



**15th ANNUAL EUROPA CINEMAS CONFERENCE  
(18-21 NOVEMBER 2010, PARIS)**  
*Press Review*

---

**15e CONFERENCE ANNUELLE EUROPA CINEMAS  
(18-21 NOVEMBRE 2010, PARIS)**  
*Revue de presse*

---

**Cineuropa.org (Bilingual - English / French)**  
**Filmneweurope.com (English)**  
**Ecran Total (French)**  
**Le Film Français (French)**

## **Interview with Olivier Bomsel • Economist** **"Language barriers shouldn't be underestimated"**

At Europa Cinemas annual conference, held in Paris from November 18-21, economist **Olivier Bomsel** offered a few avenues for thinking about digital, movie theatres and Europe. Below are some selected extracts.

### **Will digital change the function of movie theatres?**

Olivier Bomsel: What may change is that digital will erase the specificity of films and enable theatres to screen other content. Plans by major exhibitor groups to show opera in theatres poses a fundamental problem for the identity of cinema. For theatres have a symbolic significance: they transform a file, a scene, a message into a work of art. The fact that these churches dedicated to a single cult, that of cinema, are opening up to other cults poses a problem for coexistence. For the competition between cinema and other forms of narrative is very intense. For example, young audiences have access to fictional works on television. Will movie theatres be tempted to show series?

As the first communication system combining private correspondence and publication, the Internet has given rise to new and hybrid forms. We've thus forgotten the great symbolic power of publication. We've heard that everyone can be an author, a creator. However, when you address an anonymous audience, you ought to get approval from a certain number of parties. It's not just about filtering and selection, but also authorisation. Movie theatres authorise the film, identify its director as a director. And at a time when everyone can make images, this function is crucial. For a teenager, going out of the house is a meaningful act and going to the cinema is a powerful act which has a completely different dimension to chatting on Facebook.

### **How can theatres retain this mission of giving a seal of approval to films?**

Viewers buy an experience whose principle is that you only measure its usefulness after consumption. Distributing experiences means constantly running the risk of engendering disappointment. Editorialising means building a relationship of trust with viewers by enabling them to assess their risk as well as possible, to best understand the movie theatre's editorial policy. It's about becoming an approved label, like a collection of books or a wine appellation. The proposed film must be consistent with the proposed policy.

### **Are Europe and its diversity adapted to the digital economy?**

Large, single-language countries have enormous comparative advantages because their market is bigger and as their successes are greater, they can take more risks in production. They can create powerful brands: the whole star system stems from this and helps reduce consumers' risks. The European Union is made up of 27 countries and 23 languages: this is a major economic handicap not only because of the size of the markets, but also because of the cost of adapting products from one country to another. Europe was built on the idea of a unified market to produce economies of scale. But European civil servants have difficulty understanding that there are no economies of scale for the media market and that, on the contrary, strengthening this market requires considerable investment.

Digital euphoria gave the impression that experiences could circulate. However, an industry that is structurally handicapped in international competition should have an industrial policy up to the job. We need to train a generation of viewers to watch films in their original version to avoid adaptation costs. For digital helps the flow of circulation, but language barriers shouldn't be underestimated. And if we don't prove capable of interesting European consumers in a Swedish actor, for example, there will be big problems.

## **Interview avec Olivier Bomsel • Economiste**

### **"Les barrières linguistiques ne doivent pas être sous-estimées"**

Lors de la **conférence annuelle d'Europa Cinemas, organisée à Paris du 18 au 21 novembre**, l'économiste Olivier Bomsel a livré quelques pistes de réflexion sur le numérique, la salle de cinéma et l'Europe. Morceaux choisis

