

RECOMPENSES RECENTES

- Festival International de Mannheim-Heidelberg - *Tuning*, *Pavee Lackeen* et *Ryna*
- Festival International de Thessalonique - *Someone else's happiness*, *Black Brush* et *Backstage*

CONFERENCE ANNUELLE EUROPA CINEMAS – BUDAPEST 2005

- Des exploitants inquiets mais enthousiastes
- Vers des propositions concrètes
- Le numérique au cœur de l'Europe

DISTRIBUTION - PROMOTION

- Les distributeurs révolutionnent la promotion des films
- European Film Promotion continuera d'encourager les ventes internationales
- D.I.R.E : réformer le soutien automatique de Media

AUTRICHE-POLOGNE...

- Le film de « l'Est » cherche son chemin dans les salles

FRANCE

- Cinquantenaire de l'Association Française des Cinémas Art et Essai

PAYS BALTES

- Baltic Event lance son premier marché de la coproduction

POLOGNE

- Fréquentation 2005 en baisse

SLOVAQUIE

- Le cinéma slovaque sur le point de plonger

ALGERIE

- A l'occasion de la saison italienne en Algérie, le cinéma italien fait escale à Alger

TUNISIE

- La 7^{ème} session du Fifej de Sousse reportée

RECOMPENSES RECENTES

• Festival International de Mannheim-Heidelberg (extraits)

Meilleur film : **Tuning**, de Igor Sterk (Slovénie)

Prix Fassbinder et Prix du jury œcuménique : **Pavee Lackeen**, de Perry Ogden (Irlande)

Prix spécial du jury, prix d'interprétation : **Ryna**, de Ruxandra Zenide (Roumanie / Suisse), avec Dorothea Petre

• Festival International de Thessalonique (extraits)

Meilleur film, Meilleur scénario, Meilleure actrice ex-aequo : **Someone else's happiness (Een Ander Zijn Geluk)**, de Fien Troch (Belgique/Pays-Bas), avec Ina Geerts

Meilleure actrice ex-aequo : Isild le Besco dans **Backstage**, de Emmanuelle Bercot (France)

Meilleure réalisation ex-aequo : **Black Brush** (Fekete Kefe) de Roland Vranik (Hongrie) et **Backstage** de Emmanuelle Bercot (France)

CONFERENCE ANNUELLE EUROPA CINEMAS – BUDAPEST 2005

• Des exploitants inquiets mais enthousiastes

Hier s'est achevée à Budapest la 10^{ème} conférence annuelle du réseau européen d'exploitants de salles Europa Cinemas. Ces professionnels, en première ligne face à la baisse générale de la fréquentation, ont exprimé leurs inquiétudes même si les avis sont partagés pour analyser le problème. Pour les plus optimistes, cette baisse de fréquentation n'est que conjoncturelle et s'explique par un manque de films porteurs, exemple de l'Allemagne, ou par une baisse de qualité des films pourtant impossible à définir. Pour les pessimistes, le problème est plus profond et découle directement de la concurrence accrue du DVD, d'une piraterie qui se banalise et reste difficile à combattre, de nouveaux modes de diffusion des films sur les téléphones portables notamment, et enfin de la réduction de la fenêtre de diffusion entre la salle et la vidéo qui se situe aujourd'hui autour de 5 mois.

Plus globalement, un gouffre persiste entre les tenants d'une économie de l'offre et ceux de la demande, même si tous admettent que deux des déficits majeurs du cinéma européen se situent au niveau de la promotion et de l'éducation à l'image.

L'atelier organisé autour de la visibilité du cinéma européen a permis de revenir aux fondements des métiers de l'exploitation et de la distribution : l'implication locale et la passion. **Claudia Bedogni** (Istituto Luce – Italie), grâce à l'exemple de *Sophie Scholl*, a rappelé que sortir un film est aussi, et peut-être d'abord, attirer l'attention du public sur les enjeux artistiques, sociaux ou politiques de l'œuvre. Pour **Ferenc Port**, exploitant de Budapest primé pour sa programmation, chaque cinéma a sa spécificité et fidélise ainsi son public sur le long terme. Enfin, **Michel Malacarnet** a expliqué que c'est grâce à un soutien étatique fort que Utopia (France) a trouvé sa place. Ce réseau de salles s'est d'ailleurs vu décerné le Prix Europa Cinemas du meilleur entrepreneur par Jeanne Moreau. Le Prix de la meilleure programmation jeune public est revenu à **Katrin Rajasaare** du Kino Sopus de Tallinn (Estonie). (...)

