



EUROPA CINEMAS
NETWORK REVIEW #17

Cannes
2010

FOCUS ON SPAIN

> **PAGE 07**

**MAKING THE MOST
OF NEW TECHNOLOGIES**

> **PAGE 28**

**ASIA: ONE CONTINENT,
MANY MARKETS**

> **PAGE 32**

EDITORIAL

Claude-Eric Poiroux
Directeur général



The advance of digital projection in the Network

10% of screens are now equipped with 2K, and in 2010 we expect this figure to double, as is occurring with the whole of Europe's screenage.

We are currently concerned with a range of topics:

- **Equipping the most vulnerable venues with digital equipment**, especially in countries with small markets (there are several in Europe) where the distributors' savings will not be enough to help the cinemas to invest (i.e. no VPF). We are working with MEDIA which is preparing financial support measures for these exhibitors. Ultimately, we do not want European cinema to lose a single screen, and we believe that digital will facilitate the dissemination of works and allow our programmers to diversify their supply sources.

- The digitisation of European films. We have been providing, for several years now, Network cinemas with a financial bonus for European programming in 2K, potentially of up to €10,000 annually. Cinemas then need to obtain European films from distributors on digital. American distributors are ahead of the game in this area, and not only due to 3D!

- **Alternative offering of contents.** This is becoming a key issue and one that we will tackle during our next Conference in November. We continue to encourage our cinemas not to turn away from their natural mission – i.e. to present cinematographic works – as well as to come up with new approaches and ways to expand and diversify their audience, particularly with regard to young audiences.

An internationally-growing Network

In Europe, Europa Cinemas has just exceeded 2,000 screens. It is their results that count: **2009 was a good year.** Network cinemas programmed, on average, more than 59% of European screenings, of which notably 36% were non-national European film screenings.

The Network confirms its essential role in the circulation of European production and, above all, that it is open to all kinds of films, of all nationalities.

Within the framework of MEDIA International, the European Network is expanding over new continents such as Asia, the Mediterranean Region and Latin America. In this part of the world, for example, after Mexico, Columbia, Brazil, Argentina, Chile and Peru, we are welcoming new partners in Ecuador, Costa Rica and Venezuela. All these cinemas are set to become full members of our Network, which aims to bring together distributors and exhibitors from all across the world whose activity strives for mutual enrichment of their programmes.

Our activities in Cannes

For the eighth year, a Jury of Network exhibitors presents the **Europa Cinemas Label** to a European film from the Directors' Fortnight selection. This is not a low-key award. On the contrary, it serves to promote the prize-winning film across the entire network.

Moreover, Cannes is a unique occasion for discovering films from across the globe as well as meeting professionals from every continent. **The meeting of Network exhibitors** at the Majestic on Saturday 15 May allows us to take stock of our 2010 activities so far. This is also the occasion when all exhibitors and distributors in the Network arrange to meet for the next **Europa Cinemas Conference**, which will take place in Paris on 18 -21 November, 2010. From digital to the Internet, we will not be short of topics to feed our debates!

Progression du numérique dans le réseau

10 % des écrans sont aujourd'hui équipés en 2K et nous nous attendons à doubler ce chiffre courant 2010 comme cela se produit sur l'ensemble du parc européen

Plusieurs sujets nous (pré)occupent :

- **L'équipement des salles les plus fragiles**, notamment sur les petits marchés (ils sont nombreux en Europe !) où les économies réalisées par les distributeurs seront insuffisantes pour aider les salles à investir (donc pas de possibilités de VPF!). Nous travaillons avec MEDIA qui prépare des mesures de soutien financier pour ces exploitants. Au final, nous ne voulons pas perdre une seule salle pour le cinéma européen! Et surtout nous attendons du numérique qu'il facilite la circulation des œuvres et qu'il permette à nos programmeurs de diversifier leurs sources d'approvisionnement en films.

- **La numérisation des films européens.** Depuis plusieurs années, nous apportons aux salles du réseau un bonus financier pour la programmation européenne en 2K qui peut atteindre 10 000 € par an. Encore faut-il que ces salles obtiennent des distributeurs les fichiers numériques pour les films européens et, dans le domaine de l'offre de films, les distributeurs américains ont pris une belle avance, et pas seulement grâce à la 3D!

- **L'offre alternative de contenus.** C'est une question qui devient cruciale et que nous aborderons lors de notre prochaine Conférence en novembre. D'ores et déjà, nous encourageons nos salles à ne pas se détourner de leur mission naturelle - à savoir, présenter des œuvres cinématographiques - mais aussi à inventer de nouvelles pratiques et de nouvelles offres, pour élargir et diversifier leur public, notamment en direction des plus jeunes spectateurs.

Evolution du réseau à l'international

En Europe, Europa Cinemas vient de dépasser les 2 000 écrans. Ce qui compte, ce sont leurs résultats: **2009 a été une bonne année.** Les salles ont programmé plus de 59% de séances européennes et surtout 36% pour les films européens non nationaux.

Ce réseau confirme qu'il est déterminant pour une bonne partie de la production européenne et surtout qu'il est ouvert à tous types de films, de toutes nationalités.

Le réseau européen s'élargit aux nouveaux continents que nous abordons dans le cadre de MEDIA International, à savoir l'Asie, la Méditerranée et l'Amérique latine. Dans cette partie du monde, par exemple, après le Mexique, la Colombie, le Brésil, l'Argentine, le Chili, le Pérou, nous accueillons de nouveaux partenaires en Equateur, au Costa Rica et au Venezuela. Toutes ces salles vont devenir membres à part entière de notre réseau qui a pour objectif de réunir à l'échelle internationale des distributeurs et des exploitants dont l'activité vise à l'enrichissement mutuel de leurs programmes.

