

INFORME DE ACOMPANHAMENTO DO MERCADO

Segmento de Salas de Exibição

3º Trimestre de 2013

Elaboração Técnica:

Luciana Buchala

Especialista em Regulação da Atividade Cinematográfica e Audiovisual

Fábio Perrut

Especialista em Regulação da Atividade Cinematográfica e Audiovisual

Coordenação de Cinema e Vídeo – CCV

Superintendência de Acompanhamento de Mercado - SAM



A ANCINE – Agência Nacional do Cinema é uma agência reguladora que tem como atribuições o fomento, a regulação e a fiscalização do mercado do cinema e do audiovisual no Brasil. É uma autarquia especial, vinculada desde 2003 ao Ministério da Cultura, com sede e foro no Distrito Federal e Escritório Central no Rio de Janeiro.

A missão institucional da ANCINE é induzir condições isonômicas de competição nas relações dos agentes econômicos da atividade cinematográfica e videofonográfica no Brasil, proporcionando o desenvolvimento de uma indústria competitiva e auto-sustentada.

Diretoria Colegiada

Manoel Rangel - Diretor-Presidente

Rosana Alcântara

Vera Zaverucha

<http://www.ancine.gov.br/>

Superintendente de Acompanhamento de Mercado

Alex Patez Galvão

Coordenador de Cinema e Vídeo

Felipe Vogas

Elaboração Técnica

Luciana Buchala

Fábio Perrut

Colaboraram para a elaboração desse informe:

Penélope Nunes (Estagiária)

Todos os dados apresentados foram extraídos do Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas de Exibição (SADIS), cujas informações são fornecidas pelas empresas distribuidoras registradas na Agência Nacional do Cinema. Dados de 2012 e 2013 consolidação realizada em 11/10/2013. Dados de 2009 a 2011, consolidação realizada em 20/02/2013.

[Publicado no Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA em 04/11/2013.](#)

Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA

O OCA é um site do portal da ANCINE que agrega dados e análises do mercado cinematográfico e audiovisual brasileiro gerados nas diversas áreas da Agência e compilados pela equipe do Observatório.

Editor

Leonardo Lima

Revisão

Amanda Costa e Filipe Sarmento

<http://oca.ancine.gov.br/>

Sumário

Metodologia	4
Destaques: os três primeiros trimestres de 2013	5
Tabela 1 - Dados Acumulados de Público e Renda dos Títulos Exibidos – três primeiros trimestres de 2013	5
Tabela 2 - Dados Acumulados de Público e Renda dos Títulos Exibidos – três primeiros trimestres de 2012	5
Tabela 3 - Variação - 2013 x 2012	5
Tabela 4 – 20 Maiores Bilheterias – três primeiros trimestres de 2013	6
Gráfico 1 – Público dos Filmes Brasileiros e Participação no Público Total – 2009 a 2013	7
Gráfico 2 – Quantidade de Lançamentos Brasileiros – 2009 a 2013	8
Tabela 5 – 10 Maiores Indicadores de Público por Sala na Estreia – três primeiros trimestres de 2013	9
Gráfico 3 – Quantidade de Salas Ocupadas por Lançamentos Brasileiros – 2009 a 2013	10
O 3º Trimestre de 2013	11
Gráfico 4 – Público Total por Trimestre – 2012 e 2013	11
Gráfico 5 – Público dos Filmes Brasileiros e Estrangeiros por Semana – três primeiros trimestres de 2013	12
Gráfico 6 - Filmes Mais Vistos no 3º Trimestre de 2013	12
Gráfico 7 - Filmes Brasileiros Mais Vistos no 3º Trimestre de 2013	13
Gráfico 8 - Número de Salas Ocupadas pelos Três Títulos com Maior Bilheteria por Semana – três primeiros trimestres de 2013	14
Desempenho das Distribuidoras	15
Tabela 6 – Desempenho das Distribuidoras por Origem dos Títulos Exibidos – três primeiros trimestres de 2013	15
Tabela 7 – Desempenho das Distribuidoras por Origem dos Títulos Exibidos – três primeiros trimestres de 2012	15
Gráfico 9 – Público por Origem das Distribuidoras - títulos brasileiros e estrangeiros exibidos – 2009 a 2013	16
Gráfico 10 – Quantidade de Títulos Lançados por Origem das Distribuidoras – títulos brasileiros e estrangeiros – 2009 a 2013	16
Gráfico 11 – Quantidade de Títulos Lançados por Empresas Nacionais – 2009 a 2013	17
Gráfico 12 – Quantidade de Títulos Lançados por Empresas Internacionais – 2009 a 2013	17
Gráfico 13 – Público dos títulos distribuídos por empresas nacionais – participação por nacionalidade dos títulos – 2009 a 2013	18
Gráfico 14 – Participação de público por origem da distribuidora – títulos brasileiros exibidos – 2009 a 2013	19
Gráfico 15 – Participação de Público por Distribuidoras – títulos brasileiros – três primeiros trimestres de 2013	20
Gráfico 16 – Participação de Público por Distribuidoras – todos os títulos – três primeiros trimestres de 2013	20
Parque Exibidor	21
Tabela 8 – Salas Abertas – três primeiros trimestres de 2013	21
Tabela 9 – Salas Abertas por Grupo Exibidor – três primeiros trimestres de 2013	21

Metodologia

O informe de distribuição em salas de exibição é elaborado a partir de dados extraídos do Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas de Exibição (SADIS), cujas informações são fornecidas semanalmente pelas empresas distribuidoras registradas na Agência Nacional do Cinema. Os dados são agregados por distribuidora, título e semana cinematográfica (período que vai de sexta-feira a quinta-feira da semana seguinte, que corresponde ao período usual da programação das salas de exibição).

Considera-se que o ano cinematográfico tem início na primeira sexta-feira do ano calendário, de modo que o ano de 2013 é delimitado pelo período de 04/01/2013 a 02/01/2014. Nessas condições, as informações aqui compiladas para o ano de 2013 se referem às semanas cinematográficas correspondentes aos três primeiros trimestres de 2013, quais sejam: semanas 1 a 39 (**04/01/2013 a 03/10/2013**).

Esse informe traz algumas comparações entre o período de análise considerado e os anos de 2009 a 2012. Os dados referentes a 2013 e 2012 foram consolidados em 11/10/2013. Para os anos de 2009 a 2011, foi utilizada a base de dados extraída do SADIS em 20/02/2012.

Foram consideradas distribuidoras internacionais as subsidiárias dos grandes estúdios de produção e distribuição dos Estados Unidos da América (EUA): Paramount, Universal, Disney, Sony, Fox e Warner. Todas as demais foram definidas como empresas nacionais de distribuição.

Para um melhor alinhamento com o mercado internacional, as obras registradas na ANCINE com distribuição da Paramount, que atua no Brasil também comercializando obras dos estúdios Universal, foram desagregadas entre as duas empresas, seguindo o padrão de distribuição no exterior.