Source : www.cineuropa.org, 21 novembre 2005, Frédéric Violeau (extraits)

• Europa Cinemas : vers des propositions concrètes

En accueillant à Budapest près de 400 participants au cours du dernier week-end, la 10^{ème} conférence annuelle Europa Cinemas a montré son caractère incontournable. Les débats ont en effet permis de percevoir la réalité de chacun en Europe. Si la crise de la fréquentation est ainsi globalement partagée, mais de façon très diverse (de 9% à 23% selon les pays), les exploitants présents à Budapest, qui oeuvrent pour la diffusion des films d'auteur, et en particulier des films d'auteur européens, observent une meilleure résistance de leurs entrées : le cinéma d'auteur européen touche une niche qui reste mobilisée. Mais cette satisfaction n'empêche pas les doutes liés au développement du numérique.

Un premier débat a mis l'accent sur l'importance de la fenêtre d'exploitation du film en salles, menacée par le piratage et le développement potentiel de la VOD – le représentant de la MPAA en

Europe se faisant l'apôtre de la déréglementation. Le passage au numérique dans les salles entraîne également des questionnements (l'inévitable « qui paie ? »). Le numérique est ainsi tout autant une source d'espoirs (pour une meilleure circulation, pour plus de souplesse matérielle,...) qu'un motif d'inquiétude. Présents aux côtés des exploitants, plusieurs distributeurs dans des pays européens qui opèrent en dehors des gros marchés ont relativisé les économies que procurerait le passage au numérique, espérant, au mieux, ne pas « perdre » d'argent. Malgré la diversité des cas, certains pays étant mieux structurés pour se préparer aux changements, l'insuffisance des moyens financiers est cependant commune en Europe. L'Europe pourrait alors être amenée à soutenir cette transition. Par la voix de son président, Claude Miller, Europa Cinemas a annoncé qu'un rapport avec des propositions concrètes sur le numérique et les salles de cinéma sera remis à la Commission européenne au cours du premier semestre 2006. (...)

Source : Ecran total, 23 novembre 2005, Frank Dupoux (extraits)

● **Le numérique au cœur de l'Europe**

(...) La projection numérique a occupé une place importante au cours d'un débat de grande qualité. Une fois n'est pas coutume, les distributeurs étaient présents autour de la table. Laurent Danielou de Rezo Films a exposé aux exploitants européens la sortie numérique de *Saraband*. Il a bien sûr été question de modèles économiques et de normes techniques, les exploitants étant d'accord sur la nécessité pour l'Europe d'adopter les recommandations DCI (Digital Cinema Initiative). Sans remettre en cause la souplesse du numérique en écho à la suppression des copies, certains ont souligné que les exploitants et les distributeurs auront peut-être un nouveau rôle à jouer dans la diffusion des films, et surtout du cinéma européen. Au-delà du numérique, Ruth Hieronymi, députée européenne, a fait un point nécessaire sur le nouveau programme Media 2007/2013. Adopté par la Commission et le Parlement, celui-ci est maintenant entre les mains du Conseil. Un accord sur son budget (1,3Md€) devrait être trouvé sous la prochaine présidence autrichienne.

Source : Le Film français, 25 novembre 2005, Anthony Bobeau (extraits)

DISTRIBUTION - PROMOTION

● **Les distributeurs révolutionnent la promotion des films**

Attentifs à l'arrivée de nouveaux moyens de communication et souhaitant mettre en place des stratégies innovantes, les distributeurs font évoluer la promotion. (...)

En cinq ans, la façon de promouvoir les films a connu une évolution très importante. L'explication ne tient pas à l'ouverture de la publicité TV, qui demeure interdite sur les chaînes généralistes. Une spécificité française avec laquelle certains distributeurs doivent faire, alors que d'autres s'en accommodent fort bien. C'est notamment le cas de BVI, son directeur marketing, Jean de Rivières, étant convaincu que l'ouverture ne ferait qu'accroître les frais de promotion, sans forcément faire gagner beaucoup d'entrées. Selon lui, le profil des téléspectateurs est très éloigné de celui du public du cinéma. En revanche, il est favorable à l'autorisation qui a été donnée aux chaînes thématiques, leur audience étant constituée des personnes qui vont régulièrement au cinéma. (...)