Notre activité à Cannes

Pour la huitième année, un Jury d'exploitants du réseau remet le **Label Europa Cinemas** à un film européen de la Quinzaine des Réalisateurs. Ce n'est pas une simple récompense. C'est une promotion du film primé sur l'ensemble du réseau.

Par ailleurs, Cannes est une occasion unique pour découvrir des films du monde entier, mais aussi pour y rencontrer des professionnels qui viennent de tous les continents. **La Réunion des exploitants** au Majestic le 15 mai permet de faire un point d'étape sur nos actions. C'est aussi l'occasion de donner rendez-vous à tous les exploitants et distributeurs du réseau pour la prochaine **Conférence Europa Cinemas**, qui aura lieu à Paris, du 18 au 21 novembre 2010. Du numérique à l'Internet, nous ne manquerons pas de sujets pour alimenter nos débats!

Contents

02 - EDITORIAL

04 - A LOOK BACK AT 2009

07 - FOCUS ON SPAIN

07 - Fighting for its life
11 - The alternative perspective: Europa Cinemas in Spain
14 - Ignasi Guardans defies the challenges of the industry
16 - Enrique González Macho, the man behind Cines Renoir
17 - A Better Mañana: Spanish films and film-makers on the rise
19 - Young Spanish directing talent
21 - Josetxo Moreno, Golem indie heart

22 - THEY HAVE BEEN SUCCESSFUL IN THE NETWORK... AND THEY COULD BE TOMORROW

24 - NEW TO SLOVENIA: THE ART CINEMA NETWORK

25 - SHORT NEWS

26 - EUROPE'S FINEST: EUROPE-WIDE ACCESS TO FILM CATALOGUES

28 - MAKING THE MOST OF NEW TECHNOLOGIES

32 - EUROPA CINEMAS INTERNATIONAL

32 - Asia: One continent, many markets
34 - Return to Hong Kong Filmart
35 - Udine explores the Far East
36 - Taking stock after the first year
37 - Distribution support outside Europe

38 - TURKISH UMUT SANAT BELIEVES IN THE FUTURE

39 - EUROPA CINEMAS LABEL

39 - *La Pivellina*: One year around the world
42 - A very European Director's Fortnight
42 - *Die Fremde* set to conquer the world

★
EUROPA CINEMAS
NETWORK REVIEW #17

President: Claude Miller

General Director: Claude-Eric Poiroux

International Relations

& Network Review Editor: Fatima Djoumer

Deputy Editor: Jean-Baptiste Selliez

Authors: Martin Blaney, Chris Evans, Patrick Frater
Marie-Blanche Bétouret, Emily Boldy, Emilie Boucheteil,
Markéta Colin-Hodouskova, Stéphanie Dufour,
Guillaume Gaubert, Claude-Eric Poiroux, Menem Richa,
Jean-Baptiste Selliez

Documentation: Ugo Brusetti, Mathieu Munoz, Bastian Sillner, Lucas Varone, Francesca Veneziano

Translation: Cinescript – www.cinescript.com

Design: Fake – www.fake.fr - Print: Modeste

Cover: © Dominique Tarlé

Mick Jagger in *Stones in Exile*, by Stephen Kijak,
at the Directors' Fortnight

A look back at 2009



Slumdog Millionaire

European cinema consolidates its position in the Network

According to initial analyses of the European Audiovisual Observatory published in Berlin, market growth in 2009 was primarily due to American films. In the Europa Cinemas / MEDIA network cinemas, however, European films were clearly the key factor in bolstering growth. The 710 Network cinemas dedicated 59% of their screenings to European films (+4 percentage points), and 36% to non-national European films (+3). By contrast, American films and those from the rest of the world dropped (-2 and -1,5 percentage points respectively, to 8,5% for the latter). In all, 59 million European viewers went to cinemas belonging to the Network, which is set to top the 2,000-screen mark in 2010 (1813 in 2009).

Slumdog Millionaire, 2.2 million Network admissions

Premiered in Europe at our Annual Conference at the end of 2008, *Slumdog Millionaire* was the big success of 2009. The film by Danny Boyle had 2.2 million admissions in the theatres of 29 countries, with an average of 4,165 viewers per theatre (!). Notably, the film took top spot in the Network in Switzerland, (149,000 admissions, 26 theatres), Germany (410,000 admissions, 109

theatres), Spain (217,000 admissions, 31 theatres), Italy (302,000) and the Netherlands (221,000).

Broken Embraces (Almodóvar) is the other film that passed the million-viewer mark in the Network, followed by five films with more than 500,000 admissions: *The Reader* (Daldry, GB), *The White Ribbon* (Haneke, AT), *Coco Before Chanel* (Anne Fontaine, FR), *Welcome to the Sticks* (Boon, FR) and *Millennium: Part 1* (Oplev, SE), in Northern Europe but also in Spain and Italy. Two other Cannes successes approached 500,000 admissions: *Looking for Eric* (Loach, GB), in competition last year, and the 2008 Palme d'Or, *The Class* (Cantet, FR), whose results brought home the importance of in-depth distribution of European cinema.

Above and beyond these results two German-language comedies also did very well: *The Bone Man* by Austrian director Wolfgang Murnberger in Austria and Germany, and *Soul Kitchen*, Fatih Akin's latest, in Germany. Several films were successful in Spain, notably *The Secret in Their Eyes* (Campanella, AR) and *Cell 211* (Monzón, ES). In France *Welcome* (Lioret, FR), the Label at the 2009 Panorama, sparked a lively debate on immigration, while *Gomorra* (Garrone, IT) continued its voyage, notably in the Netherlands. Finally, two films presented a year ago at Un Certain Regard in Cannes met up with audiences

at home: the Greek film *Dogtooth* (Lanthimos) and the Romanian *Tales From the Golden Age* (Mungiu..., RO) were the most appreciated films in Network cinemas in their respective countries.