#### **Le numérique va-t-il changer la nature de la salle ?**

Olivier Bomsel : Ce qui peut changer, c'est que le numérique gomme la singularité des films et permette aux salles de projeter d'autres contenus. Les projets de grands groupes d'exploitation de diffuser de l'opéra en salle posent un problème de fond sur l'identité du cinéma. Car la salle a une portée symbolique : elle transforme en œuvre un fichier, une séquence, un message. Le fait que ces églises dédiées à un seul culte, le cinéma, s'ouvrent à d'autres cultes pose un problème de coexistence. Car la concurrence du cinéma avec d'autres formes de narration est très intense. Par exemple, le jeune public accède à la fiction via le petit écran. Les salles seront-elles tentées de diffuser des séries ? En étant le premier système de communication mêlant correspondance privée et publication, Internet a fait surgir des formes nouvelles et hybrides. On en a oublié la puissance symbolique considérable de la publication. On a entendu que tout le monde pouvait être auteur, créateur. Or, quand on s'adresse à un public anonyme, on doit être adoubé par un certain nombre de portes. Il ne s'agit pas simplement de filtre et de sélection, mais aussi d'autorisation. La salle autorise le film, nomme auteur son auteur. Et à un moment où tout le monde peut faire des images, cette fonction est capitale. Sortir de chez soi pour un adolescent est un acte signifiant et aller au cinéma est un acte fort qui a une tout autre dimension que de faire du chat sur Facebook.

#### **Comment la salle peut-elle conserver cette mission de labelliser les films ?**

Le spectateur achète une expérience dont le principe est qu'on ne mesure son utilité qu'après l'avoir consommée. Distribuer des expériences, c'est en permanence se confronter au risque de fabriquer de la déception. Editorialiser, c'est établir un rapport de confiance avec le spectateur en lui permettant d'évaluer au mieux possible son risque, de comprendre au mieux la ligne éditoriale de la salle. Il s'agit de devenir un label comme une collection dans l'édition ou une appellation de vin. Le film proposé doit être cohérent avec la ligne proposée

#### **L'Europe et sa diversité sont-elles adaptées à l'économie numérique ?**

Les grands pays de langue unique ont des avantages comparatifs gigantesques car leur marché est plus vaste et comme leur succès sont plus importants, ils peuvent prendre davantage de risques dans la fabrication. Ils ont la possibilité de fabriquer des marques puissantes : tout le star system en résulte et contribue à réduire le risque des consommateurs. L'Union Européenne, c'est 27 pays et 23 langues : un handicap économique majeur non seulement en raison de la taille des marchés, mais aussi à cause du coût d'adaptation du produit d'un pays à l'autre. L'Europe s'est construite sur l'idée d'un marché unifié pour faire des économies d'échelles. Mais les fonctionnaires européens ont du mal à comprendre qu'il n'y a pas d'économies d'échelle pour le marché des médias et qu'au contraire, le consolider nécessite des investissements considérables. L'euphorie numérique a laissé croire que les expériences pourraient circuler. Or une industrie structurellement handicapée dans la concurrence internationale doit bénéficier d'une politique industrielle à la hauteur. Il faudrait former une génération de spectateurs à voir les films en version originale pour éviter les coûts d'adaptation. Car le numérique permet de fluidifier la circulation, mais les barrières linguistiques ne doivent pas être sous-estimées. Et si l'on ne se révèle pas capable d'intéresser les consommateurs européens à un acteur suédois par exemple, il y aura de gros problèmes.

## Concerns within the independent sector

At the end of its annual conference, held in Paris from November 18-21, the Europa Cinemas network drew contrasting conclusions from the debates (see news and interview with economist Olivier Bomsel). Focusing on digital equipment, new trends in audience behaviour and the diversification of movie theatres' activity (especially with regard to the Internet generation), the discussions highlighted a multitude of social media initiatives undertaken by exhibitors, but they also revealed several concerns within the independent sector.

According to Europa Cinemas, "the economic crisis is manifesting itself in several European countries as grim cuts in their cultural and audiovisual budgets. This situation poses a threat to theatres that take risks with their programming. Even more serious is the situation faced by independent exhibitors who, operating on many small markets, receive neither contributions from distributors nor public funding towards digital. Evidently, these theatres will not have the financial means to carry out the transition and will close, striking a damaging blow to the circulation of European film". According to estimates, between 5,000-6,000 theatres in Europe will find themselves in this situation.

Conference participants were also interested to find out about the situation in France where a law controls the market and where the National Film and Moving Image Centre (CNC) has implemented a mechanism to redress any inequalities of access to VPF (Virtual Print Fee). The final press release points out: "To date, no other country has put in place such a device".

Finally, the **2010 Europa Cinemas Awards** went to **Skalvijos Kino Centras** (Vilnius – Lithuania) in the Best Programming category, to **Kinodvor** (Ljubljana – Slovenia) for Best Young Audience Activities and to **Watershed** (Bristol – United Kingdom) for Best Entrepreneur.