Explosion de la promotion dans les salles

(...) Le hors-média au sens large occupe une place déterminante, notamment pour ce qui concerne la promotion dans les salles de cinéma. Car, comme l'explique Henri Ernst, directeur du marketing de TFM Distribution, les gens qui vont au cinéma représentent un peu plus de la moitié de la population et sont toujours les mêmes. Le meilleur moyen de les toucher est donc d'investir sur les lieux de vente en diffusant la bande annonce, en placardant l'affiche (la présence de matériels promotionnels dans les halls des multiplexes est payante) ou en insérant de l'espace dans les magazines gratuits distribués dans les cinémas. A ce niveau, de véritables budgets promotionnels nouveaux sont apparus et explosent, sachant qu'auparavant le passage des bandes annonces était gratuit, de même que l'affichage dans les cinémas.

Cette évolution a incité BVI à créer un poste de responsable du marketing salles (...). Et la filiale française du groupe Disney dépense désormais en moyenne autant en hors-média qu'en média, contre une répartition un tiers / deux tiers auparavant. Ces dernières années, la promotion hors-média, au sens plus strict, est également devenue une pratique de plus en plus répandue chez les distributeurs. Faisant partie des plus convaincus, Henri Ernst explique que le hors-média peut être généralisé, mais avec des stratégies et démarches spécifiques selon les typologies de films. Sur les films à thématiques, (...) des axes évidents se dégagent (...). Ainsi, en travaillant ces différents

domaines par l'organisation d'avant-premières, de débats ou avec des actions de communication précises, le hors-média va permettre de toucher des cibles particulières ou des leaders d'opinion concernés en premier par la sortie du film. Le directeur du marketing de TFM admet qu'il n'est pas toujours évident de mesurer l'impact réel de telles actions, mais il considère que de toute façon elles contribuent à optimiser les chances de réussite du film. Sur des films à promotion, le hors-média s'avère également très efficace. Il se décline sous la forme de partenariat avec des marques ou d'événementiel et va permettre une communication sur le film dans des endroits où il n'est pas présent naturellement. (...)

Internet et les mobiles, des outils devenus indispensables

(...) Pour le cinéma, le web revêt un intérêt évident par sa capacité à diffuser des images audiovisuelles et donc des bandes annonces. (...) Internet entre désormais à part entière dans le plan média des films et certains distributeurs passent même désormais par des centrales d'achat pour acquérir de l'espace web. Grégoire Lassalle, directeur général d'Allociné, pense même que la part d'Internet dans la promotion des films va augmenter très sensiblement. Et il révèle qu'en 2006, un distributeur testera un lancement de film promotionné exclusivement sur la toile.

Les téléphones mobiles, grâce à la technologie 3G, qui leur permet de diffuser des vidéos, suivent le même mouvement. (...) Pour bénéficier de tels relais de notoriété, les distributeurs n'hésitent plus à conclure des partenariats exclusifs avec tel ou tel opérateur (...).

La forte croissance de ces nouveaux supports de communication combinée à l'explosion du hors-média au sens large ne peut que se traduire par une augmentation des budgets promotionnels des films. Une tendance qui inquiète Jean de Rivières, car il constate que ces dernières années les dépenses marketing ont toujours progressé plus fortement que la fréquentation des salles. Dans ce contexte, le directeur marketing de BVI considère que les distributeurs doivent apprendre à devenir raisonnables, car même s'il existe d'autres supports (le DVD, la TV) pour assurer des recettes ultérieures au film, l'objectif premier est de rentabiliser la sortie salles.