Young Audiences: Vicky, Nicolas and Mia in the house of stories

Films for young audiences occupy a privileged place in Network cinemas. *Kerity, la maison des contes*, a French film by Dominique Monféry, was the most programmed film in this sector last year, with notably almost 100,000 viewers in French theatres. It is closely followed in our ratings by an Irish film, *The Secret of Kells* (Moore/Twomey). As every year, the theatres in Germany and France came up with a great series of activities for children, based notably on the films *Vicky the Viking* in Germany, *Little Nicholas* and *Mia and the Migoo* in France.

Digital: 10% of Network screens

2009, the year when digital technology got off the ground in Network cinemas? The cinemas of the UK, which got ahead thanks to the DSN programme of the UK Film Council, continued to equip other screens outside this programme. Elsewhere the few cinemas equipped with digital technology have now been joined by numerous others, notably in Germany, France, Italy, Spain, the

Czech Republic, Slovakia, Norway and Portugal.

Financial support accorded by Europa Cinemas for programming European films in digital format progressed meanwhile by 56%. And if "alternative" contents are now common (with operas at the MET in the lead), they nevertheless remain a marginal phenomenon. *Slumdog Millionaire* was also the most programmed European film in digital format.

Le cinéma européen se renforce dans le réseau

Selon les premières analyses, publiées à Berlin, de l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel, la croissance du marché en 2009 était surtout due aux films américains. Or, du côté des salles du réseau Europa Cinemas / MEDIA, ce sont clairement les films européens qui ont drainé la croissance. Les 710 salles du réseau ont ainsi consacré 59% de leurs séances aux films européens (+4 points) et plus précisément 36% aux films européens non nationaux (+3). Au contraire, films américains et du reste du monde baissent (-2 et -1,5 points, à 8,5% pour ces derniers). Au total, 59 millions de spectateurs européens se sont rendus dans les salles de ce réseau qui devrait dépasser les 2000 écrans en 2010 (1813 en 2009).

Slumdog Millionaire, 2,2 millions d'entrées dans le réseau

Présenté en première européenne à notre Conférence annuelle fin 2008, *Slumdog Millionaire* est le grand succès de l'année. Le film de Danny Boyle réalise 2,2 millions d'entrées dans les salles de 29 pays, avec une moyenne de 4 165 spectateurs par salle (!). Il est notamment n°1 du réseau en Suisse (149 000 entrées, 26 salles), Allemagne (410 000 entrées, 109 salles), Espagne (217 000 entrées, 31 salles), Italie (302 000) et aux Pays-Bas (221 000).

Les Étreintes brisées (Almodovar) est l'autre film qui dépasse le million de spectateurs dans le réseau, suivi de 5 films au-dessus des 500 000 entrées : *The Reader* (Daldry, GB), *Le Ruban blanc* (Haneke, AT), *Coco avant Chanel* (Fontaine, FR), *Bienvenue chez les*

Ch'tis (Boon, FR) et le premier *Millennium* (Oplev, SE), en Europe du Nord mais aussi en Espagne et en Italie. Deux autres succès de Cannes s'approchent des 500 000 entrées, *Looking for Eric* (Loach, GB), en compétition l'année dernière, mais aussi la Palme d'or 2008, *Entre les murs* (Cantet, FR), dont les résultats rappellent l'importance de la diffusion du cinéma européen en profondeur.

Au-delà, notons que deux comédies germaniques réalisent de très bons scores : *Der Knochenmann* (Bienvenue à Cadavre-les-bains), de l'autrichien Murnberger, en Autriche et en Allemagne, et *Soul Kitchen*, le dernier Fatih Akin, en Allemagne. Plusieurs titres ont bien fonctionné en Espagne, notamment *El secreto de sus ojos* (Campanella, AR) et *Celda 211* (Monzón, ES). En France, le Label du Panorama 2009, *Welcome* (Lioret, FR), a provoqué le débat sur l'immigration, tandis que *Gomorra* (Garrone, IT) a poursuivi son voyage, notamment aux Pays-Bas. Enfin, deux films présentés à Un Certain Regard il y a un an rencontrent leur public dans leur pays d'origine : le grec *Canine* (Lanthimos) et le roumain *Contes de l'âge d'or* (Mungiu..., RO) y sont les films les plus appréciés dans nos salles.

Jeune Public : Wickie, Nicolas et Mia dans la maison des contes

Les films pour le jeune public occupent une place privilégiée dans les salles du réseau. *Kerity, la maison des contes*, film français de Dominique Monféry, a

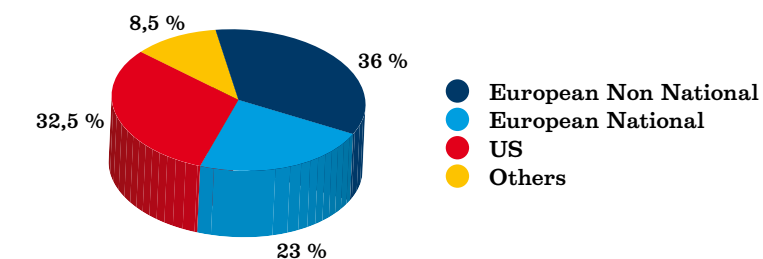
été l'année dernière le plus programmé dans ce cadre, réunissant notamment près de 100 000 spectateurs dans les salles françaises. Il est suivi de près dans nos classements par un film irlandais, *The Secret of Kells* (Moore/Twomey). Les salles allemandes et françaises font preuve comme chaque année de belles activités pour les enfants, qui s'appuient notamment sur les films *Wickie und die starken Männer* pour l'Allemagne, *Le Petit Nicolas* et *Mia et le Migou* pour la France.