Destaques: os três primeiros trimestres de 2013¹

Em 2013, o crescimento do público e renda de cinema em relação ao mesmo período de 2012 tem sido sustentado pelo aumento dos ingressos vendidos pelos títulos brasileiros (Tabelas 1 a 3). Já os títulos estrangeiros apresentaram queda de público quando comparados aos 3 primeiros trimestres de 2012, o que é resultado, em parte, da maior ocupação do mercado por títulos brasileiros de grande público. Além disso, até o terceiro trimestre de 2013 nenhum filme estrangeiro ultrapassou os 10 milhões de espectadores, como foi o caso de **Os Vingadores - The Avengers** em 2012 (Tabela 4). A obra estrangeira mais vista em 2013 foi **Homem de Ferro 3**, a qual vendeu 7,6 milhões de ingressos.

Tabela 1
Dados Acumulados de Público e Renda dos Títulos Exibidos – três primeiros trimestres de 2013

Títulos	Público	Renda (R\$)	Participação de Público	Participação de Renda	PMI	Títulos Exibidos	Títulos Lançados
Brasileiros	19.654.339	208.176.504,04	17,0%	15,4%	R\$ 10,59	118	81
Estrangeiros	96.143.172	1.145.230.190,42	83,0%	84,6%	R\$ 11,91	332	201
Total	115.797.511	1.353.406.694,46	100,0%	100,0%	R\$ 11,69	450	282

Tabela 2
Dados Acumulados de Público e Renda dos Títulos Exibidos – três primeiros trimestres de 2012

Títulos	Público	Renda (R\$)	Participação de Público	Participação de Renda	PMI	Títulos Exibidos	Títulos Lançados
Brasileiros	7.188.767	72.646.831,50	6,6%	6,0%	R\$ 10,11	105	54
Estrangeiros	101.470.779	1.130.460.890,64	93,4%	94,0%	R\$ 11,14	315	179
Total	108.659.546	1.203.107.722,14	100,0%	100,0%	R\$ 11,07	420	233

Tabela 3
Variação - 2013 x 2012

Indicador	Público	Renda	PMI	Títulos Exibidos	Títulos Lançados
Brasileiros	173,40%	186,60%	4,75%	12,38%	50,00%
Estrangeiros	-5,30%	1,30%	6,91%	5,40%	12,29%
Total	6,57%	12,49%	5,60%	7,14%	21,03%

¹ Junto a este informe semestral é publicada no OCA (<http://www.oca.ancine.gov.br>) tabela com dados de público, renda e salas de todos os títulos exibidos no período em cada uma das 39 primeiras semanas cinematográficas do ano, que compõem os 3 primeiros trimestres de 2013.

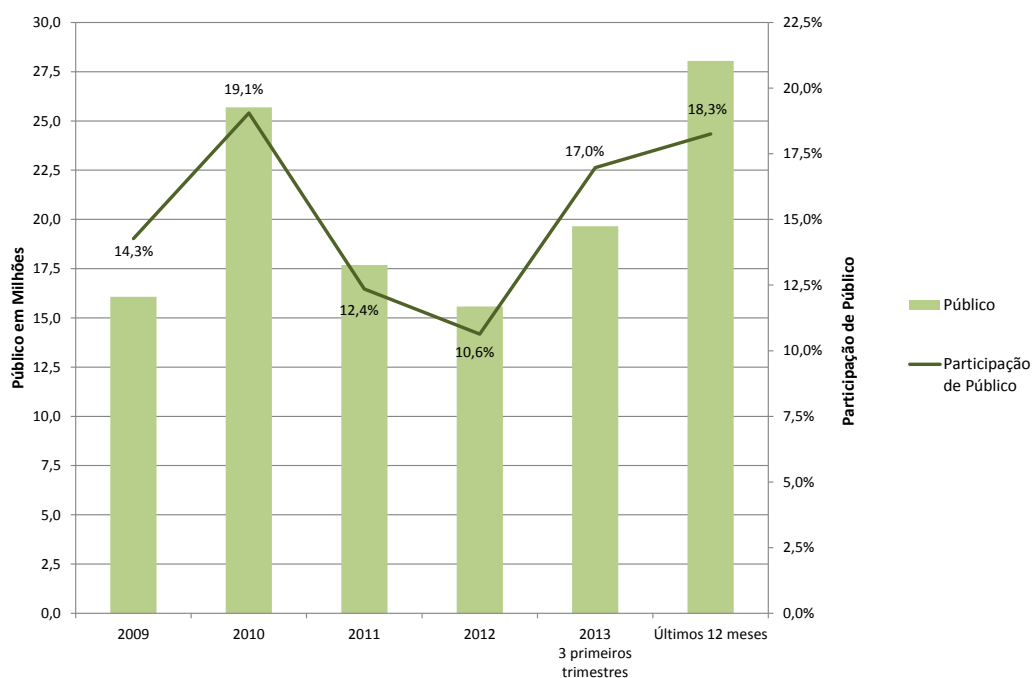
Tabela 4
20 Maiores Bilheterias – três primeiros trimestres de 2013

Título No Brasil	Distribuidora	Data De Lançamento	País	Salas no Lançamento	Público	Renda (R\$)	PMI
Homem de Ferro 3	Disney	26/04/2013	EUA	1.253	7.633.472	96.488.326,00	12,64
Meu Malvado Favorito 2	Universal	05/07/2013	EUA	923	6.945.596	80.406.483,50	11,58
Minha Mãe é uma Peça	Downtown/Paris	21/06/2013	Brasil	407	4.599.985	49.532.316,31	10,77
Velozes e Furiosos 6	Universal	24/05/2013	EUA	1.030	4.521.598	49.147.494,00	10,87
Wolverine Imortal	Fox	26/07/2013	EUA	1.126	3.953.090	49.158.290,00	12,44
De Pernas pro Ar 2	Downtown/Paris/RioFilme	28/12/2012	Brasil	718	3.787.852	39.375.393,54	10,40
João e Maria: Caçadores de Bruxas	Paramount	25/01/2013	EUA	509	3.716.154	48.663.644,00	13,10
Detona Ralph	Disney	04/01/2013	EUA	756	3.334.197	39.322.511,00	11,79
Universidade Monstros	Disney	21/06/2013	EUA	842	3.275.729	36.885.956,00	11,26
Se beber, não case! Parte 3	Warner	30/05/2013	EUA	504	3.214.071	35.154.099,00	10,94
Os Smurfs 2	Sony (Columbia)	02/08/2013	EUA	755	2.911.426	33.516.945,25	11,51
Os Croods	Fox	22/03/2013	EUA	751	2.784.622	33.592.299,00	12,06
O Homem de Aço	Warner	12/07/2013	EUA	799	2.756.522	36.269.302,70	13,16
Vai que Dá Certo	Imagem (Wmix)	22/03/2013	Brasil	469	2.729.340	28.990.665,92	10,62
Guerra Mundial Z	Paramount	28/06/2013	EUA	777	2.587.316	33.316.999,00	12,88
Percy Jackson e o Mar de Monstros	Fox	16/08/2013	EUA	817	2.127.256	26.263.787,00	12,35
Oz, Mágico e Poderoso	Disney	08/03/2013	EUA	731	1.914.246	24.165.196,00	12,62
Somos Tão Jovens	Imagem/Fox	03/05/2013	Brasil	565	1.715.763	18.253.649,24	10,64
Duro de Matar: Um Bom Dia para Morrer	Fox	22/02/2013	EUA	617	1.538.081	17.325.098,00	11,26
Gente Grande 2	Sony (Columbia)	16/08/2013	EUA	243	1.513.306	16.511.729,50	10,91

A participação de público dos filmes brasileiros encerrou o 3º trimestre do ano em 17% do total de bilhetes vendidos, patamar superior ao verificado nos últimos dois anos (Gráfico 1). O público dos filmes brasileiros em 2013 já representa um crescimento de mais de 26% em relação a todo o ano de 2012. Ao se considerar os últimos 12 meses, o cinema nacional vendeu mais de 28 milhões de bilhetes e gerou uma renda de quase 293 milhões de reais.