Pour stabiliser les frais de sortie, il faut nécessairement et arithmétiquement réduire les investissements publicitaires vers les supports traditionnels. Captant plus de la moitié des dépenses média des distributeurs, l'affichage est bien sûr le premier visé. La question est sensible et les distributeurs ne souhaitent pas y répondre clairement. Plus que d'employer le terme « réduction », ils préfèrent parler de « maîtrise » de l'enveloppe affichage. Certains ont déjà ponctuellement mis en œuvre cette « maîtrise » en dépensant un peu moins que prévu initialement sur tel ou tel film. Dans cette logique, les distributeurs cherchent à privilégier l'affichage ciblé, à savoir celui qui permet de toucher le spectateur sur ses trajets de déplacement. Mais tous s'accordent à réaffirmer que l'affichage reste et restera un support majeur et incontournable pour assurer la promotion de leurs films.

Source : Ecran total, 23 novembre 2005, Bertrand Lott (extraits)

• European Film Promotion continuera d'encourager les ventes internationales

Film Sales Support (FSS), initiative lancée par European Film Promotion début 2004 pour promouvoir le cinéma européen en dehors de l'Europe, vient de recevoir 400 000 euros du Programme MEDIA pour continuer en 2006 un travail d'ores et déjà fructueux. Cette aide s'ajoute à celle reçue de l'institution espagnole ICAA et du gouvernement allemand par le biais de son commissaire à la Culture et aux Médias, qui seront sans doute rejoints par d'autres partenaires dont le soutien est en cours de négociation.

En deux ans d'existence, FSS a en effet prouvé son efficacité, en aidant à promouvoir 143 films à l'étranger, notamment par des aides financières qui ont permis à 60 vendeurs européens de se munir de copies sous-titrées ou doublées et de matériel publicitaire. (...) 35% des films soutenus ont trouvé des acheteurs. (...) Le travail de l'EFP consistant en grande partie à être présent aux festivals et marchés internationaux, FSS poursuit ses efforts dans ce sens. Sa première participation cette année au Festival de Toronto a permis de mettre en avant des films par la suite choisis comme candidats à l'Oscar du meilleur film étranger (...). En 2006, FSS renouvellera sa présence à Sundance, Mar del Plata, Buenos Aires, Shanghai, Toronto, Rio et Pusan.

Source : www.cineuropa.org, 24 novembre 2005, Bénédicte Prot (extraits)

• **D.I.R.E : réformer le soutien automatique de Media**

Les huit sociétés de distribution françaises regroupées depuis juin sous le nom de D.I.R.E. (**Distributeurs Indépendants Réunis Européens**) lancent des pistes de réflexion afin de réformer le soutien automatique à la distribution octroyé par le Programme Media. Destiné à encourager et à soutenir une distribution transnationale des films européens, ce soutien financier à réinvestir est déterminé sur la base des entrées réalisées par les films européens non-nationaux distribués au cours de l'année précédente. Or les membres de D.I.R.E. (Pyramide, ID Distribution, Pan Européenne, Bac Films, Rezo Films, Diaphana Distribution, Haut et Court et Les Films du Losange) estiment que ce système, même s'il fonctionne bien, pourrait être amélioré. Comme l'a expliqué à Cineuropa la déléguée générale, Adeline Monzier, "L'idée serait d'intégrer de nouveaux paramètres, en particulier d'augmenter le soutien sur un premier palier d'entrées. En effet, on constate par exemple en France que 70 à 80% des films européens non-nationaux réalisent moins de 50 000 entrées. Il faudrait aider davantage les distributeurs sur ce premier palier d'entrées qui ne peut évidemment pas être le même pour les différents pays". (...)

Source : www.cineuropa.org, 28 novembre 2005, Fabien Lemercier (extraits)

AUTRICHE-POLOGNE...

• **Le film de « l'Est » cherche son chemin dans les salles**

Le mérite de l'approbation de la nouvelle loi polonaise revient à l'Institut du Cinéma Polonais. La directrice de cet Institut nouvellement créé, Agnieszka Odrowitz, en a témoigné lors du Festival International de Cottbus : « En Pologne, nous nous sommes battus pour cette loi depuis onze ans. Onze ans d'efforts, et nous avons finalement gagné. Le premier principe de notre loi est de faire financer le cinéma par la publicité et la télévision ».