Numerique : 10% des écrans du réseau

2009, l'année du vrai démarrage de la projection numérique dans le réseau ? Ainsi, les salles du Royaume-Uni, qui avaient pris de l'avance grâce au programme DSN du UK Film Council, ont continué à équiper d'autres écrans en dehors de ce programme. Ailleurs, les rares salles qui étaient équipées sont désormais rejointes par de nombreuses collègues, notamment en Allemagne, France, Italie, Espagne, République tchèque, Slovaquie, Norvège et au Portugal.

Le soutien financier accordé par Europa Cinemas à la programmation de films européens en numérique progresse quant à lui de 56%. Et si les contenus « alternatifs » sont désormais courants (opéras du MET en tête), ils restent cependant très marginaux, *Slumdog Millionaire* étant, pour la partie numérique aussi, le film européen le plus programmé.

Screenings in the EC Network



Top 50

European Films by screenings in the EC Network



- 1 • SLUMDOG MILLIONAIRE (GB) DANNY BOYLE
- 2 • LOS ABRAZOS ROTOS (ES) PEDRO ALMODOVAR
- 3 • THE READER (GB) STEPHEN DALDRY
- 4 • COCO AVANT CHANEL (FR) ANNE FONTAINE
- 5 • DAS WEISSE BAND (AT) MICHAEL HANEKE

- | | | |
|--|---|---|
| 6 MÄN SOM HATAR KVINNOR (SE) NIELS ARDEN OPLEV | 21 THE DUCHESS (GB) SAUL DIBB | 36 TETRO (EU) FRANCIS FORD COPPOLA |
| 7 PRANZO DI FERRAGOSTO (IT) GIANNI DI GREGORIO | 22 WELCOME (FR) PHILIPPE LIORET | 37 MIKRO EGLIMA (GR) CHRISTOS GEORGIU |
| 8 LOOKING FOR ERIC (GB) KEN LOACH | 23 EASY VIRTUE (GB) STEPHAN ELLIOTT | 38 VISION - AUS DEM LEBEN DER HILDEGARD VONBINGEN (DE) -MARGARETHEVONTROTTA |
| 9 BIENVENUE CHEZ LES CH'TIS (FR) DANY BOON | 24 VINCERE (IT) MARCO BELLOCCHIO | 39 FLICKAN SOM LEKTE MED ELDEN (SE) DANIEL ALFREDSON |
| 10 VICKY CRISTINA BARCELONA (ES) WOODY ALLEN | 25 LA TETA ASUSTADA (ES) CLAUDIA LLOSA | 40 MARIA, IHM SCHMECKT'S NICHT (DE) NEELE VOLLMAR |
| 11 ENTRE LES MURS (FR) LAURENT CANTET | 26 FISH TANK (GB) ANDREA ARNOLD | 41 BELLAMY (FR) CLAUDE CHABROL |
| 12 ANTICHRIST (DK) LARS VON TRIER | 27 GENOVA (GB) MICHAEL WINTERBOTTOM | 42 AGORA (ES) ALEJANDRO AMENABAR |
| 13 SÉRAPHINE (FR) MARTIN PROVOST | 28 DIE WELLE (DE) DENNIS GANSEL | 43 DIE BUDDENBROOKS (DE) HEINRICH BRELOER |
| 14 IL DIVO (IT) PAOLO SORRENTINO | 29 GOMORRA (IT) MATTEO GARRONE | 44 PARLEZ-MOI DE LA PLUIE (FR) AGNÈS JAOUÏ |
| 15 CHERI (GB) STEPHEN FREARS | 30 THE IMAGINARIUM OF DOCTOR PARNASSUS (GB) - TERRY GILLIAM | 45 HOME (CH) URSULA MEIER |
| 16 LÅT DEN RÄTTE KOMMA IN (SE) TOMAS ALFREDSON | 31 UN PROPHÈTE (FR) JACQUES AUDIARD | 46 JE L'AIMAIS (FR) ZABOU BREITMAN |
| 17 THE BOAT THAT ROCKED (GB) RICHARD CURTIS | 32 DER KNOCHENMANN (AT) WOLFGANG MURNBERGER | 47 PARTIR (FR) CATHERINE CORSINI |
| 18 WALTZ WITH BASHIR (EU) ARI FOLMAN | 33 ALLE ANDEREN (DE) MAREN ADE | 48 MADEMOISELLE CHAMBON (FR) STÉPHANE BRIZÉ |
| 19 LE PREMIER JOUR DU RESTE DE TA VIE (FR) RÉMI BEZANÇON | 34 IL Y A LONGTEMPS QUE JE T'AIME (FR) PHILIPPE CLAUDEL | 49 THE TIME THAT REMAINS (EU) ELIA SULEIMAN |
| 20 LOUISE-MICHEL (FR) BENOIT DELÉPINE / GUSTAVE DE KERVERN | 35 IN THE LOOP (GB) ARMANDO IANNUCCI | 50 LE CODE A CHANGÉ (FR) DANIELÉ THOMPSON |



SPOTLIGHT DOSSIER

Focus on Spain

by Chris Evans

Fighting for its life

The Spanish industry confronts piracy, lack of European film penetration and the digital dilemma.

L'industrie espagnole affronte la piraterie, les difficultés de la circulation du cinéma européen et le dilemme du numérique.

THE Spanish cinema market has been a notoriously hard nut to crack, especially for local and European titles. European films struggle to make up 10% of the market.

Le marché espagnol est réputé pour être difficile, notamment pour les productions nationales et européennes, ces dernières atteignant difficilement 10% du marché.