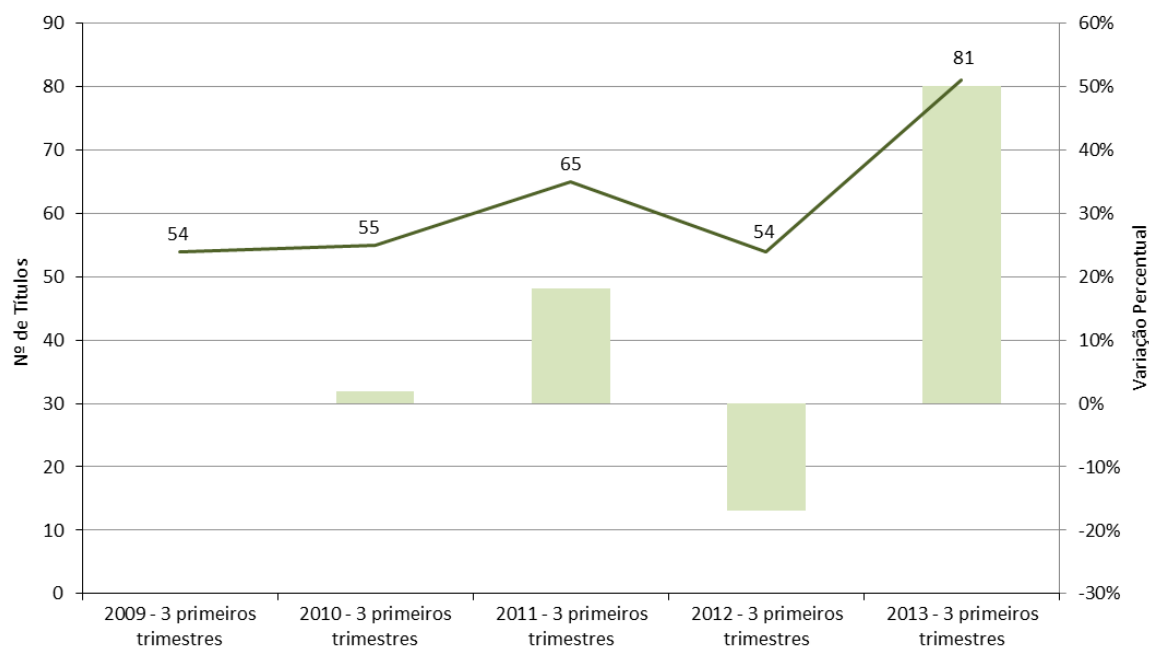
Em 2013, 6 obras brasileiras ultrapassaram um milhão de espectadores: **Minha Mãe é uma Peça, De Pernas pro Ar 2, Vai que Dá Certo, Somos Tão Jovens, Faroeste Caboclo e O Concurso**. Destaca-se que quatro dessas obras estão presentes entre as 20 maiores bilheterias do ano (Tabela 4).

Gráfico 1
Público dos Filmes Brasileiros e Participação no Público Total – 2009 a 2013



Não apenas o público dos filmes brasileiros tem apresentado um crescimento significativo, mas também o número de lançamentos mudou de patamar (Gráfico 2). Nos três primeiros trimestres de 2013, foram lançadas 81 obras brasileiras, o que corresponde aproximadamente ao número observado em todo o ano de 2012. O valor representa crescimento de mais de 40% em relação à média da quantidade de lançamentos para o mesmo período dos últimos anos. Nos últimos 12 meses, o cinema brasileiro lançou 110 novos títulos.

Gráfico 2
Quantidade de Lançamentos Brasileiros – 2009 a 2013



Entre os lançamentos brasileiros de 2013, destaca-se o elevado desempenho em termos de público por sala do filme **Cine Holliúdy** (Tabela 5). A obra brasileira alcançou mais de cinco mil espectadores por sala na semana de estreia, que é o maior valor para esse indicador entre todos os lançamentos estrangeiros e brasileiros dos últimos anos. Vale lembrar que **Cine Holliúdy** e **O Tempo e o Vento** – também presente entre os melhores indicadores de público por sala na estreia – tiveram distribuições localizadas regionalmente em suas primeiras semanas de exibição para somente em seguida alcançar os grandes centros do Sudeste.

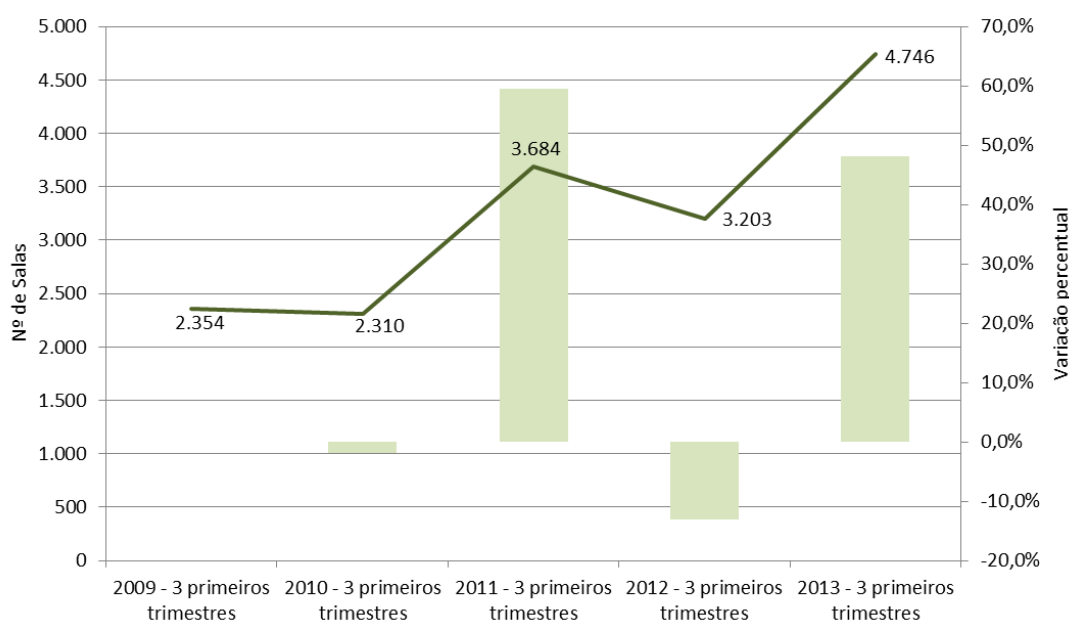
Tabela 5
10 Maiores Indicadores de Público por Sala na Estreia – três primeiros trimestres de 2013

Título	Distribuidora	Gênero	Data de Lançamento	País	Salas	Público	Público/Sala	Renda (R\$)
Cine Holliúdy	Downtown/Paris	Ficção	09/08/2013	Brasil	10	50.729	5.073	533.956,56
Caverna dos Sonhos Esquecidos	Zeta Filmes	Documentário	25/01/2013	França	1	2.926	2.926	19.612,50
Homem de Ferro 3	Disney	Ficção	26/04/2013	EUA	1.253	3.405.067	2.718	43.442.334,00
O Tempo e o Vento	Downtown/Paris	Ficção	20/09/2013	Brasil	43	109.699	2.551	1.218.652,58
Meu Malvado Favorito 2	Universal	Animação	05/07/2013	EUA	923	2.310.809	2.504	27.677.797,00
João e Maria: Caçadores de Bruxas	Paramount	Ficção	25/01/2013	EUA	509	1.123.674	2.208	14.588.952,00
A Caça	Califórnia (Antonio Fernandes)	Ficção	22/03/2013	Dinamarca	4	8.698	2.175	112.447,07
Minha Mãe é uma Peça	Downtown/Paris	Ficção	21/06/2013	Brasil	407	831.076	2.042	8.592.992,12
Velozes e Furiosos 6	Universal	Ficção	24/05/2013	EUA	1.030	2.001.227	1.943	22.063.147,00
Django Livre	Sony (Columbia)	Ficção	18/01/2013	EUA	187	356.948	1.909	4.392.392,14

Superintendência de Acompanhamento de Mercado – SAM

Nos primeiros três trimestres de 2013, o número de salas ocupadas por lançamentos brasileiros cresceu em comparação com os mesmos períodos dos últimos anos (Gráfico 3). Foram mais de 4,7 mil salas de cinema ocupadas por estreias nacionais, o que significou um aumento de quase 50% em relação aos três primeiros trimestres de 2012².

Gráfico 3
Quantidade de Salas Ocupadas por Lançamentos Brasileiros – 2009 a 2013



² A soma do número de salas ocupadas não guarda proporção exata com o tamanho do parque exibidor, pois uma sala pode ser ocupada por mais de um título simultaneamente na mesma semana.

O 3º Trimestre de 2013

No 3º trimestre de 2013, o público total foi 11% maior do que o trimestre anterior (Gráfico 4). Esse aumento é resultado da bilheteria dos “filmes de férias”, que absorveram um maior número de espectadores decorrente do período de férias escolares no mês de julho (semanas 27 a 30) (Gráfico 5). As principais estreias estrangeiras de julho concentraram mais de 30% do público do trimestre (Gráfico 6): **Meu Malvado Favorito 2** (semana 27), **Wolverine Imortal** (semana 30) e **O Homem de Aço** (semana 28). O cinema brasileiro, por sua vez, garantiu elevada participação na semana 29 (cerca de 24% do público total da semana) com a estreia do filme **O Concurso**, segundo filme brasileiro mais visto no trimestre (Gráfico 7).

Gráfico 4
Público Total por Trimestre – 2012 e 2013

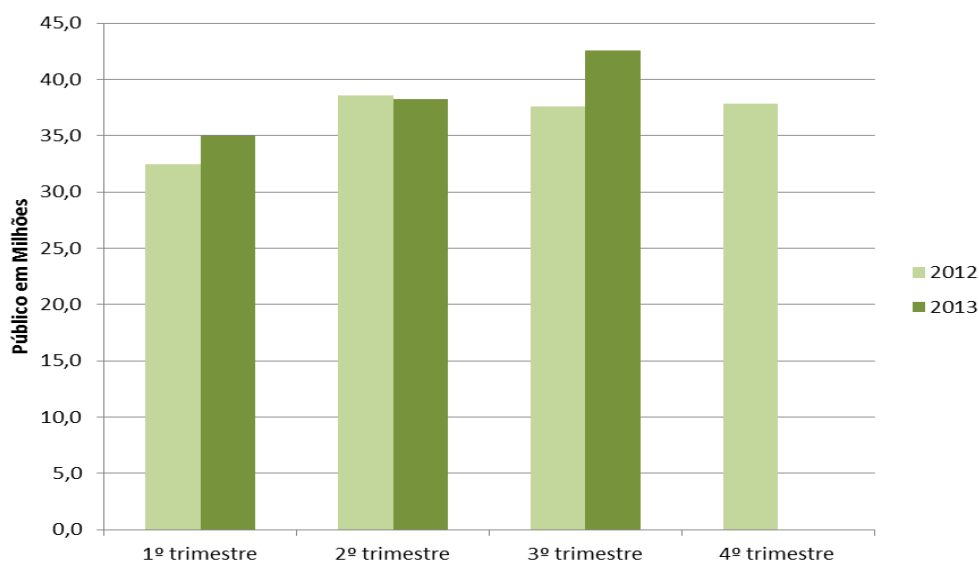


Gráfico 5

Público dos Filmes Brasileiros e Estrangeiros por Semana – três primeiros trimestres de 2013

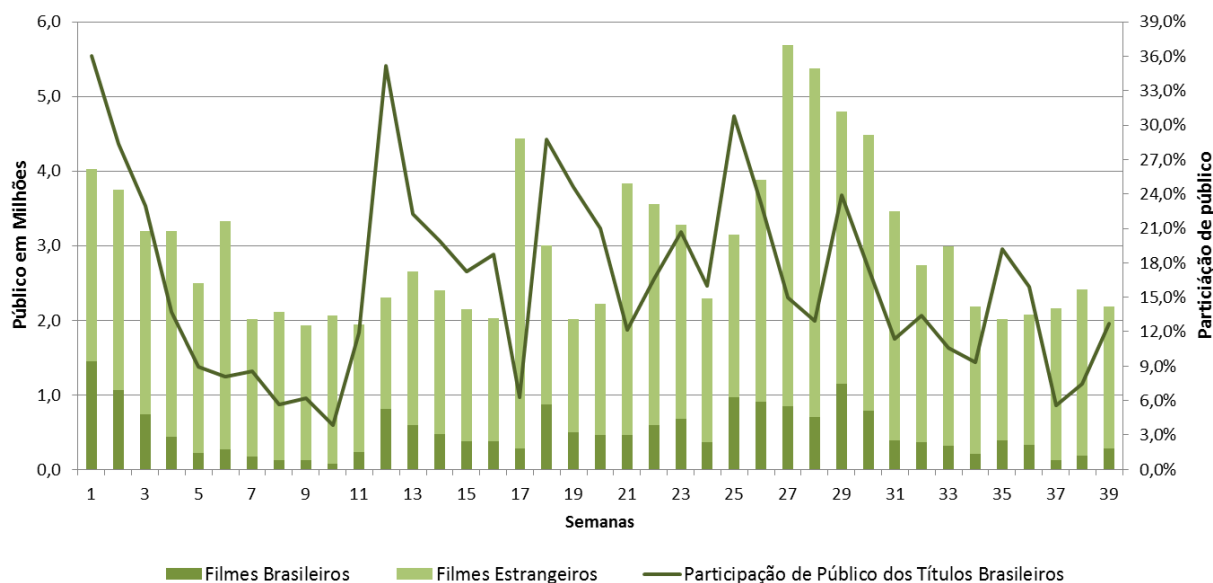


Gráfico 6

Filmes Mais Vistos no 3º Trimestre de 2013

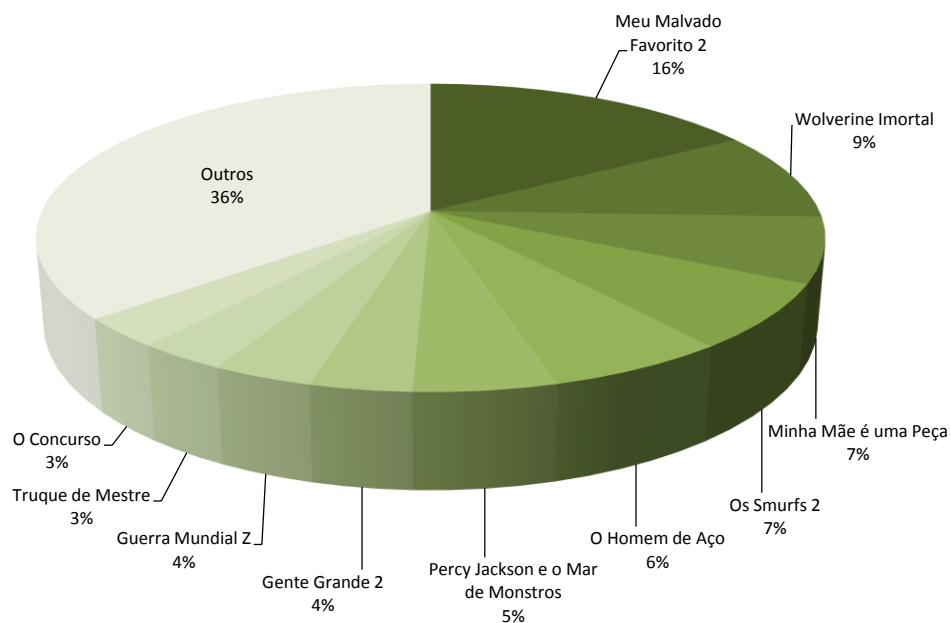
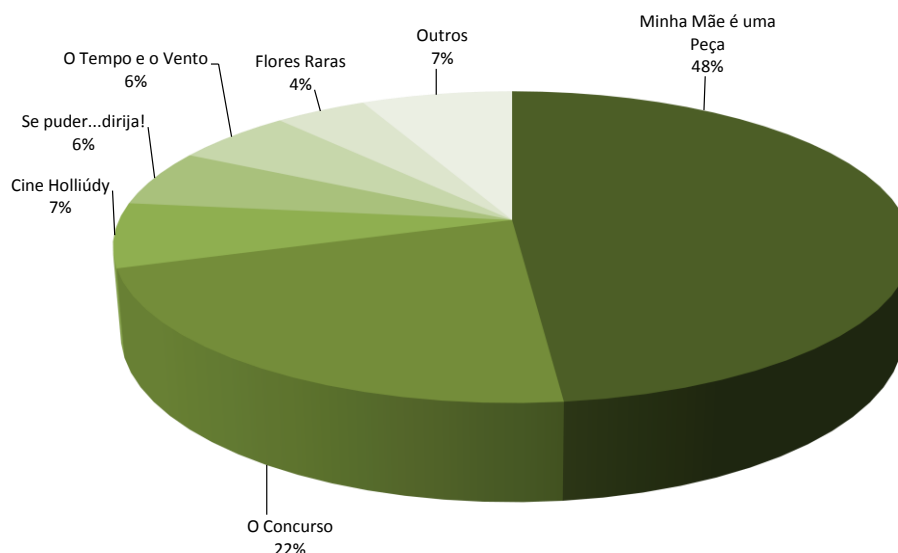


Gráfico 7
Filmes Brasileiros Mais Vistos no 3º Trimestre de 2013



A concentração da ocupação das salas de exibição pelas três maiores bilheterias pode ser observada no Gráfico 8. No 3º trimestre de 2013, o ápice de ocupação por essas obras foi de mais de 2,2 mil salas e ocorreu na semana 31, quando coincidiram a exibição de **Wolverine Imortal** (987 salas), **Os Smurfs 2** (755 salas) e **Meu Malvado Favorito 2** (516 salas). Julho foi o mês do ano com a maior média de ocupação de salas pelas 3 maiores bilheterias: cerca de 2 mil salas.

É importante ressaltar que a soma do número de salas ocupadas não guarda proporção exata com o tamanho do parque exibidor, pois uma sala pode ser ocupada por mais de um título simultaneamente na mesma semana. Em 2013, a média do total de salas ocupadas pelos filmes exibidos a cada semana foi de 3.920 salas. Em outras palavras, há, em média, 3.920 programações disponíveis de salas para os filmes em cartaz em cada semana. Nesse contexto, observa-se que as três maiores bilheterias ocuparam a cada semana de 2013, em média, 1.620 salas, o que corresponde a pouco mais de 40% das programações disponíveis de salas do parque exibidor.

Gráfico 8
Número de Salas Ocupadas pelos Três Títulos com Maior Bilheteria por Semana – três primeiros trimestres de 2013



Desempenho das Distribuidoras

Nos três primeiros trimestres de 2013, o público e renda dos títulos distribuídos por empresas brasileiras cresceram cerca de 20% em relação ao mesmo período do ano anterior (Tabelas 6 e 7). Tal crescimento foi resultado da distribuição de títulos brasileiros (aumento de 161%), enquanto o público decorrente da distribuição de títulos estrangeiros apresentou queda (redução de 22%).

Também o número de lançamentos das empresas brasileiras aumentou em 30%, que é uma taxa de crescimento consideravelmente superior ao que vinha ocorrendo nos últimos anos (Gráfico 10). Esse aumento da quantidade de lançamentos se refere tanto a títulos brasileiros (aumento de 60%) quanto estrangeiros (aumento de 20%), apesar do maior peso dos primeiros (Gráfico 11).

Já as distribuidoras estrangeiras mantiveram o público de suas obras praticamente constante quando se compara os três primeiros trimestres de 2011 a 2013 (Gráfico 9). Entre os mesmos intervalos de tempo, observa-se que as empresas estrangeiras reduziram o número de lançamentos em cerca de 20% (Gráfico 10), o que sugere uma estratégia de concentração em menos títulos com maior potencial de público. Vale destacar que a queda mais acentuada ocorreu entre os lançamentos brasileiros, que passaram de oito para dois títulos (redução de 75%).

Tabela 6
Desempenho das Distribuidoras por Origem – três primeiros trimestres de 2013

Distribuidora por Origem	Nº de títulos	% de títulos	Público	% de Público	Renda (R\$)	% de Renda
Distribuição Internacional	87	19,33%	81.358.003	70,26%	973.600.777,00	71,94%
Distribuição Nacional	358	79,56%	32.180.794	27,79%	356.487.840,80	26,34%
Codistribuição Internacional-Nacional	5	1,11%	2.258.714	1,95%	23.318.076,66	1,72%
Total	450	100,00%	115.797.511	100,00%	1.353.406.694,46	100,00%

Tabela 7
Desempenho das Distribuidoras por Origem – três primeiros trimestres de 2012

Distribuidora por Origem	Nº de títulos	% de títulos	Público	% de Público	Renda (R\$)	% de Renda
Distribuição Internacional	108	25,71%	81.610.455	75,11%	909.130.309,84	75,57%
Distribuição Nacional	310	73,81%	26.624.998	24,50%	289.544.325,88	24,07%
Codistribuição Internacional-Nacional	2	0,48%	424.093	0,39%	4.433.086,42	0,37%
Total	420	100,00%	108.659.546	100,00%	1.203.107.722,14	100,00%

Gráfico 9
Público por Origem das Distribuidoras - títulos brasileiros e estrangeiros exibidos – 2009 a 2013

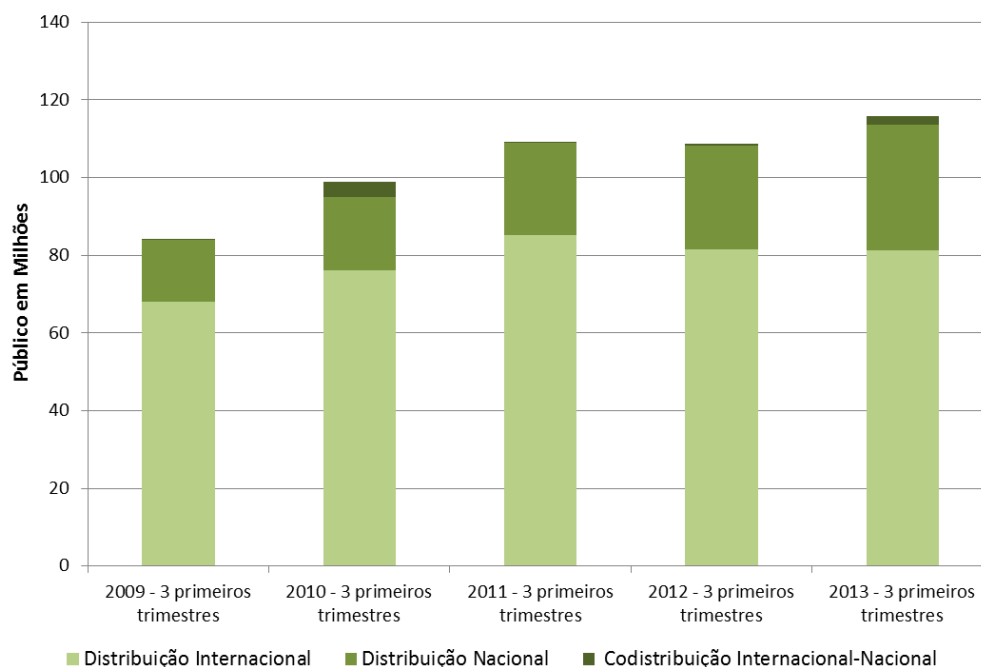


Gráfico 10
Quantidade de Títulos Lançados por Origem das Distribuidoras – títulos brasileiros e estrangeiros – 2009 a 2013

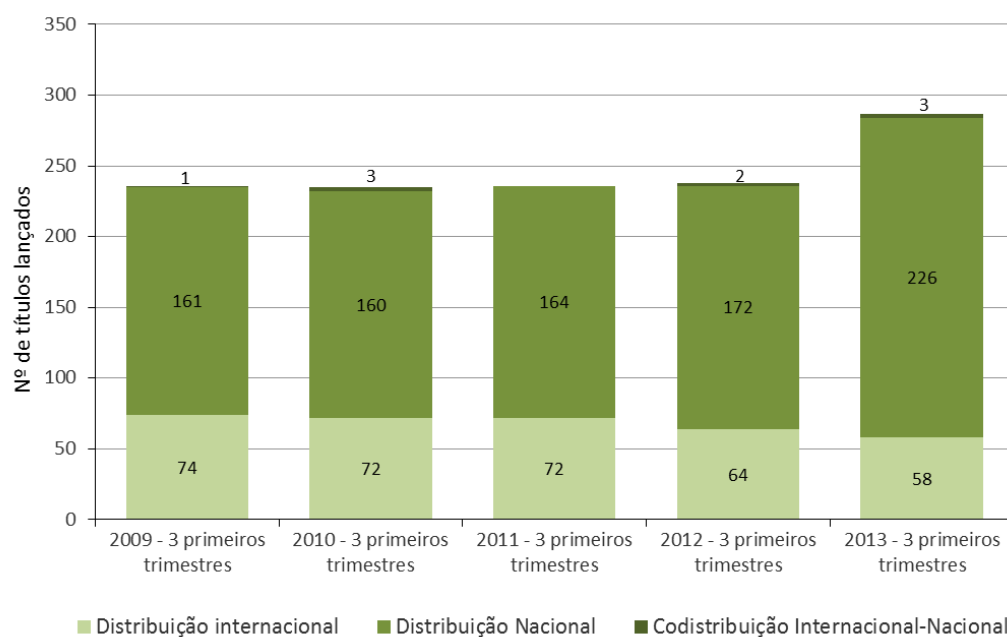


Gráfico 11
Quantidade de Títulos Lançados por Empresas Nacionais – 2009 a 2013

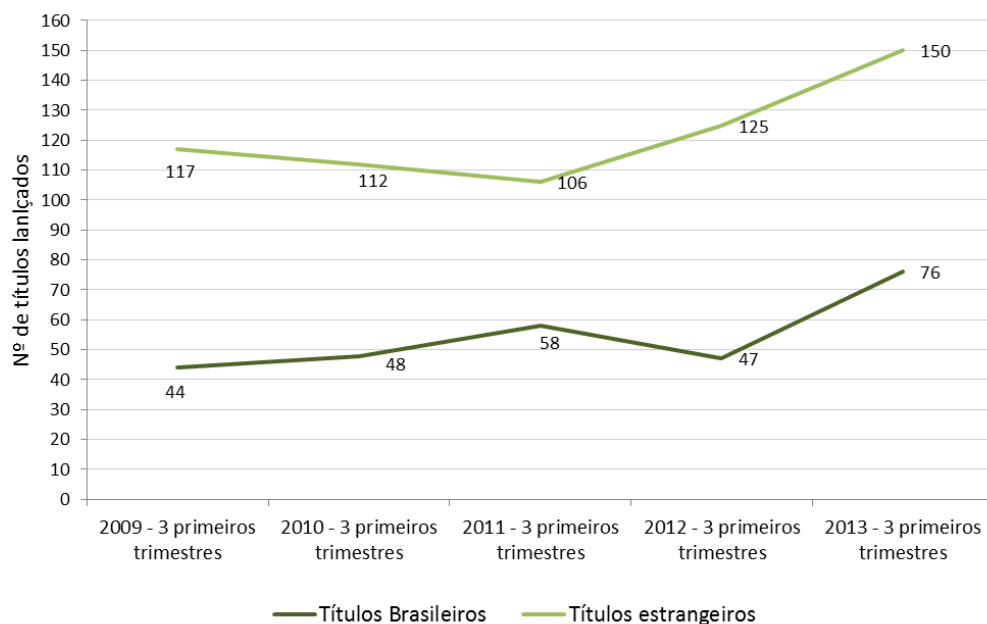
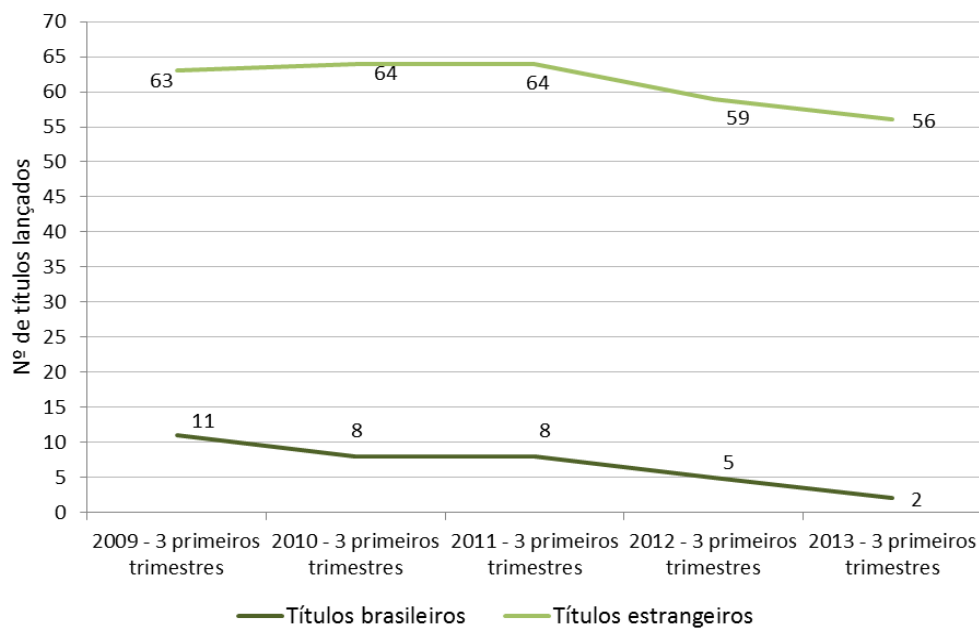
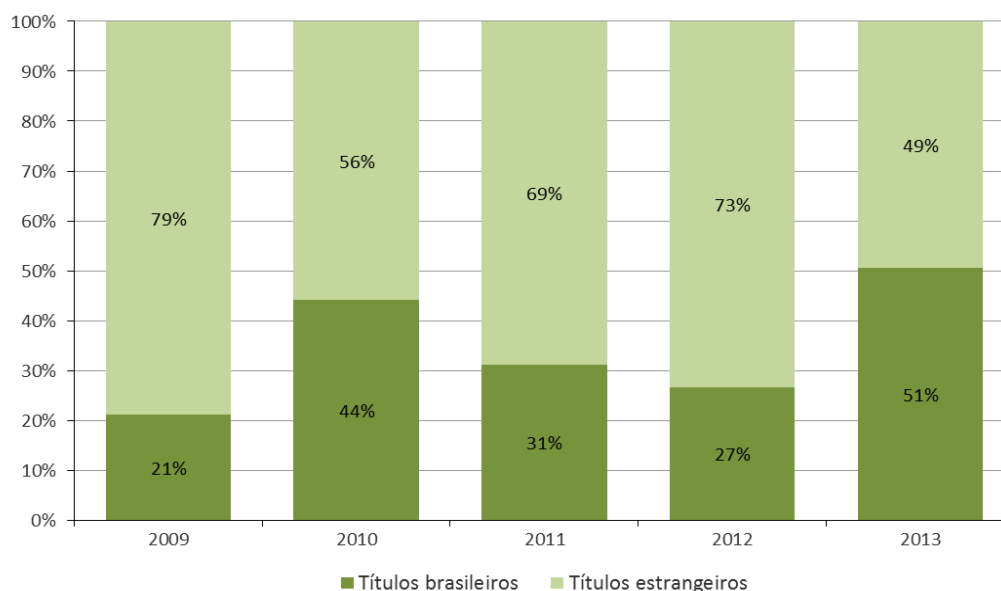


Gráfico 12
Quantidade de Títulos Lançados por Empresas Internacionais – 2009 a 2013



Ao se observar mais detidamente a composição do público dos títulos das distribuidoras brasileiras, é possível notar que, até o final do 3º trimestre de 2013, houve uma alteração da tendência de predominância dos títulos estrangeiros registrada no mesmo período dos últimos anos (Gráfico 13). O público e renda das empresas nacionais foram sustentados pela distribuição de títulos estrangeiros nos últimos anos. Em média, 70% do total do público dos títulos das empresas brasileiras corresponderam a títulos estrangeiros. Já em 2013, essa proporção passou a ser aproximadamente de 50% pela primeira vez.

Gráfico 13
Público dos Títulos Distribuídos por Empresas Nacionais – participação por nacionalidade dos títulos – 2009 a 2013



Quando se considera a distribuição dos títulos brasileiros, é possível observar a inversão da participação no público e renda entre as distribuidoras estrangeiras e brasileiras (Gráfico 14). Até 2009, a proporção da bilheteria das obras distribuídas por empresas estrangeiras representavam a maior proporção (mais de 60%) a partir de 2010, os títulos das distribuidoras brasileiras passaram, de forma crescente, a ter o maior peso (passaram de 35% em 2009 a 80% em 2012). Essa inversão é o resultado da migração de poucos títulos de maior potencial de público do *line-up* das distribuidoras estrangeiras para a distribuição por empresas nacionais.

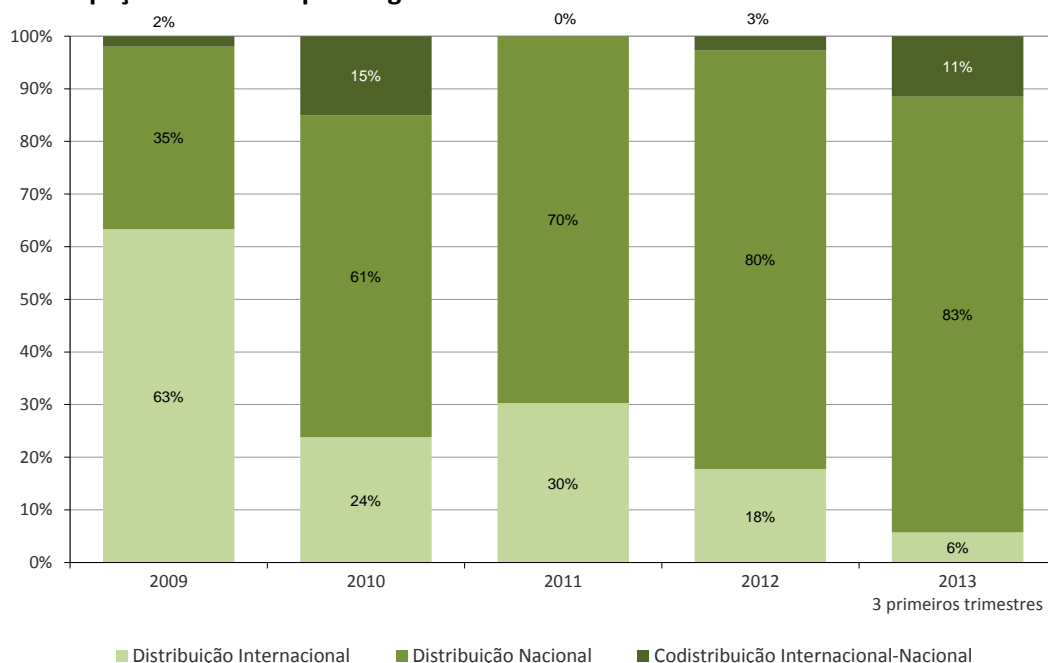
Entretanto, em 2013, a participação das distribuidoras estrangeiras não apenas continuou a ser minoritária, como atingiu o reduzido patamar de 6%. Por um lado, isso é um reflexo da redução do nº de lançamentos brasileiros nos últimos anos, que passou de 11 títulos em 2009 para somente duas obras até o 3º trimestre desse ano. Por outro lado, também é preciso ressaltar um efeito contingente relacionado aos

Superintendência de Acompanhamento de Mercado – SAM

resultados de bilheteria alcançados pelos últimos lançamentos. As obras lançadas em 2013, **Odeio o Dia dos Namorados** (Disney) e **Se Puder... Dirija!** (Disney), foram distribuídas em mais de 300 salas e não obtiveram o retorno esperado, pois nenhum deles alcançou 500 mil espectadores. Já nos anos anteriores, houve pelo menos um grande lançamento com dois milhões de bilhetes vendidos ou mais: **Os Penetras** (Warner) em 2012, **Assalto ao Banco Central** (Fox) em 2011 e **Nosso Lar** (Fox) em 2010.

O mesmo efeito contingente explica o aumento de participação de público dos títulos distribuídos por parcerias entre empresas estrangeiras e nacionais, que passou de 3% em 2012 para 11% em 2013 (Gráfico 14). Em 2012, o principal lançamento dessa modalidade de distribuição, **Xingu** (Downtown/Sony), não alcançou 500 mil espectadores, enquanto que, em 2013, **Somos Tão Jovens** (Imagem/Fox) vendeu mais de 1,7 milhões de bilhetes. Algo semelhante ocorreu em 2010, quando **Chico Xavier** (Downtown/Sony) teve público superior a 3,4 milhões de espectadores, o que elevou a participação de público dos filmes decorrentes de codistribuições internacionais-nacionais para 15% do público total do ano. Em outros termos, a variação de participação de público dessa modalidade tem se mostrado instável e circunstancial, pois tem sido dependente da confirmação das expectativas de bilheteria de poucos lançamentos.

Gráfico 14
Participação de Público por Origem da Distribuidora – títulos brasileiros exibidos – 2009 a 2013



Superintendência de Acompanhamento de Mercado – SAM

Nesse contexto, observa-se que, desde 2011, os principais títulos com maior expectativa de público tiveram sua distribuição concentrada pelas parcerias entre Downtown e Paris, acompanhadas ou não pela RioFilme. Essas parcerias acumularam 64% do público do cinema brasileiro em 2012 e, até o 3º trimestre de 2013, já somam 55% de participação com a distribuição de títulos como **De Pernas pro Ar 2**, **Minha Mãe É uma Peça** e **O Concurso** (Gráfico 15). Esse desempenho garantiu uma participação de 10% do público total de cinema em 2013, o que coloca a parceria entre as maiores distribuidoras do ano, com o 5º maior público acumulado (Gráfico 16).

Gráfico 15
Participação de Público por Distribuidoras – títulos brasileiros – três primeiros trimestres de 2013

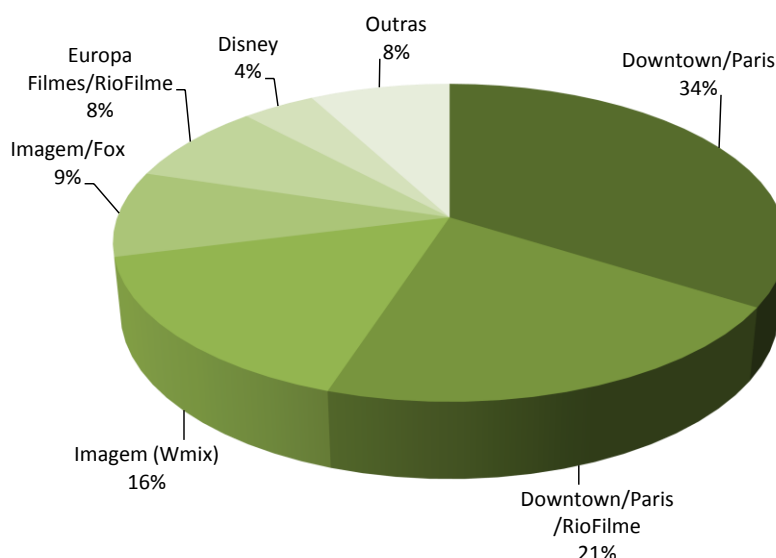
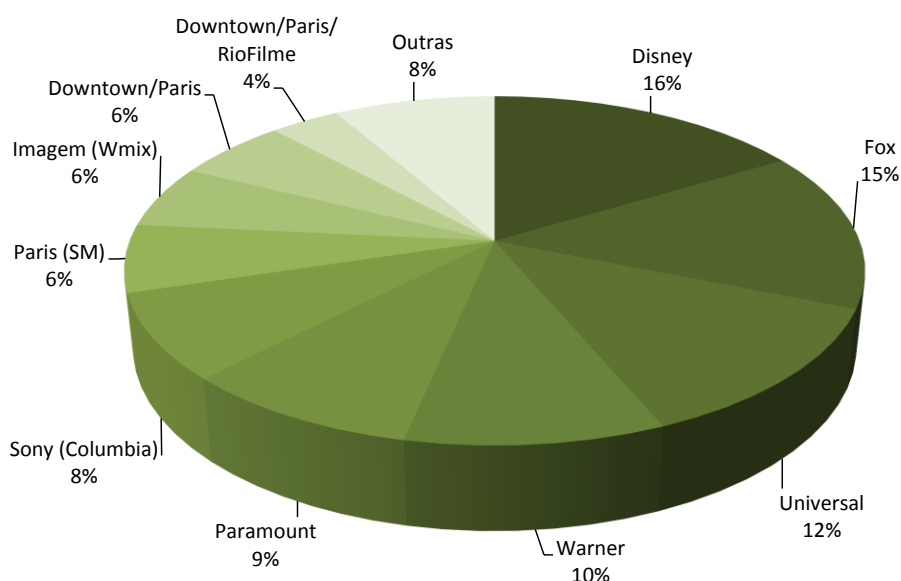


Gráfico 16
Participação de Público por Distribuidoras – todos os títulos – três primeiros trimestres de 2013



Parque Exibidor

Até o terceiro trimestre de 2013, foram abertos 33 complexos de exibição cinematográfica com um total de 142 salas (Tabela 8). Ainda nesse período, 32 salas deixaram de ser contabilizadas em função de não apresentarem atividades de exibição, seja definitiva ou temporariamente. Assim, o parque exibidor brasileiro totalizou 719 complexos de exibição com 2.621 salas ao final de setembro de 2013.

Tabela 8
Salas Abertas – três primeiros trimestres de 2013

Região	Salas abertas	Complexos de exibição
Centro-Oeste	14	3
Nordeste	25	7
Norte	13	3
Sudeste	75	17
Sul	15	3
Total	142	33

Das novas salas abertas até o 3º trimestre, aproximadamente 46% (65) são de propriedade de grupos estrangeiros ou em parceria (Tabela 9).

Tabela 9
Salas Abertas por Grupo Exibidor – três primeiros trimestres de 2013

Grupo	Salas
CINEMARK	26
SERCLA	20
CINÉPOLIS	18
UCI	13
CINESYSTEM	11
UCI/GSR	8
ARAUJO	6
GSR	5
CINEART	4
CINEMAGIC	4
CINESTAR	3
ARCO ÍRIS	2
CINEART CAFÉ	2
CINEPLUS	2
ESPAÇO	1
GCINE	1
INDEPENDENTE	16
Total	142