La nouvelle loi polonaise permet de tripler la subvention aux projets cinématographiques, ce qui représentera 25 millions € l'année prochaine. (...) Il est désormais possible de subventionner les films polonais à hauteur de 90% de leur budget, la subvention par film ne devant pas dépasser 500 000 €. Le but principal de la loi est d'amener les spectateurs dans les salles et de réveiller l'intérêt des pays étrangers pour le cinéma polonais. Le nombre de films tournés devrait être sensiblement le même qu'aujourd'hui : 22 longs métrages de cinéma et 18 pour la télévision. (...)

Coproductions

Les cinématographies de l'Europe de l'est collaborent très peu ensemble. Pour cette raison, l'Institut du Cinéma Polonais a initié un fonds germano-polonais de coproduction pour le développement. Le fonds disposera de 150 000 euros par an et devrait soutenir 5 coproductions entre l'Allemagne et la Pologne chaque année. 30 000 euros sont donc prévus par projet. Cependant le sujet ne peut pas être exclusivement polonais. Les scénaristes doivent proposer une histoire qui se passe dans la région frontalière des deux pays ou encore présenter un personnage qui vient de l'autre pays coproducteur.

Chaînes de télévision

Les chaînes de télévision publiques dans les pays post-communistes restent un coproducteur de poids. La situation est sensiblement la même que dans les pays de l'Europe occidentale, où, pour les projets importants, les sources de financement proviennent à la fois des sociétés de production et des chaînes de télévision. Ainsi, en Autriche, un accord entre la chaîne publique ORF et les producteurs de cinéma impose à la chaîne de dégager 6 millions € par an pour la production des films indépendants.

Cependant, une fois le film terminé, la vente se révèle être un problème. Peu de sociétés étrangères ciblent la vente des films en provenance d'Europe de l'est : MDC en Allemagne, Razor Films à Berlin et Eastwest FilmDistribution à Vienne, cette dernière représentant surtout des films de l'ex-Yougoslavie.

Source : adapté de *Hospodarské Noviny (Prague)*, 15 Novembre 2005, Radovan Holub (extraits), traduit du Tchèque par Marketa Colin-Hodouskova

<http://www.eastwest-distribution.com/>

<http://www.mdc-int.de/>

FRANCE

• Cinquantenaire de l'Association Française des Cinémas Art et Essai

Patrick Brouiller : L'art d'exposer les films

Successeur de Jean Lescure à la présidence de l'Afcae, Patrick Brouiller est à la tête d'un réseau national de 1 024 établissements (soit 1 991 salles), qui représentent plus du tiers du parc de salles, où le cinéma vit dans toute sa diversité artistique et économique depuis un demi-siècle.

Art et essai, n'est-ce pas une appellation très élitiste ?

(...) Le nombre et l'implantation sur tout le territoire des salles d'art et essai suffit à montrer qu'on n'est pas dans un ghetto intellectuel. Beaucoup de salles de banlieue ou de salles rurales font partie de ce mouvement. Et beaucoup de Français sont des spectateurs d'art et essai sans le savoir, comme ceux qui sont allés voir *Good bye Lenin*, en 2003 : 63% des entrées du film ont été réalisées dans des salles d'art et essai. En fait, l'appellation désigne surtout le lien particulier qu'on peut avoir avec un lieu (...).

Comment un cinéma devient-il une salle d'art et essai ?

(...) Il peut s'agir d'une salle de grand circuit commercial, d'une salle indépendante, d'une salle associative. Le classement art et essai est proposé par l'Afcae au CNC. C'est la synergie du volontariat personnel des exploitants et de la volonté publique de les soutenir qui fait l'originalité et l'efficacité du système français. (...)

Ce sont donc les salles qui sont classées art et essai, non les films ?

Pour éviter toute rigidité normative, les films sont simplement «recommandés» dans plusieurs catégories : animation, jeune public, répertoire, recherche et découverte. Il n'y a pas d'obligation de programmation, mais si une salle remplit tous les postes, elle aura tous les labels, donc toutes les subventions.

Comment sont attribuées les subventions ?

Toutes les salles ne touchent pas les mêmes subventions. Il y a une recherche constante de l'équité. Les aides sont attribuées en fonction du travail effectué : exposition des films, diversité de la programmation (les films difficiles sont mieux soutenus financièrement), recherche et découverte (pour les films exigeants ou d'économie fragile), animation (comme les débats avec l'équipe du film), édition de documentation. 65% du budget de l'Afcae provient des cotisations des salles. Le CNC intervient pour des financements précis et contrôlés, mais son apport est vital.