"Spain is a delicate territory to sell to," admits **Antonio Salas**, a sales executive at Bankside Films in the UK. "It is very hard to persuade local distributors to take independent films because they continue to struggle at the box office, and the broadcasters don't want to know either." The only stand out titles recently have been the *Millenium* Trilogy from Sweden, which combined have taken more €30m, *Vicky The Viking* from Germany and France's *Welcome To The Sticks*, both of which took €3.5m. In an effort to improve the situation, the Spanish government recently approved a new film law which increased potential subsidies for the promotion of European films from €80,000 to €150,000 per project, but this is still considered nowhere near enough. "That figure is nothing compared to the total amount we have to invest in each project to promote them, which can be more than €1m," says **Josetxo Moreno**, general manager at leading

« L'Espagne est un marché difficile à conquérir », admet **Antonio Salas**, directeur commercial de Bankside Films, basée au Royaume-Uni. « Il est difficile de convaincre les distributeurs d'acheter des films d'auteur, peu rentables en salle et ignorés par les chaînes de télé. » Seuls quelques films ont récemment réussi à tirer leur épingle du jeu, notamment la trilogie suédoise *Millenium* (30 millions d'euros de recettes), le film allemand *Vic, le Viking* et *Bienvenue chez les Ch'tis* (3,5 millions chacun). Voulant remédier à cette situation, le gouvernement espagnol a récemment promulgué une nouvelle loi sur le cinéma : les subventions à la promotion des films européens passent de 80 000 à 150 000 € par projet, mais « c'est dérisoire, en comparaison de ce que nous investissons dans la promotion, parfois plus d'un million », nous dit **Josetxo Moreno**, directeur général de Golem, principale société de distribution et d'exploitation.

local distributor/exhibitor Golem. “The problem is we, as distributors, can’t rely on cinema takings alone either, and unfortunately DVD sales are now dead and the Spanish broadcasters are only interested in big local and US films. None of the broadcasters were interested in *Welcome To The Sticks*.” **Enrique Pérez Font**, head of the Cines Verdi chain of cinemas, says: “If you look at German or French television, there’s diversity, but here there isn’t. If people can’t watch European films at home, why would they bother going to the cinemas to see them.”

This could now change, with a new Spanish audiovisual law which has lowered the required broadcaster investment in film from 5% of their annual revenue to 3%, but with the caveat that they invest at least half that money in different independent European films.

Previously the private broadcasters had been criticised for investing most of their quota money in big local and US projects, with Telecinco almost singlehandedly financing Alejandro Amenabar’s *Agora* and Steven Soderbergh’s *Che* films, while Antena 3 has recently provided investment money for Paul Greengrass’ *Green Zone* and Woody Allen’s *You Will Meet A Tall Dark Stranger*. “We plan to produce and invest in more European projects with commercial potential that at the end of the day can work in prime time on our channels,” says **Mikel Lejarza**, the newly appointed president of Antena 3 Films, the cinema wing of broadcaster Antena 3. “I want the films to have a strong local context, with French/Spanish/English actors, director or producers and local stories, but they must be able to travel. I have in mind projects like the early Working Title films.” Unfortunately, major public broadcaster TVE recently announced it has had its film budget stripped dramatically and is likely to wind down its international film sales activities.

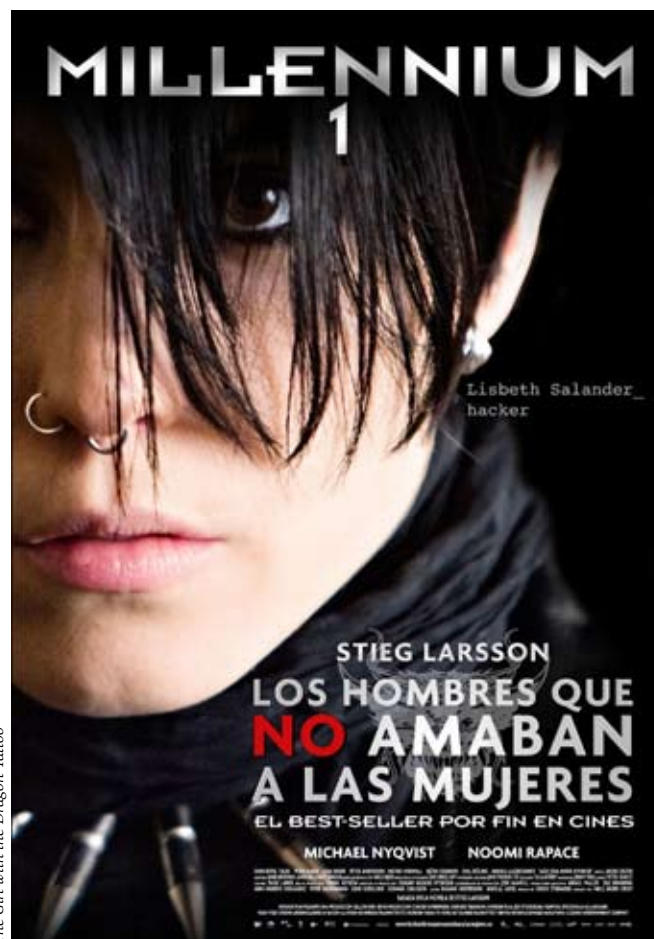
The other most talked about problem among distributors and exhibitors is piracy.

