



DE GAUCHE À DROITE : C.-E. POIROUX, C. MILLER

3 QUESTIONS À CLAUDE MILLER ET À CLAUDE-ERIC POIROUX

LE RECUIL DU FILM EUROPÉEN EN 2003 A-T-IL TOUCHÉ VOTRE RÉSEAU ?

Claude-Eric Poiroux : Oui, mais dans une beaucoup plus faible proportion que sur le marché global. Nous avons constaté que les salles du réseau résistaient mieux aux fluctuations du marché parce que les exploitants sont sans doute plus volontaristes dans leur choix de programmation et que le public reste curieux envers des auteurs européens même si leurs films ont moins de réussite commerciale. En 2002, les trois titres en tête dans le réseau étaient *Hable con ella*, *Amélie Poulain* et *8 femmes*. En 2003, nous trouvons *Good bye Lenin!*, *Dogville* et *Etre et avoir*. Evidemment, le box office est en recul sur ces films de nature assez différente mais la suite du tableau sur les 50 premiers titres européens corrige cet écart et rééquilibre partiellement l'ensemble des résultats. Rappelons que la part européenne non nationale du réseau est de 33 % alors qu'elle n'atteint pas 8 % sur le marché global. L'écart est sensible !

VOS ACTIVITÉS DÉPASSENT MAINTENANT LES FRONTIÈRES DE L'EUROPE, COMMENT EXPLIQUEZ-VOUS CETTE ÉVOLUTION ?

Claude Miller : Comme réalisateur à la tête d'Europa Cinemas, j'ai toujours pensé que le cinéma européen ne devait pas se limiter à ses propres frontières, mais qu'il devait jouer dans le monde entier son rôle d'alternative au cinéma américain. N'oublions pas que l'Europe bénéficie d'un prestige international en matière de qualité et de diversité et que son cinéma est envié sur tous les continents. A tel point d'ailleurs que de nombreux cinéastes du bout du monde arrivent à produire leurs propres films en s'associant avec nous et en

s'appuyant sur le marché européen. Je voudrais d'ailleurs souligner que les salles du réseau sont les premières à ouvrir leurs écrans au cinéma d'Amérique Latine, d'Asie ou d'Afrique. 15 % de leurs séances sont consacrés au cinéma non-européen et non-américain alors que ces cinématographies étrangères n'occupent qu'une place insignifiante sur les autres écrans (2,2 % en 2003).

VOUS ATTENDEZ PLUSIEURS CENTAINES DE DISTRIBUTEURS ET D'EXPLOITANTS À LA 9^{ME} CONFÉRENCE D'EUROPA CINEMAS. QU'ONT-ILS EN COMMUN ?

Claude-Eric Poiroux : Un engagement concret pour le cinéma européen puisqu'ils font des vrais choix de programmation alors qu'ils pourraient facilement préférer les blockbusters américains qui leur sont généralement proposés. Adhérer à un réseau, c'est partager des convictions et échanger des expériences, ce qui est essentiel pour des exploitants disséminés sur plusieurs centaines de villes. Si les films voyagent, c'est qu'ils trouvent des écrans pour les accueillir et un public préparé à les apprécier. D'où aussi notre initiative d'ajouter aux débats de la Conférence la projection d'une dizaine de films européens inédits et d'une cinquantaine de films-annonces pour les sorties à venir.

Claude Miller : Je suis toujours impressionné par la qualité de ces conférences annuelles, indispensables pour consolider un réseau de professionnels. Le cinéma européen et la diversité culturelle sont des enjeux mondiaux et je rêve de rencontrer lors des prochaines conférences des distributeurs et des exploitants sud-américains, asiatiques, africains associés à tous ceux que je connais sur notre continent pour la circulation des films européens aux côtés de leurs propres cinématographies régionales.

PAGE 1

3 QUESTIONS À C. MILLER ET À C.-E. POIROUX
3 QUESTIONS TO C. MILLER AND C.-E. POIROUX

PAGE 2-5

FILMS D'AUTEURS : LA CIRCULATION EUROPÉENNE EN QUESTION
FILMS D'AUTEURS: PROSPECTS FOR EUROPEAN CIRCULATION

PAGE 6

EUROMED AUDIOVISUEL : BILAN ET AVENIR
EUROMED AUDIOVISUAL : RESULTS AND FUTURE
SUCCÈS DU PANORAMA DU FILM EUROPÉEN AU CAIRE
SUCCESS OF THE PANORAMA OF EUROPEAN FILM IN CAIRO

PAGE 7

EUROPA CINEMAS ÉTEND SON ACTION
EUROPA CINEMAS EXPANDS ITS ACTION
AGNÈS JAOUÏ ET COMME UNE IMAGE À ALGER.
AGNÈS JAOUÏ AND LOOK AT ME IN ALGIERS.

PAGE 8

LABEL EUROPA CINEMAS : DANS LES CHAMPS DE BATAILLE ET DARWIN'S NIGHTMARE PRIMÉS
EUROPA CINEMAS' LABEL: IN THE BATTLEFIELDS AND DARWIN'S NIGHTMARE AWARDED
SARABANDE EN NUMÉRIQUE DANS LES SALLES FRANÇAISES
DIGITAL VERSION OF SARABAND TO SHOW IN FRENCH CINEMAS

PAGE 9

EUROPA-CINEMAS.ORG CHANGE
THE EUROPA CINEMAS SITE IS SET TO CHANGE
JEU OUVRE LES YEUX 2004 : LANCEMENT LE 22 NOVEMBRE
THE ONLINE GAME OPEN YOUR EYES 2004 STARTS NOVEMBER 22

PAGE 10-11

PRIX EUROPA CINEMAS 2004
EUROPA CINEMAS' AWARDS 2004

PAGE 12

PROGRAMME DE LA 9^{ME} CONFÉRENCE ANNUELLE
PROGRAMME OF THE 9TH ANNUAL CONFERENCE

3 QUESTIONS TO CLAUDE MILLER AND CLAUDE-ERIC POIROUX

DID THE DOWNTURN THAT HIT EUROPEAN FILM IN 2003 EFFECT YOUR NETWORK?

Claude-Eric Poiroux : Yes, but much less than in the market as a whole. We observe that network cinemas are less effected by market fluctuations, no doubt because the exhibitors are firmer in their programming, and audiences remain curious about European filmmakers even if the films are less successful commercially. In 2002, the three leading titles in the network were *Talk to Her*, *Amélie from Montmartre* and *8 Women*. In 2003, they are *Goodbye Lenin!*, *Dogville* and *To Be and to Have*. Of course, box offices have declined for these very original films, but the other films on the European top 50 list readjust this disparity and partially balance out the results overall. Let's not forget that the non-national European market share is 33% in network cinemas and just 8% on the market as a whole. That's a substantial difference!

YOUR ACTIVITIES NOW EXTEND BEYOND THE BORDERS OF EUROPE. HOW DO YOU EXPLAIN THIS DEVELOPMENT?

Claude Miller : As a filmmaker at the head of Europa Cinemas, I have always believed that European cinema should not be limited to Europe, but that it should provide an alternative to American cinema across the world. Let's remember that European quality and diversity benefit from international prestige, and that European cinema is the envy of film industries worldwide. Numerous filmmakers from all over the world come and produce their films here, with an eye to the

European market. I would also like to point out that network cinemas are the first to open their screens to films from Latin America, Asia and Africa. 15% of screenings in network theatres are dedicated to films from outside Europe and America, while the market share of these films in other cinemas is practically insignificant (2.2% in 2003).

YOU ARE EXPECTING SEVERAL HUNDRED DISTRIBUTORS AND EXHIBITORS AT THE 9TH EUROPA CINEMAS CONFERENCE. WHAT DO THEY HAVE IN COMMON?

Claude-Eric Poiroux : A firm commitment to European cinema, demonstrated by the programming choices they make. They could easily choose American blockbusters, which are in generous supply. Being part of a network means sharing convictions and exchanging experiences, both of which are essential for exhibitors spread out in hundreds of cities. If the films travel, it's because there are screens to show them and audiences to appreciate them. This is also why we have decided to show around ten new European films and fifty trailers of upcoming releases at the Conference.

Claude Miller : I am always impressed by the quality of these annual conferences, which are indispensable for consolidating a network of professionals. European cinema and cultural diversity are powerful forces on the world market. I am very much looking forward to meeting South American, Asian and African distributors and exhibitors in future conferences who are eager to work together with the European professionals I know for the circulation of European films alongside their regional productions.

EUROPA CINEMAS
54 RUE BEAUBOURG, F 75003 PARIS
TEL. 33 1 42 71 53 70
FAX. 33 1 42 71 47 55
http://www.europa-cinemas.org
Email : info@europa-cinemas.org

PRESIDENT :
CLAUDE MILLER

GENERAL DIRECTOR :
CLAUDE-ERIC POIROUX

NEWSLETTER EDITOR :
FATIMA DJOUMER

DEPUTY EDITOR : ANTOINE TROTET
AUTHORS : ANTHONY BOBEAU, AUDE ERENBERG,
VINCENT LE LEURCH, MENEM RICHA, JEAN-BAPTISTE
SELLIEZ, ANTOINE TROTET
TRANSLATION : CINESCRIPT

Design : CA TOURNE - ★ Bronx

SOMMAIRE / SUMMARY

★ FILMS D'AUTEURS : LA CIRCULATION EUROPÉENNE EN QUESTION FILMS D'AUTEURS: PROSPECTS FOR EUROPEAN CIRCULATION

La circulation des films d'auteur en Europe a-t-elle de beaux lendemains ? Oui si l'on constate que le réseau Europa Cinemas qui lui est largement consacré a mieux résisté en 2003 à la chute de la fréquentation du cinéma européen. « C'est la preuve qu'il y a dans le réseau des exploitants qui font un travail payant et indispensable, constate Claude-Eric Poiroux. Si les meilleures salles de Copenhague, de Rome, de Berlin, ou de Budapest disparaissaient du réseau, c'est 70% de la circulation des films européens qui seraient en danger ». C'est sur ce secteur du marché que se joue la continuité de la production européenne de qualité. Avec un enjeu de taille : comment faire exister des films européens dans d'autres pays que leur territoire d'origine. Le succès en Grèce du film *Politiki kouzina* (*A Touch of Spice*) de Tassos Boulmetis aura-t-il une répercussion sur le reste des pays d'Europe ? Exploitants et distributeurs européens y travaillent en s'employant à faire cohabiter le cinéma grand public avec le cinéma d'auteur. « L'exploitant étant le dernier à intervenir dans la chaîne de distribution, il n'a pas de pouvoir direct sur l'acquisition des droits pour un territoire. En général il fait confiance

aux distributeurs qui, l'espère-t'il, ne laissera pas de côté un chef-œuvre ou un film à succès. » ajoute Claude-Eric Poiroux. Reste une inconnue si le film est acheté, c'est de savoir s'il trouvera suffisamment de place sur les écrans pour faire un succès public. C'est la question de l'embouteillage des sorties dans des configurations où trop de films sont programmés chaque semaine. C'est dans ce panorama de la distribution que sortent presque toutes les semaines des films d'auteurs d'exception. Ces films travaillés en profondeur par les distributeurs qui les font exister, coûte que coûte. Ainsi de Werner Lanneau, directeur d'ABC Distribution en Belgique. Avec *Good bye Lenin!* de Wolfgang Becker, le distributeur belge n'a eu aucun mal à placer le film et le conduire vers un résultat admirable : 120 000 spectateurs payants, soit 592000 Euros de recettes sur la Belgique et le Luxembourg. « Il n'a pas été difficile de trouver des salles, confie le distributeur. Au début, il y a bien sûr eu de la méfiance, mais après la présentation, ajoutée au succès à l'étranger, tout est devenu plus facile. *Good bye Lenin!* jouissant, à l'époque, du statut de plus gros succès allemand, son placement a été une

partie de plaisir. Pourtant, en Belgique, ça n'a jamais été évident de distribuer un film allemand. » Pour travailler le film, Werner Lanneau a sorti les grands moyens, précédé de l'excellente rumeur : « Le poster d'origine était frappant, tout le monde a aimé. Parallèlement, nous avons sorti un marketing classique, avec une très grosse campagne d'affichage, jouant sur la qualité du poster. Dans les rues, dans les salles, l'affiche a été vue en petit et en grand. La campagne média a été intense, avec une grosse présence sur les radios, dans les magazines et les quotidiens. En plus, nous avons des tee-shirts et la musique du film. En tout, le film a atteint les 15 copies, après un départ sur onze. » La distribution d'un film comme *Good bye Lenin!* est du pain béni pour un distributeur comme ABC Distribution. « Nous étions tellement convaincus du potentiel du film que nous n'avons jamais eu de craintes concernant sa carrière, sourit Werner Lanneau. Traditionnellement, nous travaillons la plupart du temps avec les salles d'Europa Cinemas. Pour *Good bye Lenin!*, nous avons eu aussi accès aux réseaux des multiplexes, comme Kinopolis ou UGC. » Pourtant, Werner Lanneau reconnaît que tous les films ne

What are the prospects for the circulation of films d'auteurs in Europe? Bearing in mind that Europa Cinemas, which is largely dedicated to promoting such films, fared better than the rest of the market in face of the slump in attendances of European cinema, they are good. According to Claude-Eric Poiroux, "this is proof positive that the work done by network members pays off and is indispensable. If the best cinemas in Copenhagen, Rome, Berlin and Budapest disappeared from the network, 70% of the circulation of European films would be in jeopardy. The continuity of quality European film production depends on this market sector. And the stakes are high: how can European productions be provided with markets outside their country of origin? Will the local success of Greek director Tassos Boulmetis' film *A Touch of Spice* be reflected in the rest of Europe? European exhibitors and distributors are working to create a basis of coexistence between commercial films and cinema d'auteur. "Since the exhibitor is the last person on the distribution chain, he does not have direct power over the acquisition of rights for a territory. In general he trusts the distributors, and hopes

they will not neglect a masterpiece or a good money-maker," adds Poiroux. But even if a film is purchased, it remains unclear whether it will receive enough screen space to attract audiences. This is the problem posed by bottle-necking of releases in centres where too many films are programmed week after week. And almost every week, new exceptional films d'auteurs are released into this distribution environment. These films are nurtured and supported by their distributors, who are keen to give them a fair run for their money. This is true of Werner Lanneau, director of ABC Distribution in Belgium. The Belgian distributor had no trouble achieving admirable results with Wolfgang Becker's *Goodbye Lenin!* The film had 120,000 paying admissions, and box offices of € 592,000 in Belgium and Luxembourg. "Finding theatres was not a problem," says Lanneau. "Of course some people were sceptical at first, but things became easier after the start of the run, and the international success was a great help. At the time the film was the biggest success in Germany, and it was a pleasure to distribute it. That said, it has never been easy to distribute German films in Belgium." Werner Lanneau brought out the

big guns for the film's release, which benefited greatly from positive word of mouth. "The original poster was striking, everyone liked it. And we gave the film a classic marketing job, with an extensive poster campaign. The poster could be seen everywhere, in the streets and in the theatres. The media campaign was intense, with widespread radio, magazine and newspaper coverage. On top of that we had T-shirts and the film music. The film reached 15 copies after starting with twelve." Distributing a film like *Goodbye Lenin!* is a blessing for a distributor like ABC Distribution. "We were so convinced of the film's potential that we never doubted it would have a splendid career," says Lanneau. "Traditionally we work mostly with Europa Cinemas member theatres. For *Goodbye Lenin!* we also had access to multiplex networks like Kinopolis and UGC." Yet Werner Lanneau admits that not all films are so popular. "It is often difficult to find theatres for films d'auteurs. Especially because in Belgium there are very few art house cinemas, just five in Flanders and the same number in the francophone regions, not counting Brussels. In addition, finding space for a film at the end of the year or during

school holidays is very difficult. 430 films were released here in 2003." The same week that *Goodbye Lenin!* was released, *The League of Extraordinary Gentlemen*, *Matchstick Men*, *In the Cut*, *The In-Laws*, *Confidence* and *At Five in the Afternoon* all came out as well. Yet even this kind of competition did not keep audiences away. Equally good results were had in Greece by Odeon S.A., who did a brilliant job distributing *Bad Education* by Pedro Almodovar. For marketing manager Dimitri Varouxis, "Pedro Almodovar is terrifically popular, and his other films were hits here too. So the audiences were already chomping at the bit." Released with ten copies, three of which

went to Greece's second biggest market Thessalonica, the film had admissions of almost 57,000 and box offices of € 372,840 after 40 days. American blockbusters are usually released in Greece with around forty copies. "Exhibitors were fighting over the film," says Varouxis. "It was easy to find enough space for it in cinemas, even if the Olympic Games did have a slight impact on release dates. We released the film later than in the rest of Europe, but that didn't harm it. In fact, the film received consistent publicity ever since it was shown at the Cannes Film Festival." On the strength of high audience expectations, Odeon S.A. approached the film release on several fronts. A large marke-

ting campaign used T-shirts with film motifs and free post cards. In addition, Odeon targeted both the general public and the gay community. The film was given extensive media, press and radio coverage. "The week it came out, *Bad Education* competed against *Catwoman*, *The Terminal* and *Triple Agent*. The previous week *Fahrenheit 9/11*, *I, Robot*, *La ferme se rebelle* and *Monsieur Ibrahim et les fleurs du Coran*. Une concurrence qui n'a pas nuit au film de Pedro Almodovar. « Même si beaucoup trop de films sortent chaque semaine, précise Dimitri Varouxis, le film d'Almodovar a réussi et tenu sur la durée ». De son côté, François Ivernel de Pathé UK a cherché le meilleur environnement pour la sortie de *La Jeune Fille à la Perle* de Peter Webber. « Les points forts du film ont été le livre dont il est inspiré, ce qui nous a fédéré un certain public déjà au courant, ainsi que la découverte de Scarlett Johansson présente à l'affiche de *Lost in Translation* de Sofia Coppola sorti la semaine d'avant. L'attention du public sur l'actrice nous a fortement aidé et la couverture médiatique a tourné autour d'elle. » Sorti sur 106 copies au tout début 2004, le film a terminé à environ 1 million d'entrées après six mois d'exploitation. « Nous avons volontairement privilégié la moyenne par salles et



Released with ten copies, three of which

went to Greece's second biggest market Thessalonica, the film had admissions of almost 57,000 and box offices of € 372,840 after 40 days. American blockbusters are usually released in Greece with around forty copies. "Exhibitors were fighting over the film," says Varouxis. "It was easy to find enough space for it in cinemas, even if the Olympic Games did have a slight impact on release dates. We released the film later than in the rest of Europe, but that didn't harm it. In fact, the film received consistent publicity ever since it was shown at the Cannes Film Festival." On the strength of high audience expectations, Odeon S.A. approached the film release on several fronts. A large marke-

ting campaign used T-shirts with film motifs and free post cards. In addition, Odeon targeted both the general public and the gay community. The film was given extensive media, press and radio coverage. "The week it came out, *Bad Education* competed against *Catwoman*, *The Terminal* and *Triple Agent*. The previous week *Fahrenheit 9/11*, *I, Robot*, *Home on the range* and *Monsieur Ibrahim* had been released, yet Almodovar's film did not suffer," Varouxis adds. "Even if too many films come out each week, *Bad Education* was a resounding success." For his part, François Ivernel of Pathé UK made every effort to give Peter Webber's *Girl with a Pearl Earring* a successful release. "The film's

la durée. L'exploitation spécialisée comme les salles du réseau Europa Cinemas ont été sollicitées et nous avons réussi à glisser vers les multiplexes haut de gamme.» Pour François Ivernel, « les films existent sur leur propre vertu. Ils doivent sortir de l'ordinaire. En Angleterre, le public existe pour ce genre de films. Quand un film correspond à leurs attentes, les relais presse se mettent naturellement en place. Et on sait combien la presse est influente dans le pays, avec plusieurs millions d'exemplaires pour les quotidiens. » Distribué avec l'objectif de toucher les récompenses suprêmes, *La Jeune Fille à la Perle* a obtenu 10 nominations aux BAFTA et 2 aux Oscars. Du coup, le film a connu une carrière européenne exemplaire. « Avec sa carrière cohérente, le film a rapporté 45M\$ dans le monde entier. » Pour François Ivernel, la recette idéale de la circulation d'un film européen pourrait être la combinaison entre une bonne date, un bon positionnement dans les salles et une publicité ciblée. Mais il n'oublie pas que la concurrence est rude, et

qu'il est difficile de s'imposer parmi les 400 films qui sortent par an en Angleterre. « Beaucoup plus de films sortent toutes les semaines, et la qualité s'améliore. Le travail d'un film doit être constant. » *Good bye Lenin!*, *La Mauvaise Education* et *La Jeune fille à la Perle* constituent trois bonnes surprises du cinéma européen partagées par les salles art et essai de type Europa Cinemas et les complexes grand public dont certains d'ailleurs appartiennent au réseau, mais il existe une autre catégorie de films qui ne bénéficient pas de cet effet d'entraînement et qui a besoin de salles plus spécialisées et plus volontaires dans leurs programmations. Des films comme *Stupeur et Tremblements* d'Alain Corneau, *Los Lunes al sol* de Fernando León de Aranoa ou *The Magdalene Sisters* de Peter Mullan, *La Meglio Gioventù* de Marco Tullio Giordana, *Lilja 4-ever* de Lukas Moodysson sont vraiment dépendants de ces exploitants, et la difficulté s'accroît lorsque leurs sorties se concurrencent sur

les mêmes semaines et que le maintien à l'affiche de ces films se fait au détriment de certains autres dans la même catégorie. C'est la question qui va être abordée pendant la 9^e Conférence d'Europa Cinemas. Les animateurs du réseau en accord avec la Commission sont déjà en train de prendre deux mesures pour accroître la capacité d'accueil des salles qui le composent : une incitation à programmer plus de films européens non nationaux dans des complexes ou multiplexes et de l'autre côté un bonus récompensant une plus grande diversité d'origine des films présentés dans les salles les plus engagées du réseau. Selon Claude-Eric Poiroux « il s'agit pour nous de consolider ce qui fait depuis le début le cœur du réseau à savoir les salles audacieuses en terme de programmation mais en même temps de ne pas considérer ce réseau comme étanche ou fermé sur lui-même. Le cinéma européen a besoin de la diversité de l'exploitation pour atteindre tous les publics. »



LA MEGLIO GIOVENTÙ



LA MAUVAISE ÉDUCATION

strong points were the book it was based on, which provided a ready-made audience, and the discovery of Scarlett Johansson. Johansson starred in Sofia Coppola's *Lost in Translation*, which had come out the previous week. Public attention on the actress really helped us a lot, and the media coverage all centred around her." Released with 106 copies at the beginning of 2004, the film had around 1 million admissions after six months. "We emphasised average attendance and length of run. We showed the film in specialised theatres like those of the Europa Cinemas network, then were able to move it into the up-market multiplexes." For Ivernel, "films bear responsibility for their existence. They have to be remarkable. There are audiences for films like this in England. When a film meets their expectations, the press goes about its work. And it is no secret how influential the press is in this country, where papers have circulations of several million copies." The distributors' high hopes for *Girl with a Pearl Earring* were not disappointed, as it obtained 10 BAFTA and 2 Oscar nomina-

tions and went on to have an exemplary European career. "With its commendable career, the film took in box offices of \$ 45 million across the world." For François Ivernel, the ideal circulation for a European film combines a good date, a good positioning in the cinemas and a well targeted publicity campaign. But he admits that competition is stiff, and that it is difficult to be at the forefront of the 400 films released each year in England. "A lot more films come out each week, and the quality keeps getting better. Work on a film has to be constant." *Goodbye Lenin!*, *Bad Education* and *Girl with a Pearl Earring* are three successes for European cinema, shared between art house cinemas like Europa Cinemas member theatres and commercial complexes, some of which belong to the network. But there is another category of film that does not benefit from this general type of release. And these films are in need of more specialised theatres demonstrating a strong will to programme them. Films like *Fear and Trembling* by Alain Corneau, *Mondays in the Sun* by Fernando

Leon de Aranoa and *The Magdalene Sisters* by Peter Mullan, as well as *The Best of Youth* by Marco Tullio Giordana, *Lilja 4-ever* by Lukas Moodysson are highly dependant on Europa Cinemas exhibitors. And the difficulties increase when releases coincide and cinemas have to choose one film to the detriment of another. This topic will be addressed at the 9th Europa Cinemas Conference. With the accord of the Commission, the network organisers are already taking two measures to enhance the capacity of its cinemas: an incentive for programming more non-national European films in complexes and multiplexes, and a bonus for rewarding the most committed network cinemas for programming films from diverse regions. According to Claude-Eric Poiroux, "we have to consolidate what has always been the heart of the network, and that is the cinemas which make audacious programming choices. But at the same time we must take care not to see the network as sealed or hermetical. European cinema needs diverse exhibition to reach all potential audiences."

★ LES ALÉAS DES SUCCÈS NATIONAUX À TRAVERS L'EUROPE

Les succès de *Good bye Lenin!*, *La Mauvaise Education*, *La Jeune Fille à la Perle*, *Respiro* et bien d'autres prouvent une nouvelle fois que le cinéma européen peut séduire le public en dehors de ses frontières nationales. Et la fréquentation des salles du réseau Europa Cinemas en est la meilleure preuve. Il reste pourtant des films qui malgré leur succès dans leur pays d'origine ne parviennent pas à circuler convenablement en Europe. Le paradoxe est d'autant plus flagrant que ces films sont le plus souvent des œuvres à vocation populaire. La cause est simple et indépendante de la qualité ou des défauts des films, ces derniers sont simplement trop ancrés dans leur culture nationale. Leur origine revendiquée s'avère un obstacle à leur compréhension dans le reste de l'Europe. Ainsi, *Der Schuh des Manitu* qui a rassemblé plus de 11 millions d'Allemands en 2001 n'a été vu nulle part en Europe ou presque. Ce n'est pourtant pas la faute de son exportateur Beta Films qui avait même réalisé une version doublée en anglais. Peine perdue, car le film s'inscrit dans une tradition comique allemande inconnue des spectateurs européens. Le constat est le même pour des comédies à succès comme *Torrente 2: misión en Marbella* en Espagne (5,3 millions d'entrées), *La Vérité si je mens ! 2* en France (7 millions d'entrées) ou les fameuses comédies de Noël en Italie comme *Natale sul Nilo*. Et que dire des piètres résultats européens des sagas polonaises à succès

comme *Pan Tadeusz*, *Ogniem i Mieczem* et *Quo Vadis* qui ont enregistré 4 à 7 millions d'entrées dans leur pays d'origine. Un succès d'abord national peut aussi être un formidable lancement pour une carrière européenne. *Good bye Lenin!* a connu un véritable triomphe en Allemagne avant de s'imposer dans le reste de l'Europe. De même, *Le fabuleux destin d'Amélie Poulain* a réalisé 8,6 millions d'entrées en France pour ensuite s'imposer en Allemagne (2 millions d'entrées), en Espagne et en Italie où il a aussi dépassé le million de spectateurs. Il s'agit en l'occurrence de films à l'identité nationale très forte qui ont l'avantage pour l'un d'un sujet peu exploité (la chute du mur de Berlin) et pour l'autre un parfum nostalgique (la vision d'un Paris rêvé). Là encore, les salles Europa Cinemas étaient présentes pour relayer ses sorties en profondeur. Dernier exemple en date d'un succès national qui transcende ses frontières : *Les Choristes* de Christophe Barratier. Ce premier film a créé la surprise en France au printemps 2004 en attirant plus de huit millions de spectateurs. Son sujet (une chorale d'enfants) et son traitement (un film familial) lui permettent aujourd'hui de toucher le public européen. *Les Choristes* totalise plus de 600 000 entrées en Allemagne depuis sa sortie en août dernier et le film débute une carrière prometteuse en Italie.

★ THE UPS AND DOWNS OF NATIONAL SUCCESSES ACROSS EUROPE

The successes had by *Goodbye Lenin!*, *Bad Education*, *Girl with the Pearl Earring*, *Respiro*: *Grazia's Island* and many others prove once again that European films can delight audiences outside their national borders. And admissions at Europa Cinemas theatres is the best proof of all. Yet some local successes never manage to get off the ground in other European countries. This paradox is all the more striking because these films are often popular in genre. The reason is simple, and independent of quality. They are simply too much a product of their national culture. Their distinctly national flavour proves a hindrance to their being understood in the rest of Europe. As an example, *Manitou's Shoe* had admissions of over 11 million in Germany in 2001, whereas it was seen practically nowhere else in Europe. The fault does not lie with its exporter Beta Films, who even brought out a version dubbed in English. In vain. The film belongs to a tradition of German comedy unknown to European audiences. The same is true of hit comedies like *Torrente 2: misión en Marbella* in Spain (5.3 million admissions), *Would I Lie to You? 2* in France (7 million admissions), or popular Italian Christmas comedies like *Christmas on the Nile*. And what is to be made of the poor European performances of suc-

cessful Polish sagas like *Pan Tadeusz: The Last Foray in Lithuania*, *With Fire and Sword* and *Quo Vadis*? which had admissions of between 4 and 7 million in Poland? Success at home can be a formidable launching pad for a European career. *Goodbye Lenin!* was a veritable blockbuster in Germany before conquering the rest of Europe. And *Amélie from Montmartre* had admissions of 8.6 million in France before making it big in Germany (2 million admissions), Spain and Italy, where it topped one million admissions. These films are strongly national in character, but the first makes use of a little exploited theme (the fall of the Berlin Wall) and the second draws on a nostalgic atmosphere (a dreamlike vision of Paris). Here too, Europa Cinemas network theatres provided the films with sufficient venues. The most recent example of a national success making it big outside its borders was *Chorists* by Christophe Barratier. This first film was a surprise hit in France in the spring of 2004, with more than eight million admissions. Its subject (a children's choir) and handling (family film) now allow it to reach a broader European public. The film has had over 600,000 admissions in Germany since it came out last August and a promising start in Italy.

★ EUROMED AUDIOVISUEL : BILAN ET AVENIR EUROMED AUDIOVISUEL : RESULTS AND FUTURE

Depuis le lancement du programme Euromed Audiovisuel en 2000, Europa Cinemas a soutenu 165 sorties de films européens et méditerranéens impliquant 35 sociétés de distribution méditerranéennes et totalisant près de 2 600 000 entrées.

Fin 2004, le réseau compte 41 salles implantées dans 25 villes méditerranéennes. La programmation euro-méditerranéenne du réseau a totalisé près de 5 millions d'entrées sur l'ensemble de la période. Europa Cinemas a soutenu 20 manifestations qui ont été des lieux d'exposition privilégiés pour le cinéma européen et méditerranéen. Réciproquement, plus de 160 salles européennes ont été soutenues pour leur programmation méditerranéenne.

Ce bilan positif met en lumière le chemin déjà parcouru et permet de mieux cerner les objectifs de la période à venir.

Le principe de réciprocité est l'un des axes majeurs de cette action. Il implique une complémentarité Nord – Sud plus équilibrée, qui appelle l'instauration d'un soutien à la distribution et aux festivals de films méditerranéens en Europe, mesure indispensable pour augmenter durablement la visibilité et la circulation de ces films au Nord.

Un travail approfondi de partenariat et de réseau mené par Europa Cinemas depuis un peu plus de 4 années a permis l'émergence d'un regroupement de professionnels, la Coordination Maghreb, qui rassemble les distributeurs et les exploitants des trois pays du Maghreb, dans l'objectif d'y améliorer les conditions de sortie des films méditerranéens et européens. Il s'agit d'encourager et de renforcer ce genre de regroupements professionnels en Méditerranée, qui permet notamment de mieux structurer la profession et de développer les échanges entre les Méditerranéens eux-mêmes et avec l'Europe.

Les plans de sortie des distributeurs, notamment la promotion, ainsi que les objectifs de programmation des salles du réseau devront être mieux définis et plus ambitieux. En contrepartie, le soutien devra être mieux ciblé et plus incitatif. Ainsi, l'action gagnerait en efficacité.

De plus, il serait bénéfique de généraliser aux salles méditerranéennes le soutien à la programmation pour le jeune public déjà en œuvre depuis plusieurs années dans les salles des pays de l'Union.

Le soutien à la diffusion des œuvres audiovisuelles euro-méditerranéennes dans la première phase du programme Euromed Audiovisuel a contribué au rapprochement des rives Nord et Sud de la Méditerranée. Un soutien plus ciblé dans la seconde phase de ce programme consolidera les échanges entre ces deux rives.

Since the Euromed Audiovisuel programme was launched in 2000, Europa Cinemas has provided support for 165 releases of European and Mediterranean films, involving 35 Mediterranean distribution companies. Admissions have totalled nearly 2,600,000.

As 2004 draws to a close, the network counts 41 theatres in 25 Mediterranean cities. Programming of European and Mediterranean films has accounted for nearly 5 million admissions over the entire period. Europa Cinemas has backed 20 events giving a privileged role to the exhibition of European and Mediterranean cinema. Similarly, more than 160 European theatres received support for Mediterranean programming.

These positive figures underscore the network's achievements and indicate the goals for the coming period.

Reciprocity is a fundamental principle of Europa Cinemas. It implies a more balanced North – South exchange, emphasising the need for distribution and festival support for Mediterranean films in Europe. Such support is indispensable to heightening visibility and circulation of these films in Europe.

Concerted effort by Europa Cinemas for just over 4 years has led to the creation of a professional organisation, the Coordination Maghreb, which provides the framework for distributors and exhibitors of the three countries of North Africa to work together to improve conditions for Mediterranean and European film releases in this region. Such professional groups in the Mediterranean region should be given encouragement and support, since they strengthen the professional structure locally and facilitate exchanges both between Mediterranean partners and with Europe.

Distributors' release and promotion plans should be more ambitious and more clearly defined, as should programming goals in network cinemas. In exchange, supports provided should be better targeted and give greater incentives. All of this would increase efficiency.

In addition, it would help if the programming support for young audiences which has been provided to European network cinemas for several years were extended to Mediterranean theatres.

Circulation support for European and Mediterranean audiovisual works laid out in the first phase of the Euromed Audiovisuel programme has enhanced ties between North and South. Strengthened support in the second phase of this programme will consolidate these exchanges between countries on both shores of the Mediterranean.

Panorama Internet site: www.eurofilmsegypt.com
The complete version of the interview with Marianna Khoury is available online at the Europa Cinemas website.

★ SUCCÈS DU PANORAMA DU FILM EUROPÉEN AU CAIRE SUCCESS OF THE PANORAMA OF EUROPEAN FILM IN CAIRO

Le Panorama du Film Européen au Caire s'est tenu du 15 au 28 septembre 2004 dans la salle du cinéma Galaxy, à l'initiative de Misr International Films. Une vingtaine de films représentant la diversité des succès du cinéma européen ont pu rencontrer un public ravi, ce dont la presse du Caire s'est largement fait l'écho. Europa Cinemas a assuré un soutien déterminant à cette première édition, qui a attiré quelque 10 000 spectateurs.

Ce Panorama, qui s'est déroulé sous le patronage du Ministre de la Culture égyptien, est une réussite à bien des égards. Marianne Khoury, responsable de sa mise en œuvre, a privilégié une communication moderne, à la fois ouverte sur le grand public et ciblée sur le public jeune et cosmopolite, aux moyens, notamment, d'un site Internet, d'une diffusion dans les lieux vivants de la ville et de spots TV et radio. Les écoles étaient largement conviées aux séances et de nombreux débats ont été organisés, en présence des invités européens du Panorama et de professionnels égyptiens. Le principal succès du festival, outre l'affluence, est la réponse du public à l'ouverture de la programmation. Selon Marianne Khoury, « on a pu observer que les cinéphiles venaient voir *Good bye Lenin!* ou *Hable con Ella*, les jeunes répondaient plutôt présents à *L'Auberge espagnole* ou *Buena Vista Social Club*, les plus jeunes à *Moi César, 10 ans, 1m39* et le grand public venait voir *Décalage horaire*. Le succès des films documentaires présentés, tel que *Le Monde selon Bush*, est particulièrement intéressant. » Enfin, notons que ce Panorama pourrait avoir un effet direct sur la distribution de films présentés, des négociations étant actuellement en cours.

Site Internet du Panorama : www.eurofilmsegypt.com
La version intégrale de l'entretien réalisé avec Marianne Khoury est en ligne sur le site d'Europa Cinemas.

The Panorama of European Film was held from September 15 – 28, 2004 in the Galaxy Cinema in Cairo. An initiative of Misr International Films, it featured around twenty films reflecting the diversity of recent European hits. The festival met with enthusiastic reactions among audiences and the press. Europa Cinemas provided essential financial backing for the event, which attracted some 10,000 viewers.

The Panorama, which was organised under the patronage of the Egyptian Minister of Culture, was a success on several fronts. Organiser Marianne Khoury laid great emphasis on modern communication methods, reaching out to a large public while also directly targeting young cosmopolitan audiences with an Internet site, TV and radio ads and greater coverage in key areas of the city. Schools were encouraged to attend screenings, and numerous discussions were organised with the European festival participants and Egyptian film professionals. Aside from the large crowds, the major success of the festival was the public's response to programming diversity. According to Marianne Khoury, "the film buffs came to see *Goodbye Lenin!* or *Talk to Her*, younger audiences came to see *Euro Pudding* or *Buena Vista Social Club*, the very young went to *I, Cesar*, and the general public came to see *Jet Lag*. And the success of the documentary films shown, such as *The World According to Bush*, was particularly interesting." Films presented in the Panorama could soon be released locally, as distribution negotiations are currently underway.

Panorama Internet site: www.eurofilmsegypt.com
The complete version of the interview with Marianna Khoury is available online at the Europa Cinemas website.

★ EUROPA CINEMAS ÉTEND SON ACTION EUROPA CINEMAS EXPANDS ITS ACTION

4 QUESTIONS À CLAUDE-ÉRIC POIROUX QUESTIONS TO CLAUDE-ÉRIC POIROUX

QU'EST-CE QUI A AMENÉ EUROPA CINEMAS À INTERVENIR AU-DELÀ DES FRONTIÈRES DE L'EUROPE ?

D'abord, la nature même de notre activité qui vise à soutenir la distribution en salles du film européen, sans forcément limiter son champ d'action à l'Europe. Nous avons suivi depuis 1992 l'évolution géographique du programme MEDIA jusqu'à l'élargissement de l'Europe aux 10 nouveaux états membres. Parallèlement, grâce à Eurimages, au Ministère des Affaires Étrangères et à Euromed Audiovisuel, nous nous sommes implantés en Europe Orientale, en Méditerranée et en Afrique. A ce jour, le réseau compte plus de 1300 écrans dans une cinquantaine de pays. L'autre raison, c'est l'occasion qui nous a été donnée par la Commission de nous associer à un nouveau programme destiné aux pays hors MEDIA, d'où nos récentes incursions en Amérique Latine et en Asie du sud-est.

POUVEZ-VOUS PRÉCISER VOTRE ACTION DANS CES NOUVEAUX PAYS ?

Nous prenons appui sur les festivals ou les marchés qui sont implantés sur ces continents. Ce sont des portes d'entrée pour les films européens et à ce titre ils peuvent bénéficier d'un soutien financier d'European Film Promotion ou de la Coordination européenne des festivals. Partant de la programmation de ces films européens dans ces festivals ou marchés, Europa Cinemas a pour mission de leur donner une perspective de sortie en salles en apportant un soutien financier aux distributeurs et aux exploitants.



QUELLES SONT LES CONDITIONS DE CE SOUTIEN ?

Tout distributeur qui acquiert les droits d'un film européen présenté dans un festival ou un marché de ces pays peut bénéficier d'un soutien d'un maximum de 10 000 € pour les frais de copies, de sous-titrage et de promotion. Tous les exploitants qui s'engagent en sortie nationale sur au minimum 2 semaines de programmation consécutives, peuvent également recevoir une aide financière en fonction du nombre des entrées. C'est donc un programme ouvert, qui laisse aux exploitants et aux distributeurs leur liberté de choix mais qui les incite à agir conjointement pour mettre des films européens sur le marché et pour atteindre le public dans les salles commerciales.

AVEZ-VOUS DÉJÀ DES RÉSULTATS ?

Le programme vient de débiter mais nous avons commencé à intervenir à partir du festival de Buenos Aires (Argentine), Guadalajara (Mexique), Rio de Janeiro (Brésil) et Pusan (Corée du Sud). Plusieurs titres font déjà l'objet de demande de soutien, notamment *Head on*, *Exils*, *Clean*, *Las Horas del día* ou *The Edukators*. Les prochaines étapes seront notamment les festivals de Tokyo, de Singapour et de Hong-Kong et le marché international de Toronto.

WHAT LED EUROPA CINEMAS TO EXPAND BEYOND THE BORDERS OF EUROPE?

The first factor is the very nature of our work, which aims to support the distribution of European films without necessarily limiting our scope of activity to Europe alone. Since 1992 we have accompanied the geographic expansion of the MEDIA programme right up to the recent inclusion of the 10 new member states. At the same time, thanks to Eurimages, the French Ministry of Foreign Affairs and Euromed Audiovisuel we have established a firm presence in Eastern Europe, the Mediterranean Region and Africa. Today the network comprises over 1,300 screens in around fifty countries. The second factor is the opportunity provided by the Commission to become involved in a new programme integrating countries outside MEDIA. This prepared the ground for our recent activity in Latin America and Southeast Asia.

CAN YOU TELL US MORE ABOUT YOUR ACTIVITIES IN THESE NEW COUNTRIES?

We concentrate on festivals and film markets on these continents. These provide an entrance for European films, and as such they can benefit from financial support from the European Film Promotion or the European Coordination of Film Festivals. Once European films have been programmed in these festivals or markets, it is the mission of Europa Cinemas to enhance their release prospects by providing financial support to distributors and exhibitors.

WHAT ARE THE CONDITIONS FOR RECEIVING SUPPORT?

All distributors who acquire the rights to a European film presented in a festival or market in one of these countries can receive a maximum of €10,000 for costs incurred by copies, subtitles and promotion. All exhibitors who programme a film for at least 2 consecutive weeks as part of the national release may also obtain financial aid proportionate to admissions. So the programme is open ended, allowing exhibitors and distributors to make their own choices, but providing them with incentives to work together to market European films and attract audiences to see them in commercial theatres.

HAVE THESE MEASURES ALREADY BROUGHT RESULTS?

The programme has just started, but we have become involved in festivals in Buenos Aires (Argentina), Guadalajara (Mexico), Rio de Janeiro (Brazil) and Pusan (South Korea). We have already received applications for support for several films, notably *Head-On*, *Exiles*, *Clean*, *The Hours of the Day* and *The Edukators*. The next steps will take us to festivals in Tokyo, Singapore and Hong Kong, and the Toronto international film market.

★ AGNÈS JAOUÏ ET COMME UNE IMAGE À ALGER.

Le film *Comme une image* d'Agnès Jaoui est sorti à Alger le 27 septembre dernier dans les salles Algeria, Ibn Zeydoun et El Mouggar, toutes trois membres du réseau Europa Cinemas. Mohammed Latreche, jeune producteur-réalisateur, et son associé Boualem Ziani (Sora Productions), qui s'essayent pour la première fois au métier de distributeur, ont créé l'événement autour de la venue d'Agnès Jaoui à l'occasion de l'avant-première du film. La projection au cinéma Ibn Zeydoun, précédée d'une conférence de presse en présence de la réalisatrice, a attiré un chiffre record de plus de 650 algérois, à tel point que la Filmathèque Zinet, membre d'Europa Cinemas et située à proximité, a dû assurer une projection en parallèle. Sora Productions a assuré une promotion efficace au moyen d'un affichage soigné dans les rues d'Alger et d'une campagne télévisée associant diffusion de reportages et spots réguliers de la bande-annonce sur l'ENTV (Télévision publique algérienne) et la chaîne francophone Canal Algérie. Toujours en exploitation à Alger, le film, soutenu par Europa Cinemas, circulera ensuite à Constantine, Tizi-Ouzou, Béjaïa, Blida et Annaba.



★ AGNÈS JAOUÏ AND LOOK AT ME IN ALGIERS.

Agnès Jaoui's film *Look at me* was released in Algiers on September 27 in the Algeria, Ibn Zeydoun and El Mouggar theatres, all three members of the Europa Cinemas network. The young producer and director Mohammed Latreche and his associate Boualem Ziani of Sora Productions are expanding into distribution and organised the event to coincide with Agnès Jaoui's visit and the film's preview. The screening at Ibn Zeydoun cinema was preceded by a press conference with the director and had a record attendance of over 650 visitors. The crowd was so big that the nearby Filmathèque Zinet, also a Europa Cinemas member, provided backup with a parallel showing. Sora Productions gave the film solid promotion with posters in the streets of Algiers and a television campaign combining reports and regular running of the trailer on ENTV (Algerian public television) and the French channel Canal Algérie. The film is still running in Algiers. Supported by Europa Cinemas, it will go next to Constantine, Tizi-Ouzou, Béjaïa, Blida and Annaba.

★ LABEL EUROPA CINEMAS EUROPA CINEMAS LABEL

Initié à la Quinzaine des Réalisateurs l'an dernier, le Label Europa Cinemas est destiné à soutenir l'exploitation en profondeur des films européens récompensés. Les salles du réseau qui programmeront le Label bénéficieront d'une aide incitative si elles accordent au moins deux semaines d'exploitation au film. Europa Cinemas a reconduit l'opération deux fois en 2004. À Cannes et à Venise, des exploitants du réseau ont ainsi pu primer le meilleur film européen dans les sélections de la Quinzaine des Réalisateurs et des Giornate degli Autori. À Cannes, la Quinzaine des Réalisateurs accueillait pour la deuxième année consécutive un jury d'exploitants Europa Cinemas. En 2003, ces derniers avaient choisi de récompenser deux films : le britannique *The Mother* et le norvégien *Kitchen Stories*. Cette année, ils ont distingué la coproduction franco-belgo-libanaise *Dans les champs de bataille* de Danielle Arbid. Le jury était composé de Stefan Kitanov qui exploite le Cinema House de Sofia (Bulgarie), Jenny Sahlström qui programme la salle Biografen Zita de Stockholm (Suède), Geneviève Troussier qui dirige le Café des Images à Hérouville Saint-Clair (France) et Raymond Walravens qui s'occupe du Rialto à Amsterdam (Pays-Bas). Remarqué à Cannes, *Dans les champs de bataille* a été distingué plusieurs fois dans d'autres manifestations en Europe, notamment à la Biennale des cinémas arabes à Paris où il a obtenu le Grand Prix, au Festival de

initiated at the Directors' Fortnight in Cannes last year, the Europa Cinemas Label aims to boost exhibition of the European films that receive it. Network cinemas programming the Label-winning films will receive financial incentives, provided the run lasts at least two weeks. Europa Cinemas awarded the Label twice in 2004, at Cannes and Venice, where network exhibitors chose the best European film from the selections at the Directors' Fortnight and the Venice Days.

For the second year in a row the Directors' Fortnight in Cannes was host to a jury of Europa Cinemas exhibitors. In 2003 the Label was awarded to two films: *The Mother* (United Kingdom) and *Kitchen Stories* (Norway). This year jury members selected the French-Belgian-Lebanese co-production *In the Battlefields* by Danielle Arbid. The jury was composed of Stefan Kitanov, exhibitor at the Cinema House in Sofia (Bulgaria), Jenny Sahlström, programmer of the Biografen Zita in Stockholm (Sweden), Geneviève Troussier, who manages the Café des Images in Hérouville Saint-Clair (France) and Raymond Walravens, who runs the Rialto in Amsterdam (Netherlands). After its success at Cannes, *In the Battlefields* was awarded prizes at several other European events, notably the Biennale des cinémas arabes in Paris, where it won the Grand Prize,

Carthage où il est reparti avec le Prix du jury et au Festival de Namur où il a remporté le Prix du Scénario. Le film de Danielle Arbid sortira en France le 29 décembre 2004. Il s'agira de sa première exploitation en salles. Son distributeur français, Memento Films, mettra en circulation 25 à 30 copies. Selon Julie Thibaudeau, programmatrice de Memento Films, « le Label Europa Cinemas est un atout pour permettre au film une carrière sur la longueur car il lui garantit une solide exposition dans les salles art et essai ».

À Venise, Europa Cinemas s'était associé aux Giornate degli Autori. Cette nouvelle section indépendante de la sélection officielle a su imposer un ton et un esprit dès sa première édition. Ses organisateurs avaient choisi de consacrer leur programmation uniquement au cinéma européen. Du coup, le jury avait l'embaras du choix, d'autant plus que le niveau global des films était excellent. Certains d'entre eux ont d'ailleurs suscité l'engouement des festivaliers et de la presse comme le belge *Confituur* et le danois *Strings*. Le jury s'est lui décidé à primer l'autrichien *Darwin's Nightmare* de Hubert Sauper qui devrait entamer une carrière à travers l'Europe. Les exploitants présents à Venise étaient Georgette Ranucci de l'Alcazar à Rome (Italie), Michel Demopoulos de l'Olympion à Thessalonique (Grèce), Roman Gutek du Muranov à Varsovie (Pologne) et Matthias Elwardt de l'Abaton à Hambourg (Allemagne).

the Carthage Film Festival where it was awarded the Jury Prize, and the Namur Film Festival, where it took the award for best screenplay. The film will have its first commercial release on December 29, 2004, when it will come out in France. French distributor Memento Films will release 25 to 30 copies. According to Julie Thibaudeau, who does programming for Memento Films, "The Europa Cinemas Label gives films better chances for a long-term career, because it guarantees solid exhibition at art house cinemas."

Europa Cinemas is also present at the Venice Days in Venice. This new independent section of the official selection commanded respect right from the start, when the organisers chose to programme solely European cinema. The jury had a wealth of excellent films to choose from. Some of these, notably the Belgian film *Confituur* and the Danish *Strings*, became the darlings of both festival goers and the press. The Label went to the Austrian film *Darwin's Nightmare*, by Hubert Sauper, which promises to have a successful career across Europe. The exhibitors present at Venice were Georgette Ranucci of the Alcazar in Rome (Italy), Michel Demopoulos of the Olympion in Thessaloniki (Greece), Roman Gutek of the Muranov in Warsaw (Poland) and Matthias Elwardt of the Abaton in Hamburg (Germany).

★ LE DERNIER BERGMAN EN NUMÉRIQUE DANS LES SALLES FRANÇAISES DIGITAL VERSION OF BERGMAN'S LAST FILM TO SHOW IN FRENCH CINEMAS

La nouvelle est tombée le 10 novembre 2004. *Sarabande* d'Ingmar Bergman sortira en France le 15 décembre 2004 exclusivement en numérique. Reprenant les personnages de *Scènes de la vie conjugale*, ce film a été tourné au départ pour la télévision suédoise qui l'a programmé le 1^{er} décembre 2003. Son exploitation en salles et même en festival a toujours été écartée par le cinéaste qui refusait notamment tout transfert en 35 mm. Présenté avec son accord en première mondiale au Festival Premiers Plans d'Angers en janvier 2004, *Sarabande* a bou-

léversé le public. À tel point que Claude-Eric Poiroux, directeur du festival, n'a pas hésité à rédiger un courrier à l'intention du maître suédois pour que celui-ci revienne sur sa décision et autorise l'exploitation du film. La lettre a été signée par de nombreuses personnalités dont Jeanne Moreau et Christophe Girard adjoint à la culture du Maire de Paris. Après plusieurs mois d'attente et de négociations, Rézo Films a enfin obtenu l'aval du cinéaste pour exploiter le film en salles. La seule condition est cependant de projeter le film en numérique pour

respecter l'esprit et la forme de celui-ci. Le distributeur français annonce donc que *Sarabande* sortira dans six salles équipées d'un projecteur numérique dont plusieurs sont membres du réseau Europa Cinemas. Afin de pouvoir faire circuler le film dans l'ensemble du pays, le distributeur prévoit aussi d'effectuer une tournée au premier semestre 2005 avec un projecteur numérique qui sera déplacé tous les 15 jours dans une nouvelle ville. Rézo Films travaille pour l'occasion avec Barco, Digimage, EVS et LVT.



SARABAND

The news broke November 10. *Saraband*, by Ingmar Bergman, will be released in France December 15, 2004, exclusively in digital format. Featuring the characters from *Scenes from a Marriage*, the film was initially shot for Swedish television, which ran it on December 1, 2003. But Bergman refused to have it released for cinemas and festivals, declining even to have it transferred to 35 mm. Finally with the filmmaker's consent it was presented in January 2004 at the European First Films

Festival in Angers, to an enthralled audience. Festival director Claude-Eric Poiroux lost no time in sending a letter to the Swedish master inviting him to reconsider his decision and authorise the film's release. The letter was signed by numerous personalities including Jeanne Moreau and Christophe Girard, Parisian Councillor for Cultural Affairs. After several months of waiting and negotiations, Rézo Films finally obtained Bergman's consent to release the film. The filmmaker's sole proviso was that in order to respect its spirit

and form, the film should be shown only in digital format. The French distributor has now given word that *Saraband* will come out in six digitally-equipped cinemas, several of which are members of Europa Cinemas. To allow circulation throughout France, the distributor plans to have it tour the country in the first three months of 2005 with a digital projector that will be moved to a new city every 15 days. The tour will be carried out in collaboration with Barco, Digimage, EVS and LVT.



★ LE SITE D'EUROPA CINEMAS CHANGE... THE EUROPA CINEMAS SITE IS SET TO CHANGE ...

Une nouvelle version du site est en cours de réalisation à l'occasion de la 9^e Conférence d'Europa Cinemas. Cette refonte répond à un triple objectif : faire du site un espace d'échanges avec les exploitants et entre les exploitants eux-mêmes, accroître la visibilité du réseau, et enfin proposer un contenu varié mis à jour régulièrement.

Europa-cinemas.org : un nouveau visage

La bande annonce d'Europa Cinemas en introduction, une nouvelle charte graphique, une navigation plus aisée... Europa-cinemas.org fait peau neuve!

Europa-cinemas.org : un espace d'échanges

La Member Zone devient l'espace privilégié des exploitants. Une interface plus souple et plus complète leur est proposée : ils pourront y saisir leurs programmations, modifier leurs coordonnées, lire les dernières informations pratiques, échanger avec les autres membres du réseau grâce au forum de discussion, annoncer un événement dans leurs salles...

Europa-cinemas.org : une Trade newsletter et un meilleur outil de communication

Chaque quinzaine, les exploitants recevront par email une revue de presse, mise en ligne en français et en anglais, qui leur apportera des informations sur le cinéma européen, la vie commerciale des films et les salles du réseau. Ils trouveront également des rubriques nouvelles : pour chacun des programmes de soutien, l'internaute pourra trouver une présentation du programme, ses lignes directrices, son dossier de candidature et un lien vers toutes ses salles. La rubrique Communication permettra quant à elle de retrouver sur une même page les logos, la bande annonce d'Europa Cinemas, les informations sur les films ayant reçu le Label Europa Cinemas ainsi que tous les communiqués de presse. Nous proposons également un nouveau mode de navigation plus direct pour trouver une salle, un exploitant, un distributeur, un film.

Enfin, nous publierons régulièrement des informations variées sur le cinéma européen et des interviews d'exploitants et de professionnels européens.

Rendez-vous à la Conférence pour la présentation de cette nouvelle version.



A new version of the site is under construction to mark the 9th Europa Cinemas Conference. Changes have been made with three goals in mind: making the site a forum for exchange with exhibitors and among exhibitors themselves, enhancing network visibility, and providing varied content with regular updates.

Europa-cinemas.org : a new look

The Europa Cinemas trailer on the homepage, a new graphics file and easier navigation... Europa-cinemas.org has an entirely new look!

Europa-cinemas.org : a forum for exchange

The Member Zone is now tailored more closely to exhibitors' needs. The interface is more complete and easier to use. Exhibitors will be able to enter their programming, modify their coordinates, read the latest network information, exchange news with other members through the discussion forum, post upcoming events in their cinemas...

Europa-cinemas.org : a trade newsletter and an improved communication tool

Each fortnight exhibitors will receive a press review available online in French and English that will bring them up to date on European cinema, how films are performing and the cinemas of the network. The site also has new headers: for each support programme users can find a programme presentation, guidelines, an application dossier and a link to the theatres. The Communication header takes you to a page with the logos, the Europa Cinemas trailer, info on films that have received the Europa Cinemas Label and all the press releases. There is also a new, more direct navigation for finding theatres, exhibitors, distributors and films.

Finally, varied information on European cinema and interviews with European exhibitors and professionals will be published regularly on the site.

The new version will be presented during the Conference.

★ JEU OUVRE LES YEUX 2004 : LANCEMENT LE 22 NOVEMBRE

Comme chaque année depuis 1998, Europa Cinemas propose d'associer les salles du réseau MEDIA à l'initiative Netdays qui se déroule du 22 au 27 novembre dans tous les pays de l'Union. Lancée par la Commission européenne, cette opération a pour but d'encourager l'utilisation d'Internet comme outil d'information, de communication et d'éducation, en particulier à l'image. Europa Cinemas organise de nouveau le jeu interactif en ligne « Ouvre les Yeux » sur le cinéma européen, avec le soutien du Ministère français de la Culture. Grâce à l'implication des exploitants du réseau, le jeu avait rencontré l'année dernière une large succès avec 150 000 connexions à travers toute l'Europe.

Disponible en français, anglais, allemand, espagnol et italien, ce jeu est mis en ligne sur le site central du réseau (www.europa-cinemas.org) à partir du 22 novembre 2004 pour plusieurs mois. Le concours sera limité du 22 novembre 2004 au 28 février 2005.

L'édition 2004 se présente comme un parcours pédagogique en 2 parties à travers le cinéma européen et ses cinéastes : une partie découverte « Travelling sur le cinéma européen » et une partie jeu « 11 jeux pour tester tes talents de cinéaste ». De nombreux prix pourront être gagnés : 500 places de cinéma dans les salles du réseau, une caméra numérique, des lecteurs DVD et des appareils photos offerts par notre partenaire officiel, la chaîne de télévision TV5. 320 000 cartes promotionnelles en 5 langues sont mises en place dans les salles du réseau et chez nos partenaires (Ministère français de la Culture, TV5, Commission européenne).



★ THE ONLINE GAME OPEN YOUR EYES 2004 STARTS NOVEMBER 22

Like every year since 1998, Europa Cinemas invites the MEDIA network theatres to participate in the Netdays initiative, which will take place from November 22 - 27 in all countries of the Union. Launched by the European Commission, the event aims to encourage use of the Internet as an information, communication and education tool, particularly with respect to images. Europa Cinemas is once again organising the interactive online game on European cinema with the support of the French Ministry of Culture. Thanks to the involvement of network exhibitors, the game met with a huge success last year with 150,000 hits across Europe.

Available in French, English, German, Spanish and Italian, the game will be available online for several months at the central network site (www.europa-cinemas.org) starting November 22, 2004. Competition will be limited from November 22, 2004 to February 28, 2005.

The 2004 edition is a two-part educational panorama of European cinema and filmmakers. One part, the "Travelling shot of European cinema," focuses on discovery, while the other contains "11 games to test your talent as a filmmaker." Numerous prizes are on offer: 500 tickets to network cinemas, a digital video camera, DVD players and cameras provided by our official partner, the television station TV5. 320,000 promotional cards in 5 languages are being distributed in network cinemas and by our partners (French Ministry of Culture, TV5, European Commission).



MEILLEURE PROGRAMMATION : MURANOV À VARSOVIE (POLOGNE)

BEST PROGRAMMING: MURANOV CINEMA IN WARSAW (POLAND)

Installé au centre-ville dans le quartier du même nom, le Muranov est une véritable institution à Varsovie. Des générations de cinéphiles polonais se sont succédées depuis un demi siècle dans ce haut lieu de la culture cinématographique. Alors que le marché polonais est en pleine mutation avec l'essor fulgurant des multiplexes, surtout à Varsovie où le nombre de salles est passé de 25 en 1999 à 150 en 2004, le Muranov est le symbole même d'une exploitation pérenne qui a su s'adapter. Cette pérennité est à mettre au crédit de son directeur Roman Gutek. Ancien fidèle de la salle, il l'a reprise en 1981 et est devenu un des principaux distributeurs de films européens en Pologne. Le cinéma a été totalement rénové au début des années 90, avec le soutien du ministère de la Culture et du Film Art. Aujourd'hui, le Muranov offre un lieu moderne autour d'un espace central élégant et convivial comprenant librairie, boutique DVD, cafétéria et exposition d'affiches. Deux belles salles de 250 places s'ouvrent de chaque côté du hall, avec tous les équipements techniques dernier cri. Membre d'Europa Cinemas depuis plus de 10 ans, il propose une programmation riche et diversifiée où la curiosité et le plaisir de la découverte semblent être les maîtres-mots. Roman Gutek pose d'ailleurs comme principe de tenir les films le plus longtemps possible.



ROMAN GUTEK

Located in the Muranov district in the heart of the city, the Muranov cinema is a veritable Warsaw institution. For half a century generations of Polish filmgoers have made this bastion of film culture their home. In the rapidly changing Polish market marked by a boom in multiplexes, where the number of auditoria in Warsaw alone went from 25 in 1999 to 150 in 2004, the Muranov has become the very symbol of enduring and adaptable cinema exhibition. Much of the credit for the Muranov's longevity goes to exhibitor Roman Gutek. A former habitué, he took over the cinema in 1981 and has become one of the principal distributors of European films in Poland. The Muranov was given a complete overhaul at the beginning of the 90s, with financial support from the Ministry of Culture and Art. Today it has a modern look, with an elegant and hospitable central atrium boasting a bookshop, DVD boutique, cafeteria and poster displays. Two large theatres with 250 seats are situated at either end of the hall, equipped with the latest technology. A member of Europa Cinemas for over 10 years, the Muranov proposes a rich and diversified programming typified by curiosity and the thrill of new discoveries. One of Roman Gutek's guiding principles is to keep films running as long as possible. As an example he cites Patrice



MURANOV - WARSAW

Il cite comme exemple *Son frère* de Patrice Chéreau, qui est resté plus de deux mois à l'affiche et n'hésite pas non plus à ouvrir ses écrans à un cinéma plus expérimental comme *The Five Obstructions* de Lars Von Trier. Face à la concurrence des multiplexes, le Muranov mise aussi sur la convivialité et la proximité entre artistes et public. Beaucoup de cinéastes ont ainsi participé à des débats dans cette salle. Parmi eux, Agnès Jaoui pour *Le Goût des autres*, Paul Auster pour *Lulu on the Bridge*, Michelangelo Antonioni pour *Par-delà les nuages*, Wim Wenders ou Patrice Chéreau. Bientôt, le Muranov accueillera l'actrice suédoise Harriet Anderson pour la rétrospective consacrée à Ingmar Bergman au cours de laquelle sera présenté son dernier film, *Sarabande*. Sans oublier le cinéaste polonais Andrej Wajda qui a choisi le Muranov pour célébrer ses 50 ans de métier simplement parce qu'il s'agit de son lieu préféré à Varsovie. Le Muranov se distingue aussi par une politique d'animation importante avec de nombreux festivals consacrés au cinéma autrichien, espagnol, italien, latin ou russe et de séances pour le jeune public et les scolaires. Belle preuve du dynamisme d'un cinéma que son directeur souhaiterait transformer en complexe de quatre salles pour mieux accueillir les 130 000 spectateurs annuels et répondre aux nouvelles exigences du marché polonais.

Chéreau's *His Brother*, which ran for more than two months. And Gutek does not hesitate to bill more experimental films like Lars von Trier's *The Five Obstructions*. Faced with competition from the multiplexes, the Muranov trumps with its convivial atmosphere where artists can rub shoulders with their public. Numerous filmmakers have taken part in discussions within the cinema's walls. Among them figure Agnès Jaoui with *The Taste of Others*, Paul Auster with *Lulu on the Bridge*, Michelangelo Antonioni with *Beyond the Clouds*, as well as Wim Wenders and Patrice Chéreau. In the days to come the Muranov will welcome Swedish actress Harriet Andersson for an Ingmar Bergman retrospective during which Bergman's last film *Saraband* will be shown. Polish filmmaker Andrej Wajda also chose the Muranov to celebrate the 50th anniversary of his filmmaking career – the cinema is his favourite place in Warsaw. The Muranov also stands out for its events programme, with numerous festivals dedicated to Austrian, Spanish, Italian, Latin American and Russian cinema, and special screenings for young audiences and school groups. A dynamic record for a cinema whose director plans to transform it into a four-theatre complex in response to the changing Polish market, so as to provide an even better welcome to the 130,000 annual visitors.

MEILLEUR JEUNE PUBLIC : MOVIEZONE (PAYS-BAS)

BEST YOUNG AUDIENCE INITIATIVE: MOVIEZONE (NETHERLANDS)

Quoi de plus naturel de vouloir inciter le jeune public à découvrir le cinéma d'auteur ? C'est d'ailleurs l'objectif du programme Moviezone qui fédère aujourd'hui 35 salles à travers les Pays-Bas. L'initiative est à mettre au crédit de Henk Camping qui exploite la salle T'Hoogt à Utrecht. Pour cet exploitant, il était devenu primordial d'ouvrir sa clientèle au jeune public pour assurer la continuité de son travail. « Je me suis demandé pourquoi les jeunes n'allaient pas naturellement dans les salles art et essai. La réponse a été facile à trouver : peut-être parce qu'ils ne connaissaient pas autre chose que le cinéma commercial ». Pour lui, il était donc évident que les exploitants devaient communiquer sur leurs films auprès des jeunes s'ils voulaient les décider à venir. L'idée lui est d'abord venue d'un ciné-club pour les adolescents qui proposerait un tarif attractif. « Le prix est déterminant pour que le jeune public prenne des risques en terme de choix des films » explique Henk Camping. En 1996, il contacte quelques collègues et leur fait partager ses observations. Ensemble, ils créent le programme Moviezone. Le principe était alors simple : chaque salle propose le vendredi après-midi une séance à 3 € pour le jeune public, cette



HENK CAMPING

séance étant aussi ouverte aux autres spectateurs. Quelque temps plus tard, ce sont 19 salles qui s'associent à l'initiative. Aujourd'hui elles sont 35, réunies en réseau, à mettre en commun des moyens financiers et des initiatives qui, de septembre à juin, présentent des films destinés aux jeunes spectateurs et qui tournent dans tout le pays. Chaque film est présenté pendant deux semaines au même endroit. Au total, 20 films sont montrés pendant une saison. Quelques titres parmi les plus récents : *In This World* de Michael Winterbottom, *Good bye Lenin!* de Wolfgang Becker ou *Noi Albinoi* de Dagur Kári. Chaque séance est précédée par un court métrage, le plus souvent d'animation, choisi en collaboration avec le Holland Animation Film Festival. Ainsi, Moviezone est devenu un rendez-vous important dans la vie des salles art et essai hollandaises. Celles-ci profitent de l'occasion pour sensibiliser aussi les scolaires. Le programme est ainsi communiqué aux écoles et des séances peuvent être organisées à leur intention. L'objectif est donc atteint et « les salles se sont ouvertes au jeune public » comme le dit si bien Henk Camping.

What is more natural than wanting to help young people to discover cinema d'auteur? That is the aim of the Moviezone programme, which today comprises 35 theatres across the Netherlands. Credit for the initiative goes to Henk Camping, who runs the T'Hoogt cinema in Utrecht. For him, ensuring future audiences meant making a concerted effort to expand his public to include young people. "I started wondering why young people didn't go to art house cinemas on their own. The answer was not long in coming: maybe commercial cinema is all they know." For Camping it was clear that to get young people to see art house films, exhibitors would have to make them more appealing. First he got the idea of starting up a cine-club for adolescents and offering attractive prices. "The key to getting young people to risk seeing new films is the price," Camping explains. In 1996 he contacted several colleagues and let them in on his plan. Together they created the Moviezone programme. The idea was simple: on Friday afternoons the theatres would screen films open to the



general public, but young people would pay just € 3. Not long afterwards the initiative counted 19 theatres. Today it has expanded to a network of 35 theatres that share financial support and initiatives for presenting films to young audiences. The movies tour the country from September to June. Each film is presented in the same cinema for two weeks. In all, 20 films are shown per season. Some of the latest titles were *In this World* by Michael Winterbottom, *Goodbye Lenin!* by Wolfgang Becker and *Noi the Albino* by Dagur Kári. Short films are shown before each screening. For the most part these are animation films chosen in association with the Holland Animation Film Festival. In this way, Moviezone has become a key player in the Dutch art house scene. Art house cinemas also use the programme to bring their films to school children. Schools receive the programme and can set up special screenings for their classes. Moviezone has achieved its goal, and as Henk Camping aptly puts it, "the cinemas have opened their doors to young audiences."

MEILLEUR ENTREPRENEUR : TONY JONES ET LYN GOLEBY, CITY SCREEN (ROYAUME-UNI)

BEST ENTREPRENEUR: TONY JONES AND LYN GOLEBY, CITY SCREEN (UNITED KINGDOM)

City Screen est parvenu à se forger une place à part dans le paysage cinématographique britannique. Présent dans 16 villes en Angleterre et deux en Écosse, il représente 18 cinémas et 46 écrans. Le circuit a été créé en 1989 par Lyn Goleby et Tony Jones qui travaillaient alors au Picture House de Cambridge. « Cette salle a toujours été une des plus performantes d'Angleterre » précise Tony Jones. Fort de ce succès et malgré la crise qui frappait le cinéma anglais ils ont commencé à développer le circuit à travers tout le Royaume-Uni. Aujourd'hui, City Screen propose à la fois des films commerciaux et des films art et essai. Certains sites sont d'ailleurs exclusivement consacrés au cinéma d'auteur dont le Picture House de Cambridge qui se distingue toujours par une fréquentation élevée. Restructuré en un complexe de trois salles en 1999, le cinéma a réalisé un million d'entrées en cinq ans. Plus d'une douzaine de films sont à l'affiche chaque semaine. Tony Jones précise d'ailleurs que le Picture House est parfois le seul cinéma en-dehors de Londres à sortir des films d'auteurs en première exclusivité comme ce fut le cas ce mois-ci avec *Buongiorno, Notte* de Marco Bellocchio. Prompt à présenter des œuvres différentes et à favoriser la diffusion du cinéma euro-



TONY JONES

LYN GOLEBY



PICTURE HOUSE - CAMBRIDGE

City Screen has carved out a place for itself in the British cinema landscape. Present in 16 cities in England and two in Scotland, its 18 cinemas house 46 screens. The circuit was created in 1989 by Lyn Goleby and Tony Jones, who were working at the time at the Picture House in Cambridge. "This theatre has always been one of the most successful in England," says Tony Jones. On the strength of this success, and notwithstanding the crisis in English cinema at the time, they started to build up the circuit across the United Kingdom. Today City Screen presents both commercial and art house films. Indeed, certain of their cinemas are dedicated exclusively to cinema d'auteur, such as the Picture House in Cambridge, which still boasts large audiences. Restructured to house three auditoria in 1999, the cinema has had admissions of one million in the last five years, programming more than a dozen films per week. Tony Jones points out that the Picture House is sometimes the only cinema outside London to have exclusive premières of films d'auteurs, as it did this month with *Good Morning, Night* by Marco Bellocchio. Eager to present different films and give a prominent place to

peén, City Screen participe depuis deux semaines au programme CinemaNet Europe dont la vocation est la diffusion de documentaires en numérique. Lyn Goleby et Tony Jones assurent aussi la programmation de deux complexes londoniens très réputés : le Curzon Mayfair (2 écrans) et le Curzon Soho (3 écrans). Celui-ci s'est imposé au cours des dernières années comme une véritable référence pour le cinéma d'auteur dans la capitale anglaise alors qu'il n'était pas voué à ce type de programmes lors de sa création. Cette salle alors unique avec 650 places au cœur de Londres proposait essentiellement des productions américaines et parfois anglaises comme ses concurrents de Leicester Square. En 1998, elle est entièrement transformée et divisée en trois (250, 130 et 120 places). Tony Jones est appelé alors à la programmer. Six ans plus tard, le Curzon Soho est devenu un cinéma art et essai incontournable à l'ambiance conviviale grâce à un large espace de restauration ouvert sur la rue. Aujourd'hui, Tony Jones se félicite du Prix Europa Cinemas qui va récompenser le travail de City Screen. Pour lui, « il s'agit d'une véritable reconnaissance de notre engagement envers le cinéma européen dans un pays à forte domination américaine ».

European cinema, City Screen has participated for the last two weeks in the CinemaNet Europe programme, aimed at releasing digital versions of documentaries. Lyn Goleby and Tony Jones also do programming for two reputed London complexes, the Curzon Mayfair (2 screens) and the Curzon Soho (3 screens). Although not meant as a venue for cinema d'auteur when it started up, in recent years the Curzon Soho has become a major address for art house film in London. Initially a unique theatre with 650 seats in the heart of London, like its competitors on Leicester Square it ran American and occasional-ly English films. In 1998 it was entirely transformed and divided into three theatres (250, 130 and 120 seats). Tony Jones was then invited to take over programming. Six years later the Curzon Soho has become an art house institution with a warm atmosphere provided by a large restaurant front opening onto the street. Tony Jones is happy about winning the Europa Cinemas Prize awarded to City Screen for its ongoing work. For him, "this is a real recognition of our commitment to European cinema in a country largely dominated by American productions."



9^{ÈME} CONFÉRENCE ANNUELLE EUROPA CINEMAS DU JEUDI 25 AU DIMANCHE 28 NOVEMBRE 2004 – PARIS - HOTEL SOFITEL RIVE GAUCHE

9TH ANNUAL EUROPA CINEMAS CONFERENCE THURSDAY 25 – SUNDAY 28 NOVEMBER 2004 – PARIS - HOTEL SOFITEL RIVE GAUCHE

TRADUCTION SIMULTANÉE : ALLEMAND - ANGLAIS - FRANÇAIS - ESPAGNOL - ITALIEN
(SESSIONS 1 - 2 - 4) ET ANGLAIS - FRANÇAIS (SESSION 3 - ATELIERS)

JEUDI 25 NOVEMBRE 2004

A partir de 15h00 : PROJECTION DE 9 FILMS EUROPÉENS ET MÉDITERRANÉENS
EN AVANT-PREMIÈRE (CINÉMA L'ENTREPÔT)

- 15h00 – Salle 1: *Seres queridos* de Dominic Harari & Teresa de Pelegri, 89' /
Salle 2: *Nine Songs* Michael Winterbottom, 71' /
Salle 3: *Confituur* de Lieven Debrauwer, 90'
- 17h30 – Salle 1: *Maarek Hob - Dans les Champs de bataille* de Danielle Arbid, 90' /
Salle 2: *Politiki Kouzina* de Tassos Boulmetis, 108' /
Salle 3: *Melancholia Kolme Huonetta* de Pirjo Honkasalo, 106'
- 20h00 – Salle 1: *Darwin's Nightmare* de Hubert Sauper, 107' /
Salle 2: *Rois et Reine* d'Arnaud Desplechin, 150' /
Salle 3: *Agnes und seine Brüder* de Oskar Roehler, 115'

VENDREDI 26 NOVEMBRE 2004

9h30-10h00 INAUGURATION DE LA CONFÉRENCE

10h00-13h30 **SESSION I.**
LE CINÉMA EUROPÉEN : TROP DE FILMS ? PAS ASSEZ D'ÉCRANS ?

- Etude sur les films européens produits et distribués en Europe.
- Y a-t-il une coordination suffisante entre distributeurs et exploitants pour les sorties de films ?
- Impact des sorties massives de copies sur la programmation des films européens.
- Y a-t-il un public pour tous les films européens ?

15h00-18h30 **SESSION II.**
QUELLES RÉPONSES DES EXPLOITANTS FACE À L'OFFRE EUROPÉENNE ?

- Faut-il investir dans de nouvelles salles et de nouveaux écrans ?
- Faut-il spécialiser des salles ? Y a-t-il des synergies entre tous les types d'exploitation ?
- Le cinéma numérique offrira-t-il de nouvelles opportunités pour le cinéma européen ?
- Quels moyens pour ces nouveaux investissements ? Rôles des investisseurs privés et des pouvoirs publics.

19h30 RÉCEPTION-DINER

21h45 REMISE DES PRIX EUROPA CINEMAS
AVANT-PREMIÈRE : *LES TEMPS QUI CHANGENT* d'André Téchiné

SAMEDI 27 NOVEMBRE 2004

9h30-16h30 **SESSION III. AU CHOIX, 2 ATELIERS :**

A1 : DISTRIBUTEURS ET EXPLOITANTS DANS LA TRANSITION VERS LE NUMÉRIQUE

- Bilan d'étape de projets-pilote nationaux et européens.
- Répartition des investissements et évolution des liens entre distributeurs et exploitants (Modèles financiers).
- 35MM / Cinéma numérique : Comment gérer la transition ? Equipement des salles, formation des personnels.
- Résolution de l'image, définition des formats, supports de diffusion des films : Où en est-on ?

**A2 : COMMENT INITIER LE JEUNE PUBLIC AUX GENRES
ET AUX LANGAGES CINÉMATOGRAPHIQUES ?**

- Rôles des exploitants et des enseignants dans l'initiation des jeunes au cinéma.
- Comment développer la cinéphilie des jeunes dans les salles de cinéma et à l'école ?
- Comment aborder le documentaire et le patrimoine ?
- Comment orienter les jeunes vers la diversité du cinéma européen ?

DIMANCHE 28 NOVEMBRE 2004

9h30-11h00 Présentation de trailers de films européens et méditerranéens.

11h00-11h30 CONCLUSIONS DES ATELIERS

11h30-13h30 **SESSION IV. EUROPA CINEMAS : ÉCHÉANCES ET PERSPECTIVES**

- MEDIA Plus : Perspectives 2005/2006 et au delà.
- Elargissement du réseau aux pays hors MEDIA.
- Bilan d'Euromed Audiovisuel I.
- Informations diverses.

13h30-14h30 Déjeuner (Hôtel). Fin de la Conférence.

© Europa Cinemas 2004

SIMULTANEOUS INTERPRETATION: GERMAN – ENGLISH – FRENCH – SPANISH – ITALIAN
(SESSIONS 1 – 2 – 4) AND ENGLISH – FRENCH (SESSION 3 – WORKSHOPS)

THURSDAY 25 NOVEMBER 2004

Starting at 15:00: PREVIEW SCREENINGS OF EUROPEAN AND MEDITERRANEAN FILMS
(CINEMA L'ENTREPÔT)

- 15h00 – Screen 1: *Only Human* by Dominic Harari & Teresa de Pelegri, 89'
Screen 2: *Nine Songs* by Michael Winterbottom, 71'
Screen 3: *Sweet Jam* by Lieven Debrauwer, 90'
- 17h30 – Screen 1: *In the Battlefields* by Danielle Arbid, 90'
Screen 2: *A touch of Spice* by Tassos Boulmetis, 108'
Screen 3: *The Three Rooms of Melancholia* by Pirjo Honkasalo 106'
- 20h00 – Screen 1: *Darwin's Nightmare* by Hubert Sauper, 107'
Screen 2: *Rois et Reine* d'Arnaud Desplechin, 150'
Screen 3: *Agnes and his Brothers* by Oskar Roehler, 115'

FRIDAY 26 NOVEMBER 2004

9:30-10:00 OPENING OF THE CONFERENCE

10:00-13:30 **SESSION I.**
EUROPEAN CINEMA: TOO MANY FILMS? NOT ENOUGH SCREENS?

- Study on European films produced and distributed in Europe.
- Is there sufficient coordination between distributors and exhibitors for film releases?
- Impact of massive copy releases on the programming of European films.
- Are there audiences for all the European films?

15:00-18:30 **SESSION II.**
HOW CAN EXHIBITORS RESPOND TO THE OFFER OF EUROPEAN FILMS?

- Investments in new theatres and screens?
- By specialising theatres? Are there cooperations between all types of exhibition?
- Does digital cinema provide new opportunities for European cinema?
- Which sources for these new investments? The role of private investors and public funding.

19:30 RECEPTION-DINNER

21:45 CONFERRING OF EUROPA CINEMAS AWARDS
PREVIEW: *LES TEMPS QUI CHANGENT* by André Téchiné

SATURDAY 27 NOVEMBER 2004

9:30-16:30 **SESSION III. CHOICE OF 2 WORKSHOPS:**

A1: DISTRIBUTORS AND EXHIBITORS IN THE TRANSITION TO DIGITAL TECHNOLOGY

- Review and assessment of national and European pilot projects.
- Repartition of investments and evolution of ties between distributors and exhibitors (financial models).
- 35mm / digital cinema: How to make the transition? Equipping theatres, training staff.
- Image resolution, format definition, film distribution support: how far have we come?

**A2: HOW TO INTRODUCE YOUNG AUDIENCES
TO CINEMATOGRAPHIC GENRES AND LANGUAGES?**

- The role of exhibitors and teachers in initiating young people to the cinema.
- How to develop young people's taste for cinema in theatres and schools?
- How to approach documentaries and the film heritage?
- How to open up young audiences to the diversity of European cinema?

SUNDAY 28 NOVEMBER 2004

9:30-11:00 Presentation of European and Mediterranean film trailers.

11:00-11:30 WORKSHOP CONCLUSIONS

11:30-13:30 **SESSION IV. EUROPA CINEMAS: APPRAISALS AND PERSPECTIVES**

- MEDIA Plus: Perspectives for 2005/2006 and beyond.
- Enlargement of the network to countries outside MEDIA.
- Assessment of Euromed Audiovisual I.
- Diverse announcements.

13:30-14:30 Lunch (Hotel). End of the conference.

© Europa Cinemas 2004

EUROPA CINEMAS IS A NETWORK OF FILM THEATRES SUPPORTED BY