Dans le contexte actuel de baisse de fréquentation des salles, comment voyez-vous l'évolution ? Etes-vous inquiet pour l'avenir ?

Entre 2003 et 2004, la fréquentation des cinémas art et essai a progressé de 16%, et la baisse [récente] y a été moins sévère que pour les autres salles. Le succès récent de *Broken Flowers* de Jim Jarmusch, qui arrive en tête du hit-parade avec un film en VO, ou de *Caché* de Michael Haneke, qui a fait 15% de parts de marché la première semaine, montre que les films d'art et essai sont ceux qui résistent le mieux. (...)

Source : *Le Figaro*, 20/10/05, Marie-Noëlle Tranchant (extraits)

PAYS BALTES

• Baltic Event lance son premier marché de la coproduction

Les nouveaux films de Alexander Hahn (Lettonie), Algimantas Puipa (Lituanie), Marius Holst (Norvège) et Cristian Mungiu (Roumanie) font partie des 12 projets qui seront présentés au premier marché de la coproduction que Baltic Event organisera à Tallinn les 1er et 2 décembre. (...)

Parmi les invités, citons Alain de la Mata (Wild Bunch), Olaf Aichinger (Bavaria Film International), Michael Werner (NonStop Sales), Eva Hubert (Hamburg Film Fund), Sam Klebanov (Maywin Media), Renate Roginas (Eurimages), Pavel Strnad (Negativ Film) et Tine Klint (Trust Film Sales).

Source : adapté de www.screendaily.com, 30 novembre 2005, Martin Blaney (extraits)
<http://www.poff.ee/>

POLOGNE

• Fréquentation 2005 en baisse

17,4 millions de spectateurs se sont rendus dans les salles polonaises sur les trois premiers trimestres de l'année. La fréquentation accuse une baisse sévère en comparaison avec 2004 où 26,5 millions de spectateurs s'étaient rendus dans les salles sur la même période. L'année 2004 était historique puisque le box office avait augmenté de 50% par rapport à 2003, mais le taux de fréquentation restait néanmoins très bas : 0,86 entrée par an et par habitant. Pour octobre 2005, les films ayant réalisé les meilleures entrées sont *Broken Flowers* (130 500 entrées), *The Island* (122 100 entrées) et *Karol - Czlowiek, ktory zostal papiezem* (119 000 entrées).

Source : *Brèves Audiovisuelles Polonaises, Ambassade de France en Pologne, Octobre 2005*

SLOVAQUIE

• Le cinéma slovaque sur le point de plonger

(...) Le Centre National de la Cinématographie français a publié un rapport rassemblant les détails du box-office de plusieurs territoires européens pour les neuf premiers mois de l'année. D'après celui-ci, la Slovaquie a perdu 30% de spectateur par rapport à l'année dernière.

Le pays est loin devant l'Allemagne, classée en deuxième position, qui accuse, elle, une baisse de 21%. Tous les pays mentionnés dans ce rapport ont des résultats négatifs, mais seules la Slovaquie et l'Allemagne excèdent 20%.

Si l'on en croit le syndicat des distributeurs slovaques, le pourcentage exact est de 28% – 1 552 934 entrées cette année contre 2 157 887 en 2004 pour la période du 1er janvier au 30 septembre (...). Beaucoup de distributeurs slovaques attribuent ce plongeon à la tendance mondiale et invoquent le manque de films à succès en provenance des Etats-Unis. Mais pour Mária Pichnarciková, de l'Association des Exploitants de Cinéma, c'est la situation économique de la société slovaque qui empêche les gens de choisir le cinéma, qui reste un divertissement coûteux. De plus en plus de petites salles disparaissent et sont remplacées par des multiplexes où le prix d'une place dépasse largement la moyenne nationale (1 euro)

La production audiovisuelle en Slovaquie est l'une des plus basses d'Europe avec seulement deux films slovaques à part entière produits en 2004.

Source : www.cineuropa.org, 30 novembre 2005, Sakis Kontos (extraits)

ALGERIE

• A l'occasion de la saison italienne en Algérie, le cinéma italien fait escale à Alger

Le cinéma italien fait escale à Alger du 27 novembre au 3 décembre. Sept films italiens représentant les différents genres et tendances de ce cinéma qui a tant apporté au 7ème art seront projetés à la salle El Mouggar. Ces projections seront données dans le cadre du mini-festival itinérant baptisé «De Damas à Rabat» récemment mis en place par les organisateurs du festival italien Medfilm dont la 11ème édition s'est tenue du 7 au 13 novembre à Rome. Après l'escale d'Alger, la première, qui coïncide avec l'organisation de la saison culturelle italienne en Algérie, le festival fera cinq autres stations à, respectivement, Rabat, Damas, Tripoli, Tunis et Beyrouth. (...)

A tout seigneur, tout honneur, l'inauguration du festival reviendra au film culte de Bernardo Bertolucci, *Le Dernier Empereur* (...).

Mais le festival ne fait pas que dans la nostalgie. Aux côtés des classiques s'aligneront des productions récentes qui, du polar à la comédie en passant par le mélodrame et le cinéma réaliste, présenteront tout l'éventail des genres et thèmes fréquemment abordés par le cinéma italien. (...) Ayant, depuis sa création en 1995, pour philosophie la promotion de la culture européenne et méditerranéenne, le Medfilm s'efforce de créer un espace de dialogue entre les différentes cultures des deux rives de la Méditerranée où le cinéma sera, grâce à la richesse de ses langages et ses formes narratives, le vecteur de communication entre les peuples méditerranéens. Dans cette perspective, les copies des films itinérants sont, pour la première fois, sous-titrées en arabe.

Pour rappel, Medfilm festival est né «à l'occasion du centenaire du cinéma, des cinquante ans des Nations unies et de la Déclaration de Barcelone», lit-on sur la brochure du festival. (...)

Source : *La Tribune (Alger), 22 novembre 2005, Hassan Gherab (extraits)*

TUNISIE

- **La 7^{ème} session du Fifej de Sousse reportée**

La 7^{ème} session du Fifej de Sousse (Festival international du film pour l'enfance et la jeunesse), prévue pour le mois de décembre 2005, sera reportée au mois de mars 2006 en raison de la fermeture des espaces où se déroulent en partie et habituellement le festival : soit le Théâtre municipal de Sousse en rénovation et le complexe des trois salles de cinéma «Nejma».

Depuis sa création, le Fifej disposait de 10 salles de projection : 6 salles à Sousse (le Théâtre municipal, le complexe Nejma, le Centre culturel de la ville de Sousse et la salle «Le Palace») et quatre autres espaces dans les villes limitrophes.

Cependant, après la fermeture à la fois du théâtre et du complexe Nejma, mis sous scellés, le Fifej s'est retrouvé privé d'espaces. Le comité directeur du festival a entre-temps manifesté sa solidarité avec le gérant du complexe Nejma afin qu'il puisse de nouveau rouvrir cet espace.

Les autorités régionales et nationales compétentes ont été alertées pour qu'elles interviennent afin de sensibiliser les médias et les citoyens sur la crise de l'exploitation en juillet 2005. L'espoir renaît avec le geste du ministère de la Culture et de la Sauvegarde du patrimoine qui a accordé une aide financière substantielle à la société gérant le complexe de Nejma. Le problème aurait dû être résolu mais, hélas, la tournure prise par le contentieux juridique, opposant la société propriétaire et le gérant, a compliqué les choses. (...)

Source : La Presse (Tunis) / AllAfrica.com, 19 novembre 2005 (extraits)

QUELQUES FESTIVALS...

- **Tallinn Black Nights Film Festival**

26 / 11 – 11 / 12

www.poff.ee

- **Festival International du film du Caire**

29 / 11 – 9 / 12

www.cairofilmfest.com

- **Festival International de Bratislava**

2 – 10 / 12

www.iffbratislava.sk

- **Festival du film noir de Courmayeur**

6 – 12 / 12

www.noirfest.com

- **6ème Festival International de Cinéma L'Industrie du Rêve**

6 - 13 / 12

www.industriedureve.com

Trade Press Review
jbselliez@europa-cinemas.org
www.europa-cinemas.org