## Inquiétudes dans la filière indépendante

Au terme de sa conférence annuelle organisée à Paris du 18 au 21 novembre, le réseau de salles Europa Cinemas a tiré un bilan contrasté des débats (lire aussi l'article et l'interview de l'économiste Olivier Bomsel). Centrées sur l'équipement numérique, les nouvelles pratiques des spectateurs et la diversification des activités des salles (en particulier en direction de la génération Internet), les discussions ont notamment mis en lumière une multitude d'initiatives des exploitants dans le domaine des médias sociaux, mais elles ont aussi dévoilé plusieurs inquiétudes dans la filière indépendante.

Selon Europa Cinemas, "la crise économique se traduit dans plusieurs pays d'Europe par des coupes sombres dans les budgets culturels et audiovisuels. Cette situation menace les salles qui prennent des risques de programmation. Plus grave encore est la situation d'exploitants indépendants qui, sur de nombreux petits marchés, n'obtiennent ni contribution numérique des distributeurs, ni soutien public. De toute évidence, ces salles n'auront pas les moyens d'affronter la transition et fermeront leurs portes, affaiblissant d'autant la diffusion du cinéma européen". Selon une estimation, 5000 à 6000 salles en Europe seraient dans ce cas.

Les participants à la conférence ont également pris connaissance avec intérêt de la situation de la France où une loi encadre le marché et où le Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC) a mis en œuvre un mécanisme correcteur des inégalités d'accès aux VPF (Virtual Print Fee). "Aucun autre pays à ce jour n'a mis en place pareil dispositif" souligne le communiqué final.

A noter enfin que les **Prix Europas Cinemas 2010** ont été décernés au **Skalvijos Kino Centras** (Vilnius - Lituanie) dans la catégorie Meilleure programmation, au **Kinodvor** (Ljubljana - Slovénie) pour la Meilleure action Jeune Public et au **Watershed** (Bristol - Royaume-Uni) désigné Meilleur Entrepreneur.



Filmneweurope.com

**November 22, 2010**

By Anna Franklin

## **FNE at Europa Cinemas: Conference Highlights Problems of Digitalization of Cinemas**

**PARIS: The 15th Europa Cinemas Network Conference held in Paris from 18 to 21 November brought together over 700 cinema operators, distributors and other professionals working with independent film theatres and European films.**

One of the most hotly debated topics was the digitalization of European cinemas and whether this would increase or decrease the opportunities for the distribution of European films and for independent cinema operators. With independent cinema operators already facing severe problems because of austerity measures and cuts to subsidies implemented by governments across Europe digitalization looks set to leave some cinemas out in the cold.

Despite austerity measures most European governments have pumped millions of Euros into schemes to pay for the 70 000 euros per screen price tag for converting cinemas to the new 2K or higher digital standard. Independent cinema operators and European producers hope the new technology will result in more opportunities for independent and European films. But according to research carried out by the UK Film Council so far the digitalization has cut costs for multiplexes distributing blockbusters but has actually increased costs for the distribution of small releases of art house titles in the UK.

The main point that conference attendees agreed on was that digitalization was now a reality that would sweep across Europe whether or not cinemas were ready to embrace the new technologies. Claude-Eric Poiroux, General Director of the Europa Cinemas Network, speaking to FNE said: "In five years, maybe less, digitalization will be the norm. Independent cinemas which are not digitalized will find themselves without prints to screen. Independent cinema operators must be vocal in lobbying their governments for funding to convert to digital. We must make the ministries of culture aware that these cinemas will be lost if their governments do not support their digitalization."

Europa Cinemas Network is working to make governments aware of the crisis and give a voice to independent film theatre owners. But unfortunately with many countries like Hungary where cinema operators are struggling just to survive the possibility to invest in digitalization is remote. In 2010 Hungary subsidized the digitalization of four art house cinemas to 2K while most multiplexes in Hungary already have at least one digitalized screen. The government has said it will commit about 400 000 Euros in its 2011 budget to the further digitalization of art house cinemas and the Association of Hungarian Art House Cinemas has written an open letter to the government calling on them to support digitalization of independent cinemas in Hungary.