Spain is one of the world’s biggest offenders with an estimated 350 million illegal film downloads last year, costing the Spanish industry around \$1bn (€668m) in lost revenue. So far, just one prosecution has been made against a Spanish site administrator. But again, positive steps are being taken to tackle the problem. At the end of March, Spanish parliament approved a new anti-piracy law that allows the newly set up Intellectual Property Commission, run by the government, to file formal complaints about illegal websites to a Judge who can then decide within four days whether to close down the site or not. But while many in the industry see this as a sign of progress, “it is only one small step on a very long ladder,” as one local distributor points out. Piracy will still remain a huge problem, especially for the independent distributors and exhibitors. “For the US Majors piracy is not so much of a problem because people still go to see *Avatar* at the cinemas, but for the smaller/medium sized local distributors it is a huge concern, as most of our potential audience just watch the indie films online for free,” says **Miguel Morales**, head of acquisitions at Wanda Films.

« En tant que distributeurs, nous ne pouvons compter sur les seules recettes des salles, ni d’ailleurs sur les ventes de DVD, en chute libre. Les chaînes ne s’intéressent qu’aux grosses productions nationales ou américaines. Aucune n’a voulu de *Bienvenue chez les Ch’tis*. » **Enrique Pérez Font**, directeur des salles Cines Verdi, s’interroge : « Les chaînes allemandes et françaises proposent une certaine diversité. Ca n’est pas le cas ici. Si le public n’a pas l’occasion de voir des films européens chez lui, pourquoi irait-il les voir en salle ? »

La nouvelle loi sur l’audiovisuel pourrait changer la donne. En contrepartie d’une baisse de leurs obligations d’investissement dans le cinéma de 5% à 3% de leur chiffre d’affaires, les chaînes doivent consacrer la moitié de cet investissement aux films indépendants européens.

Jusqu’alors, les diffuseurs privés consacraient la majeure partie de leurs investissements obligatoires dans de grosses productions, espagnoles ou américaines. Telecinco a quasiment financé seule *Agora* d’Alejandro Amenabar et *Che* de Steven Soderbergh, Même chose pour Antena 3 avec *Green Zone* de Paul Greengrass et *You Will Meet A Tall Dark Stranger* de Woody Allen. « Nous voulons aussi produire et investir dans les films européens à fort potentiel et diffusables en prime time », déclare **Mikel Lejarza**, le nouveau président d’Antena 3 Films. « Je veux que les films



The Girl with the Dragon Tattoo



Agora

Of the small number of independent films that do manage to perform at the cinemas, most of them would be considered popcorn escape movies, usually comedies or actions.

There isn’t a huge appetite for more challenging films in Spain, especially ones with subtitles, even if they have won awards at some of the bigger festivals, such as Jacques Audiard’s Oscar nominated Cannes jury prize winner *The Prophet*, which only took €110,000. Of course, success is relative. When you look at the box office takings of *Agora*, €22m seems fantastic, and it would be if the budget of the film was €5m, but it’s a €50m film. They still have to recoup their costs in other territories. Whereas *White Ribbon* has taken €1.5m, which may not seem like a lot, but when you consider that it has a much smaller film budget and the distributor’s p&a and marketing costs are much lower, it is considered a huge success. “The film was a risk to buy, but the result was wonderful for us,” says Moreno. “The problem is the studios are also now interested in picking up indie titles like these, which makes it even harder for us to get the better smaller films.” **Luis De Val**, head of local distributor Wide Pictures believes, “If you don’t make it into the top 5 in the local chart and stay there for a few weeks, it is very tough to recoup your costs. The problem is there are so many US films crowding out the market.” **Enrique Costa**, head of distribution at indie outfit Avalon, says: “There are whole periods of the year where we can almost forget about releasing films, or at least making money from them.” Avalon released popular British comedy *In The Loop* in December and took just €300,000. “During Christmas there’s all the big US animation films and blockbusters, then in January and

aient un fort ancrage européen, soient interprétés, réalisés et produits par des français, des espagnols ou des anglais, autour d’histoires locales susceptibles de s’exporter. Je pense notamment à des projets comme ceux menés par Working Title Films ». Malheureusement, TVE, la plus grande chaîne publique espagnole, a annoncé une forte réduction de son budget cinéma et son intention de ralentir les ventes.

La piraterie est l’autre grand sujet débattu par les distributeurs et les exploitants.

L’Espagne est l’un des pays où la piraterie est la plus forte, avec 350 millions de téléchargements en 2009, soit une perte d’environ 668 millions d’euros pour l’industrie nationale. Jusqu’à présent, un seul administrateur de site a été poursuivi par la justice. Fin mars, le parlement espagnol a approuvé une loi anti-piratage permettant à la nouvelle Commission sur la Propriété Intellectuelle, sous tutelle gouvernementale, de déposer une plainte contre les sites illégaux auprès d’un juge qui pourra ordonner leur fermeture en quatre jours. Même si beaucoup pensent qu’il s’agit là d’un signe encourageant, « ce n’est qu’un tout petit pas en avant », souligne un distributeur espagnol. Le piratage restera un gros problème, notamment pour les distributeurs et exploitants indépendants. « Les majors se soucient peu du piratage, le public va voir *Avatar* en salle. En revanche, pour les distributeurs de petite ou moyenne taille, c’est un enjeu majeur car une grande partie du public que nous ciblons ne regarde les films indépendants que lorsqu’ils sont gratuits, sur Internet », rappelle **Miguel Morales**, responsable des achats chez Wanda Films.

February there are the Oscar contenders, which means I have to wait until March or April.” But the local cinema chains are doing all they can to improve the situation. “We want to be less dependent on US content,” says **Manu Claessens**, general manager for Spain at leading chain Kinopolis. “We are supporting local and European content in our booking and programming.”

Meanwhile, progress on the digital rollout across Spain has been slow, despite the fact that the number of digital screens has risen dramatically from 58 at the end of 2008 to more than 250 currently, driven mostly by the progress of 3D films.

“It is still way behind other European countries, like Germany which has 525 digital screens (419 in 3D) and the UK with 642 digital screens (449 3D),” says **David Hancock**, head of film and cinema at analysts Screen Digest. One of the major reasons for this is the costs involved in installing the projectors, which can fetch up to €60,000 each. While the bigger commercial cinema chains have a better chance of splitting the costs with the US majors through the virtual print fee (VPF) model, independent cinemas like Golem, Verdi and Renoir often have to foot the bill themselves. This has been a huge bone of contention for the independent cinemas...



Vicky the Viking

Les films indépendants qui marchent en salle sont des films de divertissement pur, souvent des comédies ou des films d'action.

Le public montre peu d'engouement pour les œuvres plus ambitieuses (surtout sous-titrées), même s'ils ont gagné des prix dans les principaux festivals. Un Prophète de Jacques Audiard, n'a réalisé que 110 000 € de recettes. Le succès est bien sûr relatif. Les 22 millions d'Agora pourraient paraître extraordinaires si le film avait été réalisé avec 5 et non 50 millions d'euros. Pour couvrir les frais, le film doit être vendu à l'étranger. En comparaison, *Le Ruban blanc* a réalisé 1,5 millions d'euros de recettes, une somme considérable et même incroyable si l'on tient compte de son budget et des faibles coûts de promotion et de marketing. « Nous avons pris un risque en l'achetant, pour finalement réaliser un beau coup », déclare **Josetxo**. « Mais, depuis peu, les studios prennent aussi des films indépendants, ce qui nous oblige à redoubler d'efforts pour obtenir de bons films à petit budget. » **Luis de Val**, directeur du distributeur Wide Pictures, estime que « si vous n'êtes pas dans le top 5 pendant plusieurs semaines, vous ne rentrez pas dans vos frais. Le marché est inondé de films américains. » **Enrique Costa**, responsable de la distribution chez l'indépendant Avalon, constate : « Pendant certaines périodes de l'année, il est inutile de songer à sortir un film, encore moins à faire de l'argent ». Chez Avalon, la comédie britannique *In The Loop*, très populaire, n'a réalisé que 300 000 euros de recettes. « A Noël, déferlent les grands films d'animation et superproductions US. En janvier-février, c'est le tour des candidats aux Oscars. Nous devons donc prendre notre mal en patience jusqu'en mars-avril. » Les chaînes de salles font des efforts pour améliorer la situation. « Nous voulons être moins dépendants des contenus américains », déclare **Manu Claessens**, directeur Espagne de Kinopolis, l'un des principaux opérateurs. « Nous soutenons les contenus espagnols et européens par une politique de commande et de programmation. »

La projection numérique progresse de son côté lentement, même si le nombre d'écrans numériques a fortement augmenté - 250 écrans sont équipés, contre 58 fin 2008 -, en grande partie grâce à la 3D.

« L'Espagne est loin derrière d'autres pays européens comme l'Allemagne et ses 525 écrans numériques (dont 419 en 3D) et le Royaume-Uni (642 dont 449 en 3D) », affirme **David Hancock**, directeur Film et Cinéma au sein de la société d'analyse Screen Digest. Les coûts affectés à l'installation des projecteurs - 60 000 € par salle - sont l'une des raisons de la lenteur du déploiement en Espagne. Alors que les grandes salles réussissent souvent à financer leur équipement avec l'aide des majors américaines dans le cadre du système des frais de copies virtuels (VPF), les indépendants comme Golem, Verdi et Renoir sont souvent obligés d'assumer seuls cet investissement. Une pomme de discorde pour les indépendants.



Alameda Multicines, Malaga

The alternative perspective : Europa Cinemas in Spain

One of the major changes and additions to the Europa Cinemas Network in Spain is the decision by independent outfit Golem to open a whole new cinema multiplex in Bilbao this June fully fitted with 8 digital screens, including two 3D screens.

Le groupe indépendant Golem ouvrira au mois de juin un multiplexe à Bilbao, dont les 8 écrans seront équipés en numérique (dont deux pour la 3D). Voici l'une des nouvelles récentes concernant les salles espagnoles du réseau Europa Cinemas.

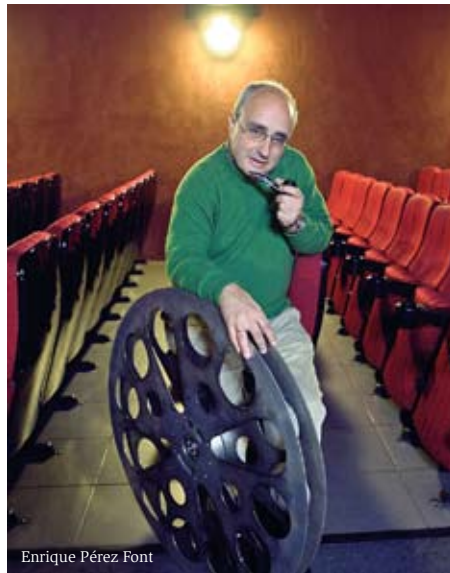
THIS staggering move flies in the face of repeated complaints and concerns from the independent cinemas about the exorbitant costs of converting to digital and the potential threat of closure of many of the nations cinemas. “We will have to pay for the costs of the digital projectors ourselves at our new site,” admits **Josetxo Moreno**, general manager of Golem. “Each projector will be around €60,000. It is too much, but to put in a 35mm for a couple of years and then replace it with a digital projector is even more expensive.” This determination to convert to digital highlights a growing desire and acceptance among the ECN exhibitors in Spain that they need to convert to digital, despite the heavy costs involved. “There have been a few European reports that have made it very clear that in Spain there will be two groups of cinemas, those that adapt to digital and those that ignore it and will not survive,” says **Enrique Pérez Font**, president of Cines Verdi.

“Distributors are spending very little to promote smaller European films and the audiences don't hear about them on TV so they just disappear from our screens,” says Richard Evole, president of Yelmo Cines, which has the Icaria complex in Barcelona within the Network.

CETTE annonce surprenante intervient alors que les salles indépendantes ne cessent de se dire préoccupées par les coûts de la transition numérique et les risques de fermeture de nombreuses salles à travers le pays. « Nous devons financer nous-mêmes les projecteurs numériques de ce nouveau cinéma », précise **Josetxo Moreno**, directeur général de Golem. « 60 000 € par projecteur, c'est très cher, mais finalement moins que d'installer du matériel de projection 35mm appelé à être remplacé par le numérique dans quelques années. » Cette détermination à passer au numérique reflète l'engouement des exploitants espagnols du réseau pour cette nouvelle technologie, en dépit des investissements qu'elle implique. « Des études européennes montrent clairement qu'il y a deux catégories de salles en Espagne : celles qui s'adapteront au numérique et celles qui ne voudront rien savoir et ne résisteront pas », nous dit **Enrique Pérez Font**, président de Cines Verdi.

Another reason given for these potential closures, especially at the independent chains, is the worry that there are too many cinemas and too few European and international film success stories.

But this hasn't stopped the Network of cinemas from persisting with them. "We are involved in this business because we like the more challenging movies," says Moreno. "I prefer to spend less money on a decent Turkish film, which gets released on say 5 or 10 prints in original version and recoup the costs, than buy a medium sized US film, which costs a lot more on p&a." This is a stance supported by Golem's competitors Verdi Cinemas. "We always look to show films that cut new ground like Terry Gilliam's *The Imaginarium Of Dr Parnassus* (€865,000). Sometimes there are films that you would never think would last a long time, but they do, which has definitely been the case with some of the Spanish films recently," says Perez Font. "We show a cycle of silent films at our cinemas that have never been seen before in Spain and they prove to be our best performers."



Enrique Pérez Font

Reaching audiences for these films in far flung places is especially difficult for the exhibitors.

This is certainly the case for the Multicines Monopol complex in Las Palmas, Gran Canaria. "We are an island, you have to travel by boat or plane to get here and so we are not very multi-national. Foreigners that come tend to just go to the beach and don't bother with the cinema, so most of our audience is locals, and unfortunately the youngsters aren't interested in foreign-language European films," explains Librada Melo, head of the Multicines Monopol. However, one of the Monopol's major drawcards, is the fact that it screens programmed films for the International Film Festival of Las Palmas, which proved to be a success back in March and attracted a much wider range of audience base than their usual older ladies.

These types of events are what help keep the Europa Cinemas in business.

Not just festivals or preview screenings, but also alternative content being shown on their screens, such as football and opera. "We are definitely looking into alternative content a lot more to increase our audience base and hopefully attract a different sort of crowd who perhaps wouldn't normally go to the cinema," says Enrique González Macho, president of Cines Renoir.

Certains expliquent aussi le risque de voir des cinémas fermer, notamment des cinémas indépendants, par l'idée qu'il y aurait trop de salles et pas assez de films européens et internationaux porteurs.

Mais cela n'empêche pas les cinémas du réseau de poursuivre leur action. « Nous nous sommes engagés dans cette voie car nous aimons les films plus exigeants », affirme Josexo. « Je préfère dépenser moins d'argent sur un bon film turc qui sortira sur 5 à 10 copies en VO et rentrer dans mes frais, plutôt que d'acheter un film américain à budget moyen mais aux coûts de distribution et de promotion plus élevés. » C'est aussi l'attitude adoptée par les concurrents de Golem, les Verdi. « Nous cherchons toujours à montrer des films qui abordent les choses de manière différente, comme *L'Imaginarium du docteur Parnassus* de Terry Gilliam (865 000 €). Il y a parfois des films dont on n'imaginait pas qu'ils allaient durer en salle. Or ce fut par exemple le cas avec plusieurs films espagnols sortis

récemment », déclare Enrique. « Nous organisons un cycle de films muets, montrés pour la première fois en Espagne. Ils réalisent les meilleures entrées de nos salles. »



Les exploitants ont beaucoup de mal à toucher le public sur l'ensemble du territoire.

Le multiplexe Multicines Monopol de Las Palmas, aux îles Canaries, en sait quelque chose. « L'accès à l'île se fait par bateau ou en avion. La population n'est donc pas très internationale. Les étrangers qui viennent ici sont pour la plupart des touristes qui vont à la plage et se fichent du cinéma. Notre seul public est donc la population locale. Or les jeunes ne s'intéressent pas aux films européens en VO », explique Librada Melo, directrice du Multicines Monopol. Cependant, la salle participe au Festival International du Film de Las Palmas, ce qui est un atout.

Ces événements, notamment, aident les salles du réseau à poursuivre leur activité.

Elles organisent des festivals et des avant-premières, bien sûr, mais projettent également des contenus alternatifs, retransmissions d'opéras, voire matchs de football. « Nous développons les contenus alternatifs pour diversifier notre public et faire ainsi venir à nous des gens qui ne vont pas au cinéma », déclare Enrique González Macho, directeur de Cines Renoir.

Europa Cinemas in Spain: 23 Cities, 44 Cinemas, 245 Screens

Top 10 European Films in 2009 (screenings)

1 - PRANZO DI FERRAGOSTO - LE DÉJEUNER DU 15 AOÛT (IT)	6 - LOS ABRAZOS ROTOS (ES)
2 - SLUMDOG MILLIONAIRE (GB)	7 - MAP OF THE SOUNDS OF TOKYO (ES)
3 - MÅN SOM HATAR KVