/ Universal	EUA	26/03/2010	Ficção	353	378	2.044.487	21.937.784,00
16	Percy Jackson e o Ladrão de Raios	Fox	EUA	12/02/2010	Ficção	270	296	2.005.439	16.026.375,00
17	Príncipe da Pérsia: As Areias do Tempo	Sony/Disney (Columbia)	EUA	04/06/2010	Ficção	338	366	1.989.213	17.735.314,25
18	As crônicas de Nárnia: A viagem do Peregrino da Alvorada	Fox	EUA	10/12/2010	Ficção	653	653	1.926.136	18.416.623,00
19	Comer, rezar e amar	Sony/Disney (Columbia)	EUA	01/10/2010	Ficção	236	245	1.844.305	17.595.795,50
20	A origem	Warner	EUA	06/08/2010	Ficção	286	313	1.779.720	17.459.925,00

Fonte:SADIS/SAM/ANCINE

Neste *ranking* podemos perceber, entre outras coisas, que:

- Mais da metade dos filmes foi lançada em mais de 400 salas;
- Os meses de abril, junho e agosto foram os que tiveram mais lançamentos de filmes que entraram no *ranking*: três em cada um;

- Dos 20 títulos, oito são seqüências de filmes anteriores;
- No *ranking*, quatro títulos são animações e, do restante, ao menos seis tem como público-alvo principal o infanto-juvenil (ver posições 5, 7, 14, 15, 16, 18). Nenhum deles é nacional;
- Metade dos filmes é baseada em obras literárias ou personagens da literatura;
- Apenas duas empresas com filmes no *ranking* têm capital nacional, e uma delas é uma produtora.

No gráfico abaixo, verifica-se que as semanas de maior público nos cinemas (que ultrapassam os quatro milhões de ingressos vendidos) concentraram-se nos períodos de férias escolares e no mês de outubro. A semana que totalizou o maior público do ano foi a 41 (08 a 14 de outubro), com 5.175.309 espectadores. Foi a primeira vez, desde que a ANCINE apura os dados diretamente dos distribuidores (setembro de 2008) que o público de uma semana superou a marca de cinco milhões de ingressos. **Tropa de Elite 2** foi responsável por 56% deste público.

Figura 6 - Evolução do Público por Semana – Total de Filmes Exibidos

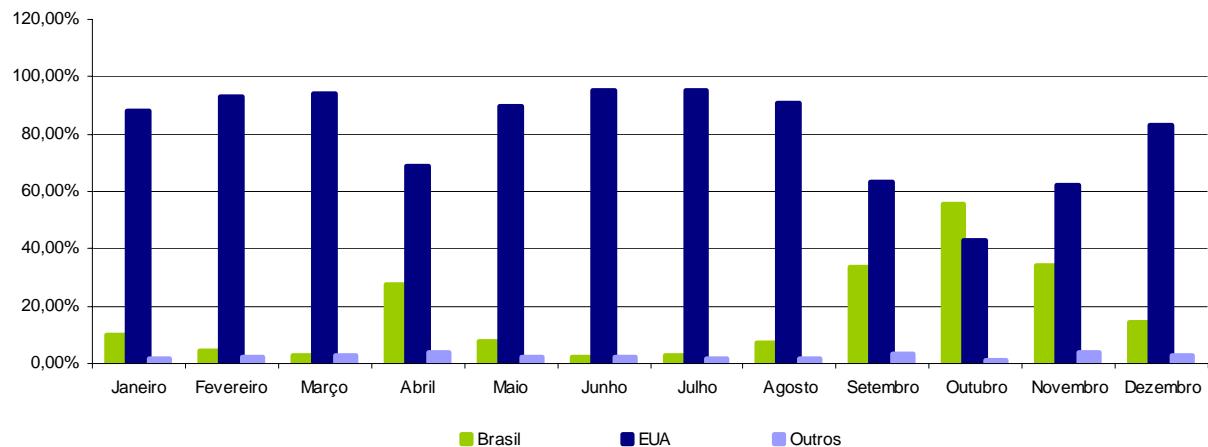


Fonte: SADIS/SAM/ANCINE

Outubro foi o melhor mês do cinema nacional. A participação de público atingiu 56% e o número de espectadores foi de 9.428.770. Outros meses em que foi registrada a

maior participação de público do cinema nacional foram abril, setembro e novembro, ultrapassando a marca de 20%.

Figura 7 – Participação de público segundo país da obra



Fonte: SADIS/SAM/ANCINE

Mais de 70% dos lançamentos ocuparam até 100 salas em sua primeira semana de exibição. Esses filmes fizeram 8% do público dos lançamentos de 2010. Lançamentos que ocuparam entre 100 e 250 salas (16% do total) atraíram 23% do público. A maior fatia de público foi obtida pelos 31 títulos programados em mais de 250 salas: 69% dos espectadores.

Tabela 14 - Lançamentos segundo o número de salas ocupadas na semana de estreia

Salas na semana de estreia	Títulos	% Títulos	Público	% Público	Público/Título
De 1 a 6	90	29,70%	669.162	0,50%	7.435
De 7 a 20	54	17,82%	1.029.002	0,80%	19.056
De 21 a 50	40	13,20%	3.318.358	2,70%	82.959
De 51 a 100	36	11,88%	4.341.543	3,50%	120.598
De 101 a 150	15	4,95%	5.059.280	4,10%	337.285
De 151 a 250	34	11,22%	24.038.576	19,30%	707.017
Mais de 250	31	10,23%	85.792.731	69,00%	2.767.507
Não informado	3	0,99%	N/D	N/D	N/D
Total	303	100,00%	124.248.652	100,00%	411.419

Fonte: SADIS/SAM/ANCINE

Entre os lançamentos brasileiros de 2010, 32 títulos foram documentários, o que representa 43% do total de estreias. No entanto, os documentários correspondem a menos de 1% de participação de público. Conforme dito anteriormente, nenhum título nacional de animação foi lançado em 2010.

Tabela 15 - Lançamentos brasileiros segundo o gênero da obra

Gênero	Títulos	% Títulos	Público	% Público	Público/Título
Documentário	32	42,67%	238.771	0,99%	7.462
Ficção	43	57,33%	23.767.234	99,01%	565.887
Total	75	100%	24.006.005	100%	324.405

Fonte: SADIS/SAM/ANCINE

Entre os filmes brasileiros exibidos em 2010, 15 ultrapassaram a marca de 100 mil espectadores, três a mais do que em 2009. Cinco deles conquistaram mais de 1 milhão de ingressos vendidos.

Tabela 16 - Filmes brasileiros que ultrapassaram a marca de 100 mil espectadores

#	Título	Distribuidora	Lançamento	Público
1	Tropa de elite 2	Zazen	8/10/2010	11.023.475
2	Nosso lar	Fox	3/9/2010	4.060.304
3	Chico Xavier	Downtown/ Sony/Disney (Columbia)	2/4/2010	3.412.969
4	Muita calma nessa hora	Europa/ Riofilme	12/11/2010	1.343.433
5	Xuxa em o Mistério de Feiurinha	Playarte	25/12/2009	1.056.966
6	O Bem Amado	Sony/Disney (Columbia)	23/7/2010	953.231
7	Lula, O Filho do Brasil	Downtown/ Europa	1/1/2010	848.494
8	High School Musical - O Desafio	Sony/Disney (Columbia)	5/2/2010	299.023
9	As Melhores Coisas do Mundo	Warner	16/4/2010	296.739
10	Quincas Berro D'Água	Sony/Disney (Columbia)	21/5/2010	272.862
11	A suprema felicidade	Paramount/Universal	29/10/2010	217.972
12	Aparecida, o milagre	Paramount/Universal	17/12/2010	172.374
13	5x favela – Agora por nós mesmos	Sony/Disney (Columbia)	27/8/2010	155.651
14	400 contra 1 – A história do Comando Vermelho	Playarte	6/8/2010	127.416
15	Federal	Europa (Cannes)	29/10/2010	113.420

Fonte: SADIS/SAM/ANCINE

O preço médio do ingresso (PMI) fechou o ano em R\$9,35, com crescimento de 8,66% em relação a 2009. O PMI do filme brasileiro ficou em R\$ 8,81, com variação de 7,41%. Já o valor do filme estrangeiro ficou em R\$ 9,48, com alta de 9,26%.

Tabela 17 - Comparativo PMI 2009 x 2010

	PMI 2009	PMI 2010	Variação
Brasileiros	R\$ 8,20	R\$ 8,81	7,41%
Estrangeiros	R\$ 8,67	R\$ 9,48	9,26%
Total	R\$ 8,61	R\$ 9,35	8,66%

Fonte: SADIS/SAM/ANCINE

Ao compararmos 2010 com 2009, percebemos, de maneira resumida, abaixo, que o público e a renda, tanto do filme nacional como do estrangeiro, aumentaram, bem como a participação do filme brasileiro sobre o total. Por outro lado, o número de lançamentos diminuiu.

Tabela 18 - Comparativo 2009 X 2010

	2009	2010	Variação % 2010/2009
Público Total	112.683.383	134.364.520	19,24%
Renda Total	R\$ 969.783.735,77	R\$ 1.256.550.704,09	29,57%
Público Filmes Nacionais	16.092.482	25.227.757	56,77%
Renda Filmes Nacionais	R\$ 131.936.273,88	R\$ 222.169.100,11	68,39%
Público Filmes Estrangeiros	96.590.901	109.136.763	12,99%
Renda Filmes Estrangeiros	R\$ 837.847.461,89	R\$ 1.034.381.603,98	23,46%
Participação de Filmes Nacionais	14,28%	18,78%	31,47%
Lançamentos Nacionais	84	75	-10,71%
Lançamentos Estrangeiros	235	228	-2,98%

Fonte: SADIS/SAM/ANCINE

4.1.2.2. Agentes Econômicos

A atividade econômica de distribuição cinematográfica é classificada na subclasse CNAE 5913-8/00 - distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão.

As distribuidoras podem ser classificadas em *majors* e independentes. Ligadas às seis principais produtoras/distribuidoras norte-americanas, as distribuidoras *majors* dominam o mercado cinematográfico mundial. No Brasil, temos quatro

grupos/empresas em atuação: Warner, Fox, Paramount (que também distribui os títulos da Universal) e Columbia Tristar Buena Vista Filmes do Brasil Ltda, que distribui as obras da Sony e da Disney. É importante frisar que nem todas as obras lançadas no exterior por estas *majors* são lançadas no Brasil pelas suas filiais brasileiras.

Em 2010, 52 empresas atuaram como distribuidoras de títulos para salas de exibição no Brasil, sozinhas ou em codistribuição⁴. Neste número estão incluídas as quatro *majors* mencionadas, 28 distribuidoras independentes, a Riofilme (distribuidora pública, da prefeitura do Rio de Janeiro) e 19 produtoras que distribuíram seus próprios filmes, ou seja, não são propriamente distribuidores, mas empresas que utilizaram um esquema alternativo para exibição de seus filmes.

As distribuidoras *majors* foram responsáveis por 30% dos títulos exibidos nos cinemas em 2010, e conquistaram 71% do público. Entre as obras brasileiras, as *majors* distribuíram 21% dos títulos e totalizaram 25% dos espectadores. Dois títulos, brasileiros, foram distribuídos por uma parceria entre uma *major* e uma independente (**Chico Xavier**, da **Downtown/Columbia** e **5x Favela** da **Columbia/Riofilme**), e constam separadamente na tabela.

Tabela 20 - Títulos e público - segundo o tipo de distribuidora

Tipo de Distribuidora	Total				Filmes Brasileiros			
	Títulos Exibidos	%	Público	%	Títulos Exibidos	%	Público	%
<i>Majors</i>	152	29,9%	95.774.255	71,3%	28	20,6%	6.417.248	25,4%
Independentes/ Distribuição Própria	355	69,7%	35.022.060	26,1%	106	77,9%	15.242.304	60,4%
Codistribuição major/ independente	2	0,4%	3.568.620	2,7%	2	1,5%	3.568.620	14,1%
Total	509	100,00%	134.364.935	100,00%	136	100,00%	25.228.172	100,00%

Fonte: SADIS/SAM/ANCINE

⁴ A co-distribuição é a prática em que duas ou mais empresas compartilham as atividades relacionadas à disponibilização ao público da obra audiovisual. Nestes casos, as atribuições que cabem a cada uma das empresas, bem como a repartição de receitas advindas da obra estão determinadas em contrato. A fim de preservar sigilo sobre os contratos existentes na ANCINE, foram considerados, neste estudo, em todos os casos de co-distribuição: 50% da renda para cada distribuidor; o título foi contabilizado para ambas as empresas.

Apesar do grande número de empresas em atividade, observa-se que os títulos comercializados por cinco distribuidoras foram responsáveis por mais de 80% do público dos cinemas em 2010, o que caracteriza a distribuição como uma atividade bastante concentrada.

Tabela 21 - 10 maiores distribuidoras em público e renda – 2010

#	Distribuidora	Títulos Lançados	Títulos Exibidos	Público	Renda Bruta (R\$)	% Público	% Público Acumulado
1	Sony/Disney (Columbia) ¹⁵	33	66	28.761.714	273.695.206,77	21,4%	21,4%
2	Paramount/Universal	25	30	26.345.739	251.357.740,00	19,6%	41,0%
3	Fox	18	32	25.081.393	232.613.226,00	18,7%	59,7%
4	Warner	19	26	17.369.719	166.749.126,37	12,9%	72,6%
5	Zazen	1	1	11.023.475	102.320.114,16	8,2%	80,8%
6	Paris (SM)	24	34	8.938.884	77.483.672,51	6,7%	87,5%
7	Playarte	30	35	4.499.544	39.394.612,94	3,3%	90,8%
8	Imagen (Wmix)	25	40	4.317.114	41.389.485,81	3,2%	94,0%
9	Downtown (Freespirit) ¹²⁴	10	11	2.169.188	18.934.596,82	1,6%	95,6%
10	Europa (Cannes) ²³	14	28	1.849.705	16.448.733,13	1,4%	97,0%
Total		199	303	130.356.475	1.220.386.515	97,0%	

Fonte: SADIS/SAM/ANCINE

- 1) O filme Chico Xavier é uma co-distribuição entre a Sony/Disney (Columbia) e a Downtown (Freespirit).
- 2) O filme Lula, o filho do Brasil é uma co-distribuição entre a Downtown (Freespirit) e a Europa (Cannes).
- 3) O filme Muita calma nessa hora é uma co-distribuição entre a Europa(Cannes) e a Riofilme.
- 4) O filme Histórias de amor duram apenas 90 minutos é uma co-distribuição entre a Downtown (Freespirit) e a Riofilme.
- 5) O filme 5x favela – Agora por nós mesmos é uma co-distribuição entre a Sony/Disney (Columbia) e a Riofilme.

4.1.2.3. Majors em atuação no Brasil – 2010

– Columbia (Sony e Disney)

No Brasil, a **Columbia Tristar Buena Vista Filmes do Brasil Ltda** distribui os títulos da **Sony** e da **Disney**.

Com dois grandes sucessos, **Toy Story 3** e **Alice no País das Maravilhas**, a **Columbia** ocupou o primeiro lugar no *ranking* de público. A *major* conquistou um total de 28.761.714 espectadores⁵, o que representa 21% do público do ano.

Sua cartela de filmes (entre lançados e exibidos) obteve uma renda bruta de R\$274 milhões. Seu *market share* no Brasil esteve um pouco aquém do desempenho obtido no mercado norte-americano, que foi de 14% da **Disney** e de 12% da **Sony**⁶.

Considerando-se que do total arrecadado na bilheteria, uma média de 45% destinam-se à distribuidora, seu faturamento bruto em 2010 foi de pouco mais de R\$123 milhões.

Em 2010, seus principais lançamentos foram **Toy Story 3**, no dia 18 de junho, em 496 salas; **Tron - o legado**, em 17 de dezembro, em 493 salas; **Alice no País das Maravilhas**, em 23 de abril, ocupando 492 salas, todos da **Disney**. E **Resident Evil 4: Recomeço**, no dia 17 de setembro, em 430 salas e **Karate Kid**, em 27 de agosto, em 399 salas, ambos da **Sony**.

A Columbia distribuiu dois filmes brasileiros em codistribuição com independentes: Chico Xavier, com Downtown e 5 x favela, com Riofilme.

- **Paramount/Universal**

Como ocorre em outros países, a **Paramount** e a **Universal** atuam conjuntamente no Brasil.

A *major* ocupou a 2^a colocação em público entre as distribuidoras em 2010. Seus títulos totalizaram 26.345.739 espectadores e 20% do público.

Os filmes da **Paramount/Universal** renderam R\$ 251 milhões nas bilheterias em 2010. No Brasil, sua participação de mercado foi inferior aos 25% somados pelas duas empresas no mercado norte-americano (**Paramount** com 17% e **Universal** com 9%)⁷.

⁵ Neste número está incluído 50% do público de Chico Xavier, co-distribuído com Downtown, e 5x favela, co-distribuído com a Riofilme. O primeiro obteve R\$30.279.033,00 de renda bruta e público de 3.412.969 espectadores. Já o segundo obteve R\$ 1.349.303,00 de renda bruta e público de 155.651 espectadores.

⁶ (<http://www.the-numbers.com/market/2010.php>).

⁷ Idem.

Seus principais lançamentos no ano foram **Shrek para sempre**, em 9 de julho, em 687 salas; **O Homem de Ferro 2**, em 30 de abril, ocupando 632 salas; **Megamente**, em 3 de dezembro, em 457 salas; e **Robin Hood**, no dia 14 de maio, em 422 salas. O faturamento da empresa, estimado, ficou em torno de R\$113 milhões, o dobro de 2009.

- Fox

Responsável pelo lançamento de 18 títulos e pela exibição de 32 filmes em 2010, a **Fox** foi a 3^a colocada na distribuição para salas no Brasil no ano passado. Sua cartela obteve um faturamento de R\$ 232 milhões, ou 18,7% de participação de mercado. Seu *market share* no Brasil superou o desempenho obtido no mercado norte-americano, em que a **Fox** ficou com uma participação de 13%, ocupando o 4º lugar.

Seus principais lançamentos de 2010 foram: **As crônicas de Nárnia: A viagem do Peregrino da Alvorada**, no dia 10 de dezembro, em 653 salas; **Nosso lar**, no dia 3 de setembro, em 444 salas; **Alvin e os Esquilos 2**, em 8 de janeiro, ocupando 416 salas; e **Encontro Explosivo**, em 16 de julho, em 324 salas. Ao todo, os 32 filmes exibidos pela **Fox** tiveram 25.081.393 espectadores.

Considerando-se que em média 45% da bilheteria destinam-se à distribuidora, seu faturamento bruto estimado ultrapassou R\$ 104 milhões.

- Warner

Dentre as *majors*, a **Warner** teve o menor desempenho em 2010, ficando significativamente abaixo da **Fox**. Com 19 lançamentos e 26 títulos exibidos, a distribuidora conquistou participação de mercado de 13%, bem distante dos 18% que garantiram à matriz a liderança do mercado norte-americano.

Foi da **Warner** o maior lançamento em 2010: **Harry Potter e as relíquias da morte – Parte 1**, em 19 de novembro, em 929 salas. Seus outros lançamentos mais significativos foram **Fúria de Titãs**, no dia 21 de maio, ocupando 438 salas; **Sherlock Holmes**, em 8 de janeiro, em 322 salas e **A origem**, no dia 6 de agosto, em 313 salas.

Seus filmes renderam em bilheteria R\$166,7 milhões, rendendo à empresa, aproximadamente, R\$75 milhões.

4.1.2.4. Principais distribuidoras independentes em atuação no Brasil

As empresas distribuidoras independentes foram responsáveis por 26% da renda de bilheteria das salas em 2010. Os filmes nacionais correspondem a 45% deste total, ou R\$ 151 milhões, incluídos aí metade dos valores de bilheteria dos filmes codistribuídos por *majors*.

Tabela 22 - Resultados em 2010

Distribuidora	Títulos Exibidos	Títulos Lançados	Cópias	Salas	Público	Renda (R\$)	% Renda	Faturamento distribuidor (45% bilheteria) (R\$)
Paris (SM)	34	24	1.944	2.267	8.938.884	77.483.672,51	6,2%	34.867.652,63
Playarte	35	25	2.027	2.301	4.499.544	39.394.612,94	3,1%	17.727.575,82
Imagen (Wmix)	40	30	2.064	2.131	4.317.114	41.389.485,81	3,3%	18.625.268,61
Downtown (Freespirit) ^{1 2 4}	11	4	343	406	2.169.188	18.934.596,82	1,5%	8.520.568,57
Europa (Cannes) ^{2 3}	28	16	452	625	1.849.705	16.448.733,13	1,3%	7.401.929,91
Califórnia (Antonio Fernandes)	16	10	519	533	1.739.932	16.422.619,15	1,3%	7.390.178,62
Outras Independentes	195	102	976	1.671	13.292.003	122.064.720,09	9,70%	54.929.124,04
Total Independentes	358	210	7.921	9.422	25.705.069	229.143.674,79	18,20%	-

Fonte: SADIS/SAM/ANCINE

- 1) O filme **Chico Xavier** é uma co-distribuição entre a Sony/Disney (Columbia) e a Downtown (Freespirit) .
- 2) O filme **Lula, o filho do Brasil** é uma co-distribuição entre a Downtown (Freespirit) e a Europa (Cannes).
- 3) O filme **Muita calma nessa hora** é uma co-distribuição entre a Europa(Cannes) e a Riofilme.
- 4) O filme **Histórias de amor duram apenas 90 minutos** é uma co-distribuição entre a Downtown (Freespirit) e a Riofilme.
- 5) O filme **5x favela – Agora por nós mesmos** é uma co-distribuição entre a Sony/Disney (Columbia) e a Riofilme.

– Paris Filmes

A **Paris Filmes** foi a distribuidora independente de maior destaque no mercado brasileiro em 2010, sendo a única a ter um filme no *ranking* dos 20 filmes com maior público⁸. Com 34 filmes exibidos, sendo 24 lançamentos, a empresa conquistou 6% de participação na bilheteria. Seu faturamento bruto no segmento de distribuição para salas foi estimado em quase R\$ 35 milhões.

⁸ A Zazen, também posicionada no ranking, não é uma distribuidora, e sim uma produtora. Ver mais detalhes em “Distribuição Própria”.

Os resultados da empresa foram fortemente apoiados nos filmes da **Summit Entertainment**, produtora e distribuidora independente norte-americana que vem obtendo grande sucesso com a franquia Crepúsculo. **Eclipse**, filme lançado em 30 de junho de novembro, foi o 2º maior lançamento do mercado brasileiro em 2010, ocupando 918 salas, e o 3º maior público, com mais de seis milhões de ingressos vendidos.

A empresa lançou apenas um único filme nacional em 2010: **Cidade de Plástico**, coprodução Brasil/China da **Gullane Entretenimento S.A.**, que obteve renda bruta de apenas R\$ 4 mil.

Assim como ocorre com outras distribuidoras independentes, a **Paris Filmes** atua também na exibição. Em parceria com a **Orient**, possui um complexo de duas salas em Salvador. E, em parceria com o grupo **Severiano Ribeiro**, possui um complexo de 11 salas em Brasília.

- **Playarte**

Segunda distribuidora independente de melhor desempenho no mercado brasileiro em 2010, a **Playarte** exibiu 35 títulos, 25 deles lançamentos, e obteve faturamento de estimado de R\$18 milhões (metade da primeira colocada).

Apesar da predominância, em sua cartela, de produções norte-americanas, um título brasileiro (**Xuxa em o Mistério de Feirinha**, que estreou em 24 de dezembro de 2009) foi o que teve maior público em 2010: 1.056.966 espectadores. Por ser um filme infantil, no entanto, não teve renda proporcional. O filme que mais arrecadou bilheteria em 2010 foi **Premonição 4**, que, com R\$8,2 milhões em renda, foi responsável por 20% do faturamento da empresa.

Atuando também na exibição, a **Playarte** possui 11 complexos, totalizando 52 salas. Com a exceção de um complexo de dez salas que a empresa abriu em janeiro de 2010 em Manaus - AM, os demais (todos com sete ou menos salas) se localizam no Estado de São Paulo, sendo sete na capital (27 salas), um em São Bernardo do Campo, com três salas, um em Santo André (cinco salas) e um em Diadema (sete salas).

- **Imagen**

A Imagem teve 40 filmes exibidos e foi responsável pelo lançamento de 30 títulos em 2010. Os filmes de sua cartela somaram 4,3 milhões de espectadores no ano passado. Embora tenha ficado pouco abaixo da **Playarte** em público, em renda bruta total os filmes da Imagem superaram os da concorrente em quase 2 milhões de reais, tendo a **Imagen** alcançado um faturamento estimado em R\$18 milhões.

Enquanto em 2009 um título nacional foi o maior lançamento da empresa, responsável pelo maior público da companhia no ano (**Os normais 2**, lançado em 433 salas, público de 2.202.640 pessoas), em 2010 os quatro títulos nacionais da empresa foram lançados em menos de 35 salas (no total), atraindo um público de 43 mil espectadores, correspondendo a cerca de 1% do público e 0,8% da renda bruta total dos filmes da distribuidora.

- **Downtown**

A **Downtown** é uma distribuidora especializada na comercialização de títulos nacionais. Em 2010, a empresa foi responsável pelo lançamento de quatro filmes, três deles em codistribuição, tendo exibido no total 11 obras.

O principal lançamento da **Downtown** em 2010 foi **Chico Xavier** que estreou em 02 de abril, chegando a ser exibido em 392 salas simultaneamente. Trata-se do terceiro maior sucesso do cinema nacional do ano, que conquistou público total de pouco mais de 3,4 milhões de espectadores e renda de aproximadamente R\$ 30 milhões. **Chico Xavier** foi distribuído pela **Downtown** em codistribuição com a **Columbia**.

O segundo maior lançamento da empresa em 2010 (**Lula, o filho do Brasil**) também foi uma codistribuição, desta vez com a **Europa**. Lançado no primeiro dia do ano, em 360 salas, **Lula** obteve resultados bem mais modestos que **Chico Xavier**. Foram cerca de 848 mil espectadores e R\$ 7 milhões de faturamento. Abaixo, os cinco títulos exibidos pela **Downtown** em 2010 com maior público.

Tabela 23 – Filmes de maior público – Downtown - 2010

Título	Data Lançamento	Cópias	Salas	Público	Renda (R\$)	% Renda sobre total
Chico Xavier *	02/04/2010	171	193	1.706.484	15.139.516,50	79,96%
Lula, O Filho do Brasil **	01/01/2010	150	180	424.247	3.532.777,95	18,66%
Do Começo ao Fim	27/11/2009	7	11	17.179	134.796,31	0,71%
Só Dez Por Cento é Mentira	22/01/2010	1	5	5.919	52.032,00	0,27%
Histórias de Amor Duram Apenas 90 Minutos ***	12/03/2010	3	6	5.077	41.714,06	0,22%

Fonte: SADIS/SAM/ANCINE

* Este filme foi co-distribuído com a Sony/Disney (Columbia) e foi considerado nas duas distribuidoras.

** Este filme foi co-distribuído com a Europa (Cannes) e foi considerado nas duas distribuidoras.

*** Este filme foi co-distribuído com a Riofilme e foi considerado nas duas distribuidoras.

O faturamento da empresa foi estimado em 45% da renda bruta dos filmes que a empresa distribuiu com exclusividade, além de 45% sobre metade da renda bruta dos filmes em co-distribuição. Embora a ANCINE disponha dos contratos de co-distribuição, as participações, em todos os casos, são consideradas como 50/50, para preservar o sigilo das informações dos documentos. Assim, o faturamento da **Downtown** foi estimado em R\$8,5 milhões.

- Europa

Com 28 títulos exibidos em 2010, sendo 16 lançamentos (dois deles em co-distribuição), a Europa conquistou menos de 2% de *market share*. Seus principais lançamentos foram os dois filmes nacionais que codistribuiu: **Muita calma nessa hora** (com a **Riofilme**) e **Lula, o filho do Brasil** (com a **Downtown**). Ambos os filmes, se contabilizarmos metade do público e renda para a empresa, foram responsáveis por mais de 56% da renda bruta obtida pelos filmes exibidos pela empresa. Em terceiro lugar, o vencedor do Oscar de melhor filme estrangeiro **O segredo dos seus olhos**, com pouco mais de 328 mil espectadores, contribuiu com mais 20% aproximadamente da renda. O faturamento da empresa foi estimado em R\$7,4 milhões.

Dos 10 títulos de maior público da empresa (ver tabela abaixo), seis são brasileiros.

Tabela 24 – 10 títulos com maior público - Europa

Título	País	Data Lançamento	Cópias	Salas	Público	Renda (R\$)	% Renda sobre total
Muita calma nessa hora *	Brasil	12/11/2010	76	89	671.717	5.838.342,30	35,49%
Lula, O Filho do Brasil **	Brasil	01/01/2010	150	180	424.247	3.532.777,95	21,48%
O Segredo dos Seus Olhos	Argentina	26/02/2010	26	26	328.128	3.274.349,01	19,91%
Federal	Brasil	29/10/2010	51	63	113.420	985.378,16	5,99%
A Jovem Rainha Vitória	EUA	18/06/2010	17	37	97.576	948.114,15	5,76%
Segurança Nacional	Brasil	07/05/2010	26	37	37.410	285.368,77	1,73%
Quando me Apaixono	EUA	06/08/2010	0	12	34.642	364.836,20	2,22%
Como esquecer	Brasil	15/10/2010	8	22	32.475	280.320,79	1,70%
Sonhos Roubados	Brasil	23/04/2010	22	29	28.562	199.440,08	1,21%
A Mente que Mente	EUA	15/01/2010	12	14	26.498	256.963,92	1,56%

Fonte: SADIS/SAM/ANCINE

* Este filme foi co-distribuído com a Riofilme e foi considerado nas duas distribuidoras, com divisão de 50% para cada em cópias, salas, público e renda.

** Este filme foi co-distribuído com a Downtown e foi considerado nas duas distribuidoras, com divisão de 50% para cada em cópias, salas, público e renda.

- California

A **Califórnia** foi responsável pela distribuição de 16 filmes em 2010, sendo dez deles lançamentos. A distribuidora conquistou 1.739.932 espectadores e arrecadou R\$ 16,4 milhões, estando praticamente empatada em *market share* com a **Europa** (1,3%). Nenhum de seus filmes chegou a figurar no *ranking* dos 20 maiores públicos do ano. O título que obteve maior público foi **Os mercenários**, com 1.066.176 espectadores, que representa 58,5% do público da distribuidora. A empresa não comercializou filmes brasileiros em 2010.

4.1.2.5. Distribuição Própria

Ao contrário do que ocorre no mercado norte-americano, no Brasil não é frequente, por parte dos principais agentes do setor, a atuação simultânea na produção e na distribuição cinematográfica, sendo mais comum a atuação conjunta na distribuição e exibição (Ex: **Playarte**, **Paris**, **Filmes do Estação**, dentre outros). Entretanto, é relativamente comum que pequenos produtores distribuam seus próprios títulos, o que se dá, geralmente, menos pela identificação de uma oportunidade de negócios do que

pela dificuldade encontrada para levar suas obras às salas pelos meios convencionais. Na grande maioria das vezes, são lançamentos extremamente restritos, limitados à exibição de poucas sessões diárias em um número mínimo de salas, que apresentam resultados comerciais inexpressivos. A grande exceção é o filme **Tropa de Elite 2**, lançado no 2º semestre de 2010 pela produtora **Zazen**, em mais de 700 salas.

Tendo atraído o maior público entre os filmes brasileiros e estrangeiros em 2010, este filme quebrou um recorde de público de filmes nacionais de mais de 30 anos, superando o grande sucesso de **Dona Flor e seus dois maridos** (**Embrafilme**). Lançado em novembro de 1976, **Dona Flor** teve 10.735.524 espectadores nas salas de cinema. **Tropa de Elite 2**, lançado em outubro de 2010, fez 11.023.475 espectadores até 31 de dezembro de 2010. O primeiro título da “série”, lançado em outubro de 2007 em meio a um vazamento de cópias não autorizadas meses antes de sua estreia oficial, fez 2.417.754 espectadores nas salas.

Tropa de Elite 2 também superou em mais de 3,6 milhões o 2º filme mais visto do ano: **Shrek para sempre** (**Paramount**), que vendeu 7.368.374 ingressos. O filme da **Zazen** bate outro recorde ao ocupar o posto de 2º maior público dos últimos 20 anos, assumindo o lugar de **A Era Do Gelo 3** (**Fox**), que teve 9.279.602 ingressos vendidos em 2009. O 1º colocado continua sendo **Titanic** (**Fox**), com 16.377.228 espectadores em 1998⁹.

⁹ Database Filme B 2006.

4.1.3. Exibição

4.1.3.1. Atuação dos exibidores e características da exibição no Brasil

O elo da cadeia referente à “exibição” tem entre seus principais agentes econômicos as empresas ou instituições que operam espaços de exibição de filmes no país. É possível estabelecer algumas distinções para os espaços que esses agentes operam. Podem ser, por exemplo, espaços comerciais ou não comerciais; voltados para a exibição de filmes ‘de arte’ (cinemas de arte) ou de grandes produções estrangeiras, os chamados ‘blockbusters’; podem estar localizados em unidades arquitetônicas independentes, caracterizando-se como cinemas ‘de rua’ ou fazerem parte de *shopping centers*; podem pertencer a grupos empresariais multinacionais ou a empresas nacionais. Neste trabalho vamos apresentar um resumo geral da exibição comercial em 2010, distinguindo seus agentes e a localização geográfica do parque exibidor.

Este é um setor que vem passando por grandes transformações nos últimos anos. Em meados da década de 90, com a estabilização monetária e a valorização cambial, grandes empresas estrangeiras começaram a operar no mercado de exibição brasileiro, entre elas, Cinemark, UCI, Box e Hoyts, que já desfez seus negócios no país. No mesmo período, houve o surgimento de um novo conceito de organização das salas exibição, os *multiplex*, caracterizados pela reunião de várias salas sob uma mesma unidade arquitetônica, invariavelmente associada a grandes empreendimentos comerciais (*shopping centers*), e com grande oferta de *blockbusters*. Esse novo modelo de exibição, já presente em muitos países europeus e nos Estados Unidos, passou a reunir seis, oito, 18 ou até 32 salas de cinema num mesmo complexo, gerando economia expressiva nos custos de operação e manutenção das salas.

Na esteira das mudanças ocorridas no setor da exibição, fatores como a entrada de empresas de capital estrangeiro e a implantação de um novo modelo de organização das salas, a mudança nos hábitos de consumo de cinema e a crescente modernização do parque tecnológico aumentaram a distância entre os grandes empreendedores da exibição (empresas multinacionais e alguns exibidores de capital nacional) e os pequenos exibidores, que invariavelmente mantêm cinemas ‘de rua’ por tradição familiar e tiveram que disputar o mercado em áreas menos atrativas.

4.1.3.2. Agentes Econômicos

As empresas e instituições que atuam na operação dos espaços de exibição (chamados ‘exibidores’) estão classificadas na subclasse CNAE 5914-6/00 - atividades de exibição cinematográfica.

Na tabela a seguir, estão listados os principais exibidores em atuação no país, com respectivo número de salas que mantinha em 2010.

Tabela 25 - Ranking Exibidores – 2010

Exibidor	Salas
CINEMARK	433
GRUPO SEVERIANO RIBEIRO	163
ARAUJO	93
ARCO-ÍRIS	87
UCI	86
MOVIECOM	84
ESPAÇO	83
CINESYSTEM	81
CINEMAIS	66
BOX	56
PLAYARTE	52
UCI/GSR	50
GNC	41
CENTERPLEX	39
AFA	36
CINÉPOLIS	35
CINEART	29
SERCLA	28
LUMIERE	25
Outros	639
Total	2.206

*Não contabilizadas as salas da *joint venture* UCI/GSR - 50 salas.
Fonte: ANCINE

Ao fim do ano de 2010, o Brasil mantinha 2.206 salas, distribuídas em 662 cinemas operados por aproximadamente 415 empresas.

No Brasil, as duas maiores empresas de exibição do país, Cinemark (multinacional norte-americana) e Grupo Severiano Ribeiro (capital nacional), respondem por quase metade da receita das salas de cinema no país que, em 2010, superou a marca de R\$1,2 bilhão.

Tabela 26 - Ranking Exibidores – Por Renda (R\$) - 2010

	Empresa/Grupo	Renda (R\$)	Participação de renda
1	CINEMARK	424.238.596,00	33,60%
2	GSR	150.774.187,00	12,00%
3	ARAÚJO	70.556.857,00	5,60%
4	UCI	63.658.541,00	5,00%
5	CINESYSTEM	56.433.231,00	4,50%
6	ESPAÇO DE CINEMA	51.685.803,00	4,10%
7	UCI/GSR	49.371.929,00	3,90%
8	MOVIECOM	39.058.732,00	3,10%
9	BOX CINEMAS	36.131.650,00	2,90%
10	CINEMAIS	30.124.969,00	2,40%
11	GNC	29.995.570,00	2,40%
12	PLAYARTE	27.990.724,00	2,20%
13	CINEART	24.725.654,00	2,00%
14	ARCOIRIS	23.607.182,00	1,90%
15	UCI/ORIENT	17.875.014,00	1,40%
16	CENTERPLEX	15.009.226,00	1,20%
17	ESTAÇÃO	12.430.291,00	1,00%
18	ROXY	10.550.931,00	0,80%
19	CINESHOW	7.455.764,00	0,60%
20	EMBRACINE	7.185.591,00	0,60%
21	AFA	7.125.842,00	0,60%
22	SERCLA	6.859.709,00	0,50%
23	LUMIÈRE	5.629.284,00	0,40%
24	ORIENT *	5.190.988,00	0,40%
25	CINEMAGIC	5.114.415,00	0,40%
26	CINEPOLIS	4.537.447,00	0,40%
27	CINEPLUS	4.186.991,00	0,30%
28	MOVIEPLEX	4.086.793,00	0,30%
29	LUI CINEMATOGRÁFICA	3.496.007,00	0,30%
30	MANCHESTER	2.871.544,00	0,20%
31	RESERVA CULTURAL	2.611.186,00	0,20%
32	PANDORA	2.577.944,00	0,20%
33	IGUASSU BOULEVARD	2.539.670,00	0,20%
34	GRUPOCINE	2.343.535,00	0,20%
35	STAR CINEMAS	2.049.669,00	0,20%
36	RBM	1.931.709,00	0,20%
37	ART MOVIE	1.807.903,00	0,10%

	Empresa/Grupo	Renda (R\$)	Participação de renda
38	CINEMAS BENFICA	1.712.840,00	0,10%
39	ANNA HOTEL	1.676.680,00	0,10%
40	SUPER K	1.585.435,00	0,10%
41	TOP FILMES	1.564.200,00	0,10%
42	ART FILMS	1.415.913,00	0,10%
43	MSS MULTICINE	1.268.690,00	0,10%
44	FERRY BOAT'S	1.076.447,00	0,10%
45	CINE.COM	999.445,00	0,10%
46	SALADEARTE	911.512,00	0,10%
Outros		35.307.404,00	2,80%
Total		1.261.339.644,00	100%

Fonte: Elaboração própria com base no Database Filme B 2010

4.1.3.3. Principais grupos exibidores

- Cinemark

A multinacional norte-americana detém a maior rede de cinemas do Brasil e a terceira maior do mundo, com mais de 3.900 salas em diversos países (Estados Unidos, Brasil, Argentina, Canadá, Chile, Colômbia, Costa Rica, Equador, El Salvador, Honduras, Nicarágua, México, Peru, Panamá e Taiwan)¹⁰. Foi fundada em 1984 nos Estados Unidos e atua no Brasil desde 1997. Em 2010, operou 53 complexos distribuídos em 29 municípios brasileiros. O Cinemark é uma empresa especializada em operar complexos cinematográficos *multiplex*.

- Grupo Severiano Ribeiro (GSR)

O grupo teve origem em 1917, em Fortaleza, quando o fundador Luiz Severiano Ribeiro inaugurou o Majestic, primeiro grande cinema construído na capital cearense. Maior exibidora de capital nacional do país, o Severiano Ribeiro é um grupo que cresceu como uma empresa familiar. Hoje é composto por cinco empresas, além das *joint ventures* com a estrangeira UCI e a distribuidora Paris. Suas operações somam mais de 200 salas de exibição e cerca de 50 mil poltronas.

¹⁰ <http://www.cinemark.com.br/cinemark/cinemark-mundo>

- Araújo

Fundada em 1926, em Botucatu (SP), a Cinematográfica Araújo, dirigida pela família Araújo, opera salas de cinema nas principais cidades do interior dos estados de São Paulo, Paraná e Rio de Janeiro, além das capitais dos estados de Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Rondônia.

- Arco-Íris

Inaugurada em 1961, em Lajes (SC), a rede Arco Íris possui 32 cinemas (com 87 salas) e atua fortemente na região sul do país. Possui apenas oito complexos fora desta área, sendo três no Ceará, três em São Paulo e dois em Brasília.

- UCI Cinemas

De origem inglesa, a United Cinemas International (UCI) Brasil é uma empresa do grupo norte-americano National Amusements. Opera no Brasil há 13 anos e possui 17 complexos (incluindo *joint ventures*) espalhados pelas principais cidades do país: Rio de Janeiro, São Paulo, Ribeirão Preto, Curitiba, Salvador, Recife, Fortaleza e Juiz de Fora. A empresa possui o maior cinema do país, o *megaplex* UCI New York City Center, no Rio de Janeiro, com 18 salas. Além do Brasil, possui complexos cinematográficos na Áustria, Alemanha, Irlanda, Itália, Inglaterra e Portugal, onde são de propriedade do grupo Odeon & UCI Cinemas.

- Moviecom

Fundada há mais de 10 anos, possui pouco mais da metade de suas salas (44) no estado de São Paulo. Outras 40 salas de seu parque exibidor encontram-se distribuídas por Bahia, Goiás, Minas Gerais, Pará e Rio Grande do Norte.

- Espaço de Cinema (Unibanco Cinemas)

Parceria entre o banco Unibanco (comprado pelo Itaú em 2010) e a empresa Cinearte, que mantém as marcas Arteplex e Espaço Unibanco. O grupo Espaço de Cinema possui 83 salas e está presente em oito estados brasileiros, localizados nas regiões sul, sudeste e nordeste.

- Cinesystem

Fundada em 1999 na cidade de Maringá (PR), o Cinesystem terminou o ano de 2010 com 81 salas em operação nos estados de Maranhão, Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

- Cinemas

O Cinemas possui um total de 66 salas de exibição e está presente em 11 cidades localizadas em cinco estados brasileiros: São José do Rio Preto, Marília, Guaratinguetá, Sertãozinho, em São Paulo, Cuiabá e Tangará da Serra, em Mato Grosso, Uberlândia, Uberaba e Patos de Minas, em Minas Gerais, Manaus (AM) e Anápolis (GO).

- Box Cinemas

A Box Cinemas do Brasil faz parte do Grupo Internacional CineOcio Desarollo, que tem sua sede na Espanha com o nome de Cinebox. No Brasil, opera com a marca comercial Box Cinemas, tendo inaugurado seu primeiro complexo em setembro de 2001, em Campinas (SP). Hoje, a Box Cinemas está presente em cinco estados do Brasil, com seis complexos que oferecem ao público um total de 56 salas e mais de 11 mil poltronas.

- Cinépolis

Em junho de 2010, o maior grupo de exibição mexicano inaugurou seu primeiro complexo no Brasil, em Ribeirão Preto (SP), com oito salas, sendo três delas no padrão DCI com exibição em 3D, o complexo com maior número de salas 3D no país. A empresa tem previsão de abertura de mais treze complexos, totalizando aproximadamente 105 salas, até o final de 2012. O Grupo Cinépolis é a quarta maior rede de cinemas do mundo, e a maior da América Latina, com mais de 2.200 salas em oito países da América Central, América do Sul e Ásia (Índia).

4.1.3.4. Geografia das salas de cinema do país

Figura 8 - Dispersão das salas de exibição no país - 2010



Fonte: IBGE (Censo 2010); Sistema de Registro - ANCINE; Nielsen; SICOA e levantamento próprio.

Apenas 7% dos municípios brasileiros possuem cinemas, o que pode ser atribuído a vários fatores, entre eles o alto número de municípios com menos de 50 mil habitantes (89% do total). Outros fatores econômicos inviabilizam a construção e manutenção de salas nestas localidades, muito em função da baixa freqüência dos brasileiros nas salas de cinema. A cidade com maior número de ingressos per capita foi Balneário Camboriú (SC), destino de férias de muitas famílias do Paraná e Santa Catarina, mas que possui 108 mil habitantes regulares. Em Balneário Camboriú, a freqüência média das salas de cinema foi de 4,07 ingressos por habitante ao longo do ano de 2010.

Outras barreiras para a manutenção de salas em pequenas cidades passam pela dificuldade de disputar cópias (no caso de filmes distribuídos em rolos de 35mm) com os exibidores dos grandes centros, a venda de cópias ilegais de filmes nas ruas (pirataria) e as leis que garantem meia-entrada em diversos casos. Assim, conforme tem sido observado através de consultas aos exibidores, não apenas as tentativas de novos empreendimentos são descartadas, como as tradicionais salas de exibição

localizadas em pequenas cidades vêm sendo fechadas, e acabam por se transformarem em igrejas, lojas ou agências bancárias.

Boa parte dos novos investimentos tendem a se concentrar nas grandes cidades, onde existe melhor nível de renda e público potencial suficiente para viabilizar um complexo com maior número de salas, de forma a serem aproveitadas as economias de escopo¹¹.

Tabela 27 - Salas de Exibição por Faixa de População - 2010

Faixa de População dos Municípios	Total Municípios	Municípios com cinema	% Municípios com cinema	Quantidade de salas de cinema nestes municípios	% salas de cinema sobre total
Menos de 20.000	3.915	8	0,20%	9	0,41%
20.001 a 50.000	1.043	75	7,19%	80	3,63%
50.001 a 100.000	324	96	29,63%	133	6,03%
100.001 a 500.000	245	164	66,94%	644	29,19%
acima de 500.001	38	38	100,00%	1.340	60,74%
Total	5.565	381	6,85%	2.206	100%

Fonte: IBGE 2010; Sistema de Registro - ANCINE; SICOA e levantamento próprio.

Tabela 28 – Municípios por faixa populacional e médias de habitante por sala - 2010

Até 100.000 Habitantes					
Quatidade de Municípios com cinema	População	Total complexos	Hab / Complexo	Salas	Hab/Sala
179	9.860.681	183	53.884	222	44.417
De 100.001 a 200.000 Habitantes					
Quatidade de Municípios com cinema	População	Total complexos	Hab / Complexo	Salas	Hab/Sala
91	12.333.443	101	122.113	204	60.458
De 200.001 a 300.000 Habitantes					
Quatidade de Municípios com cinema	População	Total complexos	Hab / Complexo	Salas	Hab/Sala
41	9.940.471	57	174.394	188	52.875
De 300.001 a 400.000 Habitantes					

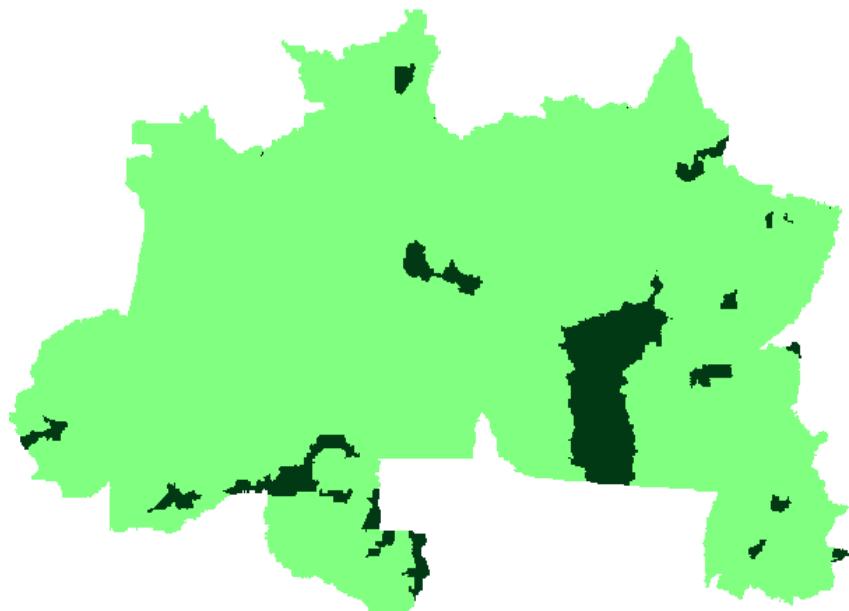
¹¹Economias de escopo: ocorrem quando o custo total de uma firma para produzir, conjuntamente, pelo menos dois produtos/serviços é menor do que o custo de duas ou mais firmas produzirem separadamente estes mesmos produtos/serviços, a preços dados de insumos. De forma similar às economias de escala, as economias de escopo podem também ser entendidas como reduções nos custos médios derivadas da produção conjunta de bens distintos, a preços dados de insumos. Podemos citar como custos reduzidos com a economia de escopo os gastos com pontos de bilheteria, projecionista, gerente, contabilidade, marketing, etc.

Quantidadde de Municípios com cinema		População	Total complexos	Hab / Complexo	Salas	Hab/Sala
20		6.958.844	30	231.961	129	53.945
De 400.001 a 500.000 Habitantes						
Quantidadde de Municípios com cinema		População	Total complexos	Hab / Complexo	Salas	Hab/Sala
12		5.218.423	32	163.076	123	42.426
Municípios com mais de 500.000 Habitantes						
UF	Cidades	População	Total complexos	Hab / Complexo	Salas	Hab/Sala*
PR	LONDRINA	506.645	2	253.323	8	63.331
SC	JOINVILLE	515.250	2	257.625	9	57.250
MG	JUIZ DE FORA	517.872	4	129.468	14	36.991
MT	CUIABÁ	551.350	2	275.675	16	34.459
BA	FEIRA DE SANTANA	556.756	1	556.756	4	139.189
SE	ARACAJU	570.937	2	285.469	14	40.781
SP	SOROCABA	586.311	4	146.578	19	30.858
MG	UBERLÂNDIA	600.285	1	600.285	8	75.036
MG	CONTAGEM	603.048	2	301.524	10	60.305
SP	RIBEIRÃO PRETO	605.114	4	151.279	27	22.412
SP	SÃO JOSÉ DOS CAMPOS	627.544	3	209.181	20	31.377
PE	JABOATÃO DOS GUARARAPES	644.699	1	644.699	12	53.725
SP	OSASCO	666.469	3	222.156	21	31.737
SP	SANTO ANDRÉ	673.914	2	336.957	15	44.928
PB	JOÃO PESSOA	723.514	2	361.757	14	51.680
SP	SÃO BERNARDO DO CAMPO	765.203	2	382.602	12	63.767
MS	CAMPO GRANDE	787.204	3	262.401	12	65.600
RJ	NOVA IGUAÇU	795.212	1	795.212	3	265.071
RN	NATAL	803.811	2	401.906	14	57.415
PI	TERESINA	814.439	2	407.220	8	101.805
RJ	DUQUE DE CAXIAS	855.046	4	213.762	12	71.254
AL	MACEIÓ	932.608	4	233.152	10	93.261
RJ	SÃO GONÇALO	999.901	1	999.901	8	124.988
MA	SÃO LUÍS	1.011.943	2	505.972	16	63.246
SP	CAMPINAS	1.080.999	6	180.167	46	23.500
SP	GUARULHOS	1.222.357	2	611.179	21	58.207
GO	GOIÂNIA	1.301.892	8	162.737	35	37.197
PA	BELÉM	1.392.031	4	348.008	20	69.602
RS	PORTO ALEGRE	1.409.939	19	74.207	66	21.363
PE	RECIFE	1.536.934	9	170.770	36	42.693
PR	CURITIBA	1.746.896	15	116.460	73	23.930
AM	MANAUS	1.802.525	5	360.505	40	45.063
MG	BELO HORIZONTE	2.375.444	11	215.949	64	37.116
CE	FORTALEZA	2.447.409	9	271.934	36	67.984
DF	BRASÍLIA	2.562.963	15	170.864	80	32.037
BA	SALVADOR	2.676.606	16	167.288	60	44.610
RJ	RIO DE JANEIRO	6.323.037	39	162.129	175	36.132
SP	SÃO PAULO	11.244.369	45	249.875	282	39.874
Média cidades com mais de 500.000 habitantes		55.838.476	259	215.593	1.340	41.671
Média Nacional (apenas cidades atendidas por cinema)		98.922.836	662	149.430	2.206	44.843

4.1.3.5. Salas de cinema do país – por região

– Região Norte

Figura 9 – Perfil Região Norte



	Municípios	População
Com Cinema	20	6.225.963
Sem Cinema	430	9.639.715
Total	450	15.865.678

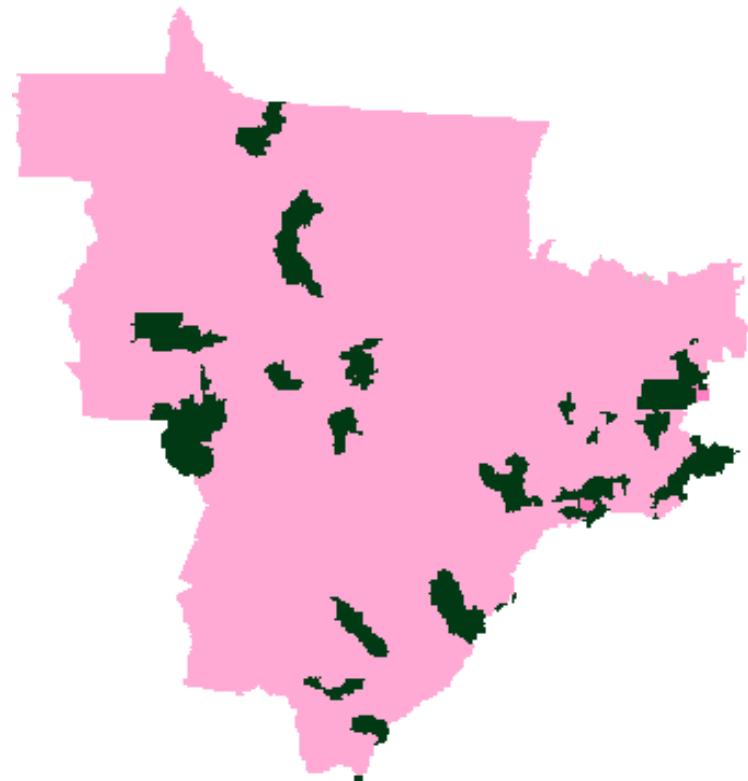
Empresas/Grupos exibidores	Salas	%
MOVIECOM	15	22%
CINEMAIS	8	12%
CINEMARK	8	12%
GSR	6	9%
ARAUJO	5	7%
Outros	25	37%
Total	71	100%

Fonte: IBGE 2010; Sistema de Registro - ANCINE; Filme B, Nielsen; SICOA e levantamento próprio.

A região norte, em parte por sua baixa densidade demográfica e geografia peculiar, é a que apresenta menor número de salas, basicamente restritas às capitais dos estados. Uma curiosidade: no mapa, destaca-se uma grande área com presença de salas de cinemas. Trata-se do município de Altamira, que possui 160 mil km², mas apenas uma sala para seus 105 mil habitantes.

- Centro-Oeste

Figura 10 - Perfil – Região Centro-Oeste



	Municípios	População
Com Cinema	26	7.930.225
Sem Cinema	440	6.120.115
Total	466	14.050.340

Empresas/Grupos exibidores	Salas	%
GSR	32	20%
CINEMARK	45	19%
CINEMAIS	15	9%
LUMIERE	13	6%
ARAUJO	13	6%
Outros	80	40%
Total	198	100%

Fonte: IBGE 2010; Sistema de Registro - ANCINE; Filme B, Nielsen; SICOA e levantamento próprio.

Embora a região centro-oeste apresente número de habitantes inferior à região norte, a quantidade de salas disponíveis é três vezes superior. Estas atendem mais da metade da população, uma distorção provocada pelos números do Distrito Federal, que possui 80 salas em 15 complexos.

- Nordeste

Figura 11 - Perfil - Região Nordeste



	Municípios	População
Com Cinema	36	16.750.009
Sem Cinema	1.758	34.870.774
Total	1.794	53.591.197

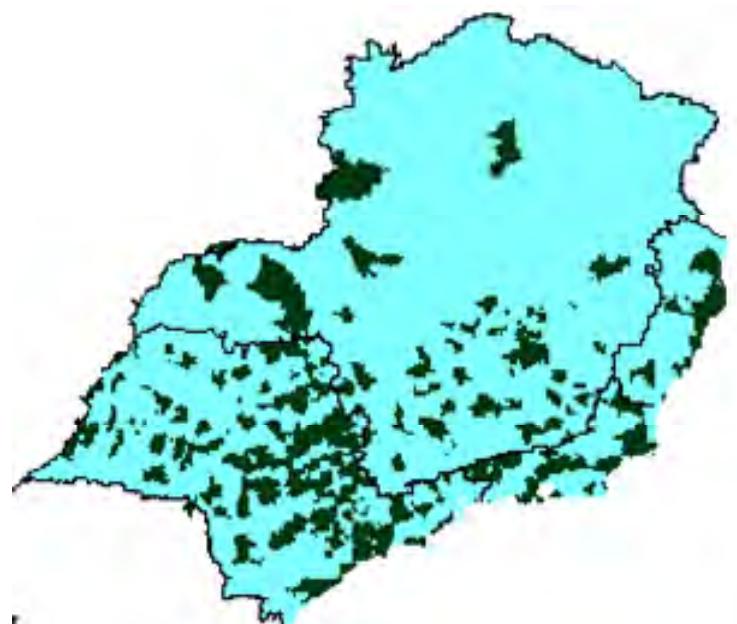
Empresas/Grupos exibidores	Salas	%
UCI/GSR	35	14%
BOX	30	12%
CINEMARK	29	12%
UCI/ORIENT	18	7%
GSR	14	6%
Outros	117	48%
Total	243	100%

Fonte: IBGE 2010; Sistema de Registro - ANCINE; Filme B, Nielsen; SICOA e levantamento próprio.

A região nordeste possui situação semelhante à região norte. São poucas as áreas com cinema, e apenas 30% da população é atendida. O número total de salas de toda a região nordeste é inferior ao número de salas do município de São Paulo (282).

- Sudeste

Figura 12 - Perfil - Região Sudeste



	Municípios	População
Com Cinema	218	55.344.599
Sem Cinema	1.450	25.570.733
Total	1.668	80.915.332

Empresas/Grupos exibidores - Sudeste	Salas	%
CINEMARK	300	24%
GSR	111	9%
UCI	57	4%
ESPAÇO	56	4%
ARAUJO	54	4%
Outros	692	54%
Total	1.270	100%

Fonte: IBGE 2010; Sistema de Registro - ANCINE; Filme B, Nielsen; SICOA e levantamento próprio.

A região sudeste é a que apresenta os melhores resultados, com mais de 70% da população atendida. 60% das salas existentes no país estão no sudeste.

- **Sul**

Figura 13 - Perfil - Região Sul



	Municípios	População
Com Cinema	87	15.869.983
Sem Cinema	1101	11.514.832
Total	1188	27.384.815

Empresas/Grupos exibidores - Sul	Salas	%
ARCO	61	16%
CINEMARK	51	14%
CINESYSTEM	44	12%
GNC	35	9%
UCI	19	5%
Outros	160	43%
Total	370	100%

Fonte: IBGE 2010; Sistema de Registro - ANCINE; Filme B, Nielsen; SICOA e levantamento próprio.

Ao contrário das regiões norte e nordeste, a região sul apresenta grande dispersão de salas em seu território, conseguindo assim atingir quase 60% de sua população. Assim, a relação de ingressos per capita é o dobro das regiões citadas. Destacam-se os grupos Cinesystem, GNC e Arco-Íris, todos oriundos desta região, embora tenham (com exceção do GNC) cinemas em outros estados da federação.

4.1.3.6. Outras fontes de receita do segmento da exibição

- Publicidade e Bomboniere

Além da venda de bilhetes, os exibidores dispõem de receitas extras com a exploração de espaços comerciais e venda de comestíveis na *bombonière*. O valor cobrado para ações de publicidade depende do tipo de exposição que o anunciante deseja. Por exemplo, exibir comerciais nas telas de cinemas 3D ou em salas localizadas em áreas nobres custa mais que a mesma exibição num cinema mais distante ou sem exibição em três dimensões. Outras modalidades de exposição comercial, como personalização das salas com a marca do anunciante, ações no *hall* do cinema ou *banner* no *site* do exibidor, podem ser oferecidas e compostas num pacote de ações comerciais.

Uma das principais empresas de agenciamento de publicidade em salas de exibição é a Kinomaxx, que opera com exclusividade nos complexos do Cinemark e UCI. O valor cobrado por 35 inserções de um anúncio de 30 segundos ao longo de uma semana cinematográfica (de sexta-feira à quinta-feira da semana seguinte) varia entre R\$ 3 mil e R\$ 4 mil¹² por sala, de acordo com a localização do complexo. A Kinomaxx também oferece serviços de personalização de salas, que pode ultrapassar o custo de R\$ 70 mil por mês, ações no hall dos cinemas (quase R\$ 10 mil por semana), ou a simples inclusão de *banner* no *site* do exibidor ao custo de R\$ 60 a cada 20mil visualizações.

Outra grande empresa especializada no ramo de publicidade em salas de exibição é a Circuito Digital. Está presente em 14 estados, 23 cidades e 331 salas de cinema, divididas entre os exibidores: Grupo Severiano Ribeiro, Cinesystem, Playarte, Cine Show e Cineart¹³.

Os dados de receitas geradas com publicidade e *bomboniere* não costumam ser divulgados pelos exibidores. No entanto, sabe-se que esta receita adicional representa cerca de 30% do faturamento dos complexos. Segundo informações do Grupo Severiano Ribeiro, disponíveis em seu site, em seus cinemas são consumidos 300 toneladas de milho de pipoca e 1,8 milhões de litros de refrigerantes ao ano.

¹² Fonte: http://www.kinomaxx.com.br/site/admin/arquivos/midiakit/tabela_precosComercial_2011.pdf (acessado em junho de 2011)

¹³ Fonte: <http://www.circuitodigital.com.br/> (acessado em dezembro de 2010)

4.1.3.7. A exibição em 3D

Em todo o mundo, o mercado de salas de exibição vem sofrendo grande impacto com o avanço da tecnologia 3D. No Brasil, o número de salas capacitadas para a exibição em 3D tem-se mostrado insuficiente para atender a demanda dos distribuidores. O volume de lançamentos nesse formato supera a capacidade do parque exibidor, levando à substituição de títulos que ainda apresentam bom desempenho, para abrir espaço para novos lançamentos.

Em 2010, foram contabilizadas 262 salas 3D no país, um crescimento de 140,37% em relação ao ano anterior. Ainda assim, as salas 3D existentes no Brasil estão subdimensionadas. Entre os principais entraves para a equipagem de novas salas com projeção em três dimensões, os exibidores citam o excesso de impostos na importação da aparelhagem e a própria falta de equipamentos disponíveis para compra, as questões burocráticas para enviar o equipamento ao exterior em caso de quebra e a falta de mão de obra qualificada para operá-los. Segundo o presidente da Cinemark no Brasil, Marcelo Bertini, é fundamental a parceria dos exibidores com os *shoppings* na construção de salas 3D. Estas salas, além de atraírem um público mais selecionado, valorizam o *shopping* perante os concorrentes.

Desse modo, a ampliação do número de salas 3D ainda pode ter um grande impacto na atividade. Por outro lado, como a produção nacional não adotou a tecnologia (e os filmes brasileiros são, em grande parte, produções de gêneros até hoje pouco afetados pelas produções em 3D), pode-se esperar uma redução da participação de mercado do cinema nacional em número de espectadores e, principalmente, em faturamento.

4.1.3.8. Ações/propostas de políticas públicas voltadas ao setor exibidor

- Vale Cultura

Considerado a primeira política pública recente focada no consumo cultural, uma vez que as demais focavam na produção cultural, o vale cultura possibilitará que os trabalhadores possam adquirir ingressos de cinema, dentro outros produtos culturais (teatro, museu, livros, etc).

O vale, similar ao atual “tíquete-alimentação” possuirá saldo de até R\$50,00 por mês, por trabalhador. Embora as empresas não sejam obrigadas a conceder o vale cultura, estas poderão obter dedução de parcela do imposto de renda e assim beneficiar milhares de trabalhadores, principalmente os que ganham até cinco salários mínimos. Este projeto pode gerar grande retorno para o parque exibidor, dada a estimativa de que 12 milhões de brasileiros poderão ser beneficiados pelo vale cultura, aumentando em até R\$ 600 milhões/mês ou 7,2 bilhões ano o consumo cultural no país.

O projeto, ao final de 2010, encontrava-se em tramitação na Câmara dos Deputados.

- Cinema Perto de Você

Ao final do primeiro semestre de 2010, o governo federal lançou este programa, voltado para expansão e desenvolvimento do parque exibidor brasileiro. Suas principais fontes de recursos são o Fundo Setorial do Audiovisual – FSA, além do Programa BNDES para Desenvolvimento da Economia da Cultura - PROCULT. Estas fontes disponibilizaram R\$500 milhões para o programa em 2010.

Com o objetivo de aumentar em 600 salas o parque exibidor brasileiro, inclusive em pequenas cidades, o programa articula-se através de um conjunto de ações que vão desde a aplicação direta de recursos em implantação de salas de propriedade pública até o financiamento de salas em cidades maiores ou em bairros de periferia das grandes cidades, onde não há oferta de salas de cinema. O programa prevê ainda

medidas de desoneração tributária que possam baratear os custos do investimento na atividade.

O primeiro complexo viabilizado por este programa foi inaugurado em setembro de 2010, no Jardim Sulacap, Zona Oeste do Rio de Janeiro. Contatando com seis salas, sendo uma delas com projeção 3D, o valor total do investimento no complexo *Cine10* foi de R\$ 6,5 milhões, e o apoio oriundo do programa foi da ordem de R\$ 3,7 milhões, sendo R\$ 595 mil do BNDES e R\$ 3,1 milhões do Fundo Setorial do Audiovisual.

- Projeto “Vá ao Cinema” e “Cinema para todos”

São projetos estaduais, respectivamente, de São Paulo e do Rio de Janeiro, que promovem a distribuição de ingressos nas escolas da rede estadual e municipal que são trocados nas bilheterias dos cinemas.

Essa distribuição nas escolas é acompanhada de palestras educativas que visam criar um público potencial para os filmes nacionais no futuro. Ao final, os exibidores repassam ao governo os ingressos recebidos e recebem em troca um valor pré definido

Anexo I

Lançamentos Brasileiros – 2010

#	Título	Distribuidora	Lançamento	Cópias*	Salas	Público	Renda (R\$)
1	Tropa de elite 2	Zazen	8/10/2010	610	763	11.023.475	102.320.114,16
2	Nosso lar	Fox	3/9/2010	402	444	4.060.304	36.126.083,00
3	Chico Xavier	Sony/Disney (Columbia)	2/4/2010	343	392	3.412.969	30.279.033,00
4	Muita calma nessa hora	Europa (Cannes)	12/11/2010	151	178	1.343.433	11.676.684,59
5	O Bem Amado	Sony/Disney (Columbia)	23/7/2010	156	157	953.231	8.387.474,00
6	Lula, O Filho do Brasil	Downtown (Freespirit)	1/1/2010	300	360	848.494	7.065.555,90
7	High School Musical - O Desafio	Sony/Disney (Columbia)	5/2/2010	203	206	299.023	2.010.159,50
8	As Melhores Coisas do Mundo	Warner	16/4/2010	151	152	296.739	2.246.886,00
9	Quincas Berro D'Água	Sony/Disney (Columbia)	21/5/2010	110	110	272.862	2.125.551,50
10	A suprema felicidade	Paramount/Universal	29/10/2010	142	166	217.972	2.109.492,00
11	Aparecida, o milagre	Paramount/Universal	17/12/2010	238	275	172.374	1.373.549,00
12	5x favela – Agora por nós mesmos	Sony/Disney (Columbia)	27/8/2010	44	48	155.651	1.349.303,00
13	400 contra 1 – A história do Comando Vermelho	Playarte	6/8/2010	76	76	127.416	1.077.944,22
14	Federal	Europa (Cannes)	29/10/2010	51	63	113.420	985.378,16
15	Eu e meu guarda-chuva	Fox	8/10/2010	75	75	98.006	718.315,00
16	Uma Noite em 67	Videofilmes	30/7/2010	0	26	82.258	760.684,91
17	Amor por acaso	Playarte	10/12/2010	65	65	48.700	433.237,86
18	Em Teu Nome	Accorde Audiovisuais	28/5/2010	9	16	44.421	192.889,61
19	Segurança Nacional	Europa (Cannes)	7/5/2010	26	37	37.410	285.368,77
20	Soberano – Seis vezes São Paulo	G7 Cinema	17/9/2010	34	50	35.212	346.702,85
21	Como esquecer	Europa (Cannes)	15/10/2010	8	22	32.475	280.320,79
22	Sonhos Roubados	Europa (Cannes)	23/4/2010	22	29	28.562	199.440,08
23	Antes que o Mundo Acabe	Imagen (Wmix)	14/5/2010	12	13	26.868	202.557,67
24	Viajo Porque Preciso, Volto Porque te Amo	Espaço Filmes (Spectateur)	7/5/2010	6	18	26.623	243.332,20
25	A Casa Verde	Accorde Audiovisuais	30/4/2010	10	12	26.343	82.008,94
26	Reflexões de um liquidificador	Bras Filmes	9/8/2010	7	7	24.149	176.323,29
27	Dzi Croquettes	Imovision (Tag Cultural/Reserva Nacional)	16/7/2010	2	9	23.687	227.115,71
28	José e Pilar	Espaço Filmes (Spectateur)	5/11/2010	20	20	22.629	211.368,74
29	O Homem que Engarrafava Nuvens	Espaço Filmes (Spectateur)	15/1/2010	6	15	19.247	150.684,50
30	Olhos Azuis	Imagen (Wmix)	28/5/2010	15	20	15.499	133.821,87
31	Cabeça a prêmio	Europa (Cannes)	20/8/2010	19	19	11.145	91.965,12
32	Histórias de Amor Duram Apenas 90 Minutos	Downtown (Freespirit)	12/3/2010	6	12	10.153	83.428,11
33	Utopia e Barbárie	Caliban	23/4/2010	1	19	9.572	74.824,88
34	Os Inquilinos	Pandora (Providence)	26/2/2010	4	9	8.198	64.308,34
35	Os Famosos e os Duendes da Morte	Warner	2/4/2010	10	10	7.747	64.897,00
36	As cartas psicografadas por Chico Xavier	Ciclorama	5/11/2010	0	22	7.431	60.280,74
37	Só Dez Por Cento é Mentira	Downtown (Freespirit)	22/1/2010	1	5	5.919	52.032,00
38	O Amor Segundo B. Schianberg	Espaço Filmes (Spectateur)	12/2/2010	6	9	4.273	37.731,20

#	Título	Distribuidora	Lançamento	Cópias*	Salas	Público	Renda (R\$)
39	Pachamama	Videofilmes	26/2/2010	0	6	4.257	33.585,00
40	Caro Francis	Imovision (Tag Cultural/Reserva Nacional)	8/1/2010	1	2	3.770	44.117,00
41	A guerra dos vizinhos	Polifilmes	24/9/2010	8	8	3.659	27.414,45
42	Vida sobre rodas	Sony/Disney (Columbia)	26/11/2010	16	17	3.466	34.735,00
43	Rita Cadillac, A Lady do Povo	Espaço Filmes (Spectateur)	9/4/2010	0	13	2.891	26.515,10
44	Netto e o domador de cavalos	Walper Ruas	17/9/2010	0	2	2.822	21.042,50
45	O sol do meio-dia	Pandora (Providence)	1/10/2010	5	5	2.777	22.110,18
46	Insolação	Europa (Cannes)	26/3/2010	3	3	2.395	19.467,19
47	Programa Casé – O que a gente não inventa, não existe	Espaço Filmes (Spectateur)	3/9/2010	1	11	2.346	17.017,00
48	Doce Brasil Holandês	M. Schmiedt Produções	21/4/2010	1	1	2.115	10.253,00
49	Um lugar ao sol	Símio Filmes	26/2/2010	0	1	1.809	9.312,00
50	O Grão	Usina Digital	16/7/2010	1	5	1.805	12.227,75
51	Terra deu, terra come	Videofilmes	1/10/2010	0	3	1.692	14.890,00
52	Bellini e o demônio	Santa Fé Filmes 1900	27/8/2010	0	3	1.661	14.122,00
53	Jards Macalé - Um Morcego na Porta Principal	Moviemobz (Rain)	5/3/2010	0	4	1.588	14.321,80
54	Todo Poderoso: O Filme - 100 Anos de Timão	Fox	30/7/2010	1	1	1.437	16.505,00
55	Morgue story - Sangue, baiacu e quadrinhos	Moro Comunicação	30/6/2010	0	2	1.205	6.908,00
56	Léo e Bia	Copacabana Filmes	17/9/2010	3	3	1.197	11.333,00
57	Elza	Gávea Filmes (De Felipes)	3/12/2010	0	4	994	5.094,50
58	Solo	Espaço Filmes (Spectateur)	21/5/2010	1	1	986	8.970,00
59	O Abraço Corporativo	Idéia Forte	18/6/2010	0	1	929	8.588,00
60	Elevado 3.5	Espaço Filmes (Spectateur)	4/6/2010	0	1	886	8.118,00
61	Cildo	Videofilmes	24/9/2010	0	3	848	7.915,00
62	Terras	Vitrine Filmes	17/9/2010	5	6	827	6.365,71
63	B1 - Tenório em Pequim	Espaço Filmes (Spectateur)	3/9/2010	0	9	679	7.002,00
64	Supremacia Vermelha	G7 Cinema	29/10/2010	0	2	547	5.401,14
65	A Alma do Osso	Filmes do Rio de Janeiro	28/5/2010	1	3	453	3.955,71
66	Cidade de Plástico	Paris (SM)	22/1/2010	2	2	433	4.066,00
67	Acácia	Teia filmes	19/11/2010	2	4	431	3.375,00
68	A falta que me faz	Teia filmes	19/11/2010	2	3	387	3.304,40
69	Grêmio 10x0	G7 Cinema	29/10/2010	0	2	379	3.697,49
70	Fluidos	Polifilmes	27/8/2010	1	1	300	2.644,00
71	Depois de Ontem, Antes de Amanhã	Vega Filmes	23/4/2010	1	1	85	908,00
72	Ao Sul de Setembro	Polifilmes	21/5/2010	1	1	59	702,00
73	Crítico	Cinemascópio	23/2/2010	ND	ND	ND	ND
74	Luto Como Mãe	TV Zero Cinema	20/8/2010	ND	ND	ND	ND
75	Meu Mundo Perigo	Vitrine Filmes	10/12/2010	ND	ND	ND	ND
Total				3.397	4.063	24.006.005	214.742.831,13

**O SADIS considera apenas o número de cópias em película. A diferença entre nº de cópias e nº de salas corresponde às exibições em formato digital / 3D.

Anexo II

 Distribuidoras em atuação - por títulos exibidos e público (total e filmes nacionais)
 Listagem ordenada por público total

#	Distribuidora	Obras		Público		Obras Nacionais		Público – Obras Nacionais	
		Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
1	Sony/Disney (Columbia)	66	12,99%	30.546.024	22,73%	16	11,85%	5.118.353	20,29%
2	Paramount/Universal	30	5,91%	26.345.739	19,61%	2	1,48%	390.346	1,55%
3	Fox	32	6,30%	25.081.393	18,67%	7	5,19%	4.171.459	16,54%
4	Warner	26	5,12%	17.369.719	12,93%	5	3,70%	305.710	1,21%
5	Zazen	1	0,20%	11.023.475	8,20%	1	0,74%	11.023.475	43,70%
6	Paris (SM)	34	6,69%	8.938.884	6,65%	1	0,74%	433	0,00%
7	Playarte	35	6,89%	4.499.544	3,35%	4	2,96%	1.248.097	4,95%
8	Imagen (Wmix)	40	7,87%	4.317.114	3,21%	4	2,96%	43.505	0,17%
9	Europa (Cannes)	27	5,31%	2.097.174	1,56%	10	7,41%	1.571.643	6,23%
10	Califórnia (Antonio Fernandes)	16	3,15%	1.739.932	1,29%	0	0,00%	0	0,00%
11	Downtown (Freespirit)	10	1,97%	892.027	0,66%	10	7,41%	892.027	3,54%
12	Imovision (Tag Cultural/Reserva Nacional)	54	10,63%	711.178	0,53%	7	5,19%	32.077	0,13%
13	Pandora (Providence)	32	6,30%	126.451	0,09%	5	3,70%	14.740	0,06%
14	Filmes da Mostra	13	2,56%	116.134	0,09%	0	0,00%	0	0,00%
15	Videofilmes	5	0,98%	89.087	0,07%	5	3,70%	89.087	0,35%
16	Espaço Filmes (Spectateur)	9	1,77%	80.560	0,06%	9	6,67%	80.560	0,32%
17	Accorde Audiovisuais	2	0,39%	70.764	0,05%	2	1,48%	70.764	0,28%
18	Raiz Filmes	5	0,98%	57.443	0,04%	5	3,70%	57.443	0,23%
19	Ab Filmes	4	0,79%	50.788	0,04%	0	0,00%	0	0,00%
20	Serendip	6	1,18%	39.226	0,03%	0	0,00%	0	0,00%
21	G7 Cinema	3	0,59%	36.138	0,03%	3	2,22%	36.138	0,14%
22	Filmes do Estação	7	1,38%	26.266	0,02%	2	1,48%	293	0,00%
23	Bras Filmes	1	0,20%	24.149	0,02%	1	0,74%	24.149	0,10%
24	Panda	4	0,79%	16.843	0,01%	1	0,74%	12.806	0,05%
25	Moviemobz (Rain)	10	1,97%	10.742	0,01%	3	2,22%	1.590	0,01%
26	Caliban	1	0,20%	9.572	0,01%	1	0,74%	9.572	0,04%
27	Imax (Cinearte Pompéia)	1	0,20%	8.601	0,01%	0	0,00%	0	0,00%
28	Ciclorama	1	0,20%	7.431	0,01%	1	0,74%	7.431	0,03%
29	Bonfilm	1	0,20%	4.703	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
30	Polifilmes	5	0,98%	4.246	0,00%	4	2,96%	4.076	0,02%
31	Walper Ruas	1	0,20%	2.822	0,00%	1	0,74%	2.822	0,01%
32	Pipa	4	0,79%	2.679	0,00%	3	2,22%	1.489	0,01%
33	Riofilme	2	0,39%	2.666	0,00%	2	1,48%	2.666	0,01%
34	M. Schmiedt Produções	1	0,20%	2.115	0,00%	1	0,74%	2.115	0,01%
35	Símio Filmes	1	0,20%	1.809	0,00%	1	0,74%	1.809	0,01%
36	Usina Digital	1	0,20%	1.805	0,00%	1	0,74%	1.805	0,01%
37	Santa Fé Filmes 1900	1	0,20%	1.661	0,00%	1	0,74%	1.661	0,01%
38	Moro Comunicação	1	0,20%	1.205	0,00%	1	0,74%	1.205	0,00%

#	Distribuidora	Obras		Público		Obras Nacionais		Público – Obras Nacionais	
		Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
39	Copacabana Filmes	1	0,20%	1.197	0,00%	1	0,74%	1.197	0,00%
40	Gávea Filmes (De Felipes)	1	0,20%	994	0,00%	1	0,74%	994	0,00%
41	Idéia Forte	1	0,20%	929	0,00%	1	0,74%	929	0,00%
42	T.A.O. Produções Artísticas	1	0,20%	879	0,00%	1	0,74%	879	0,00%
43	Vitrine Filmes*	2	0,20%	827	0,00%	1	0,74%	827	0,00%
44	Teia filmes	2	0,39%	818	0,00%	2	1,48%	818	0,00%
45	Filmes do Rio de Janeiro	1	0,20%	453	0,00%	1	0,74%	453	0,00%
46	Vega Filmes	1	0,20%	85	0,00%	1	0,74%	85	0,00%
47	Miração Filmes	1	0,20%	73	0,00%	1	0,74%	73	0,00%
48	Sereia Filmes	1	0,20%	73	0,00%	1	0,74%	73	0,00%
49	Casa Azul	1	0,20%	49	0,00%	1	0,74%	49	0,00%
50	Cinegrama	1	0,20%	34	0,00%	1	0,74%	34	0,00%
51	TV Zero Cinema	1	0,20%	ND	0,00%	1	0,74%	ND	0,00%
52	Cinemascópio	1	0,20%	ND	0,00%	1	0,74%	ND	0,00%
Total		508	100,00%	134.364.520	100,00%	135	100,00%	25.227.757	100,00%

*O valores totais e percentuais de público referem-se apenas ao filme “Terras”, os dados do filme “Meu Mundo em Perigo” não foram informados até a data de fechamento do informe.