But digitalization does not always bring the positive benefits operators expect. In the Czech Republic where 100 cinemas have now been digitalized but without any legislation in place to protect the distribution of European or independent cinema the situation has actually gotten worse. Most cinema operators have used the upgraded equipment to screen blockbusters sooner and generate higher profits. This especially applies to 3D titles. As no Czech films and most European films are not produced in 3D cinema operators are even less likely to screen these titles than before digitalization.

Filmneweurope.com

**November 22, 2010**

By Anna Franklin

## **FNE at Europa Cinemas: Conference Awards Lithuanian and Slovenian Cinemas**

PARIS: The 15th Europa Cinemas Network Conference held in Paris from 18 to 21 November awarded three independent cinemas for excellence including one from Lithuania and one from Slovenia.

The Europa Cinemas award for Best Programming went to the Skalvijos Kino Centras in Vilnius managed by Vilma Levickaite. The one screen, 88 seat cinema has been a member of the Europa Cinemas Network since 1997. The cinema especially targets young people and young families and screens European and art house fare. As there is no national funding strategy to support art house programming local distributors have stopped acquiring art house films and cinemas like Skalvijos often have to also distribute films to be able to programme their cinema.

The Best Young Audience Activities award went to the Kinodvor cinema in Ljubljana. The cinema has been a member of the Europa Cinemas Network since 2004 and has focused on developing young audiences with educational programmes aimed at schools.

The third award for Entrepreneur of the Year went to the Watershed Media Centre in Bristol UK.

DISTRIBUTION

# Record d'affluence pour Europa Cinemas

Le financement du numérique était au cœur de la 15<sup>e</sup> Convention Europa Cinemas, qui s'est tenue à Paris la semaine dernière.

**A**vec 740 professionnels venus d'Europe, d'Amérique du Sud et d'Asie, la 15<sup>e</sup> Convention Europa Cinemas, organisée à Paris du 18 au 20 novembre, inaugurée par un discours de Frédéric Mitterrand, ministre de la Culture et de la Communication, a battu des records d'affluence. Europa Cinemas, présidé par Claude Miller et dirigé par Claude-Eric Poiroux, exploitant art et essai à Angers, regroupe 1 005 salles européennes, soit 2 778 écrans dans 68 pays du monde. Il est soutenu par le programme Media.

## L'enjeu des VPF

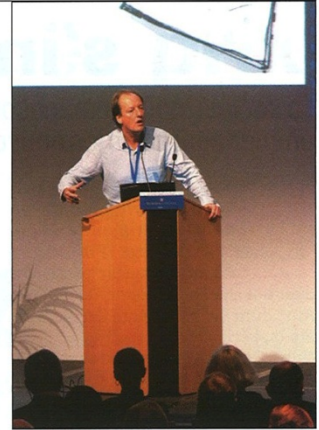
La journée consacrée à la numérisation des salles et à l'utilisation des nouvelles technologies pour renouveler le public des cinémas a fait salle comble. Un triste constat n'a pu être évité : une grande partie des exploitants, notamment en Europe de l'Est, ne sait comment financer ce nouveau matériel. Allemands et Espagnols ont remis en cause le standard 2K, certaines marques proposant un équipement compatible 2K au prix imbattable de 15 000 €. Est-ce un combat d'arrière-garde ou une voie pour les exploitations les plus fragiles ? Aviva Silver, responsable du programme Media, a souligné que, tant

que ce débat subsistait, la commission européenne ne pouvait le clore.

La France a le réseau de salles le plus numérisé d'Europe, devant le Royaume-Uni (1 350 écrans). Dans tous les pays où la révolution numérique est lancée, l'un des débats les plus épineux tient dans la contribution numérique (VPF), qui doit être inférieure, pour le distributeur, au prix d'une copie 35 mm. Selon Peter Buckingham, de l'UK Film Council, il ne devrait pas dépasser 430 £, soit 500 €. Jean Mizrahi, dirigeant d'Ymagis, a bien précisé que parler du coût du 35 mm tient compte de la boîte, les chutes, l'élimination des déchets, le sous-titrage, etc. Si l'on pose le mètre de copie 35 mm à 25 centimes d'euros, et que l'on estime à 2 700 m la longueur d'un film d'une heure et demie, le distributeur paiera 675 € le tirage de sa copie 35 mm.

A l'heure actuelle, le prix du VPF oscillerait plus entre 600 € (prix public d'Ymagis) et 500 €. En France, le comité interprofessionnel mis en place par la loi devrait publier avant la fin de l'année ses recommandations ; sans toutefois figer cette contribution numérique. Afin que ce système puisse fonctionner, correctement il faudra que le delta différentiel entre la contribution la plus haute et la plus basse ne soit pas trop importante.

In fine, les distributeurs vont réaliser plus rapidement des économies s'ils contribuent plus vite au paiement de ces équipements. Pour preuve, les distributeurs américains, alors qu'ils doivent avoir des tarifs de tirage en 35 mm bien plus intéressants, ne rechignent pas à verser les VPF, bien conscients que plus vite le matériel sera payé, plus vite ils engrangeront des économies substantielles ! ■■ Emma Deleva



Pour Peter Buckingham, de UK Film Council, le prix d'un VPF ne devrait pas dépasser 500 €.

## ÉTAT DES LIEUX DE L'OBSERVATOIRE DU DÉPLOIEMENT NUMÉRIQUE

La Ficam et CN Films proposent un état des lieux du déploiement numérique. Baisse du 35 mm – 66 % des projets entre janvier et septembre 2010 contre 69 % en 2009 et 74 % en 2008 –, confirmation de la percée des caméras numériques – 12 % des projets pour la même période – et apparition des appareils photo numériques (APN) – 4 % des projets – sont parmi les tendances les plus fortes. 92 % des postproductions ont été réalisées en numérique, en format 2K et 4K majoritairement (72 % de la postproduction). La HD représente 609 semaines de tournage sur la période, soit 64 %.

La base de données de CN Films, Cinego.net (<http://www.cinego.net/basedesalles>) annonce 1 595 salles équipées en France au 30 octobre 2010, soit 29 % des écrans actifs. Malgré tout, une disparité existe entre les salles de réseaux (53 % équipées) et les salles indépendantes (17 % équipées). 86 % de ces 1 595 salles peuvent projeter en 3D relief. Les salles de réseaux privilégient le 3D passif (80 % des salles 3D) contrairement aux salles indépendantes, qui optent davantage pour le 3D actif (87 %). Depuis début 2010, la Ficam suit l'évolution de la distribution des films en numérique via un panel représentatif de 14 distributeurs. La part de copies numériques est passé à 21 % au 3<sup>e</sup> trimestre pour tous les films distribués et à 26 % pour les films disponibles en numérique. 3 % de copies numériques émanent des petits indépendants. Les indépendants "moyens" suivent le rythme des studios américains, qui distribuent 28 % de copies numériques.

Le Film Français  
26 novembre 2010  
Par Anthony Bobeau



Aviva Silver, chef de l'unité du programme Media à Bruxelles, Claude Miller et Claude-Éric Poiroux, respectivement président et délégué général d'Europa Cinemas.

# EUROPE Les cinémas indépendants inégaux face au numérique

La 15<sup>e</sup> conférence Europa Cinemas, qui s'est déroulée à Paris du 18 au 21 novembre, a mis en évidence les inégalités face au numérique qui ne se développe pas de la même manière aux quatre coins de l'Europe.

C'était au Balzac sur les Champs-Élysées, vendredi soir dernier. À l'occasion de sa 15<sup>e</sup> conférence annuelle, le réseau Europa Cinemas récompensait ses meilleurs éléments (cf. encadré) et Wim Wenders dévoilait 15' exclusives de *Pina*, le film en 3D relief qu'il sortira l'an prochain. Au-delà de l'événement qui a ravi les exploitants ayant fait le déplacement, cette présentation était avant tout la preuve que le secteur art et essai est définitivement entré dans l'ère numérique, à la faveur de grands auteurs qui en utilisent toutes les ressources. Pour autant, la transition ne se fait pas à la même vitesse partout en Europe. Ce qui n'est pas sans soulever des inquiétudes bien légitimes dans la filière indépendante. "Les débats ont fait apparaître le risque d'un marché à trois vitesses, note Claude-Éric Poiroux, délégué général d'Europa Cinemas. D'abord la France, qui a régulé et encadré le

numérique, et dont le système peut donner des idées à d'autres pays. Ensuite les marchés qui peuvent générer des VPF sans que ceux-ci soient réellement organisés, comme en Allemagne, en Espagne, en Italie, au Royaume-Uni ou en Scandinavie. Enfin les marchés qui n'ont ni VPF ni support étatique. Je pense ici à l'Europe centrale. De toute évidence, ces salles n'auront pas les moyens d'assurer seules la transition du 35 mm au numérique, et risquent de disparaître." Claude-Éric Poiroux pointe également les effets de la crise économique sur la politique budgétaire de nombreux États, comme la Hongrie ou la Grèce. "Cela se traduit par des coupes sombres qui visent la culture et l'audiovisuel, explique-t-il. Une telle situation peut s'avérer dangereuse pour les salles qui prennent de vrais risques de programmation." Face à des coûts exorbitants qu'ils ne peuvent pas assumer, les exploitants ont regretté que les normes

DCI excluent les appareils autres que 2K. Enrique Pérez Font, à la tête du circuit Verdi en Espagne, a ainsi détaillé l'équipement de son complexe phare à Madrid: "Deux salles en 2K pour les films américains des majors et deux autres en 1,9K qui assurent la diversité de la programmation." Et si "Europa Cinemas a toujours défendu le 2K pour des raisons de qualité et de sécurité", comme le précise Claude-Éric Poiroux, certains membres du réseau estiment, eux, qu'il est nécessaire de travailler à la sécurisation d'appareils plus légers et moins coûteux.

## Paradoxe du numérique

Le numérique semble néanmoins avoir un effet paradoxal, inquiétant les uns et enthousiasmant les autres qui y puisent de nouvelles idées pour fidéliser un peu plus leurs spectateurs. La conférence a d'ailleurs abordé la question de la génération internet et comment l'amener dans

les salles. "Le numérique et le public sont deux sujets qui se rejoignent, estime Claude-Éric Poiroux. Il n'est pas juste question de projection, mais de la manière de communiquer aujourd'hui avec nos spectateurs à l'ère du numérique." Les discussions qui ont émaillé la conférence ont ainsi mis en valeur l'inventivité des exploitants, dont certains tirent aujourd'hui profit de l'usage généralisé des réseaux sociaux, et aussi de l'intérêt des nouvelles technologies qui permettent une plus grande adéquation entre l'offre des salles et la demande des spectateurs. À noter enfin que la tenue de la première réunion bilatérale exploitants-distributeurs. "L'idée est de discuter tous ensemble, exploitants et distributeurs indépendants, dans la plus grande transparence", conclut Claude-Éric Poiroux qui se dit prêt à organiser des réunions régulières. ■

Anthony Bobeau

## Europa Cinemas distingue ses meilleures salles

La conférence Europa Cinemas est toujours l'occasion de récompenser les meilleures salles du réseau. Cette année, la remise des prix s'est déroulée au cinéma Le Balzac sous la houlette de la comédienne et productrice Julie Gayet, de Wim Wenders et de Thierry Frémaux venu présenter une anthologie des films Lumière. Le Skalvijos Kino Centras de Vilnius en Lituanie a été distingué au titre de sa programmation. Cette salle unique de 88 fauteuils est membre d'Europa Cinemas depuis 1997. Un engagement d'autant plus remarquable que la situation de l'art et essai est très préoccupante dans le pays. Les cinémas ne reçoivent aucun soutien et beaucoup d'entre eux doivent s'improviser distributeurs s'ils veulent continuer à alimenter

leurs écrans en films d'auteur. Le Kinodvor de Ljubljana en Slovénie a été récompensé pour son action envers le jeune public. Ce complexe de deux écrans, qui a intégré le réseau en 2004, est en effet au cœur du premier programme régulier d'éducation à l'image dans le pays. Cette année, il a déjà organisé plus de 120 projections scolaires qui ont attiré près de 9000 enfants et adolescents. Enfin, le Watershed Media Centre de Bristol au Royaume-Uni a été sacré meilleur entrepreneur. Inauguré en 1982, le lieu était au départ le premier centre de ressources médias britannique. Il propose aujourd'hui trois écrans, un café et plusieurs salles et espaces destinés à accueillir conférences et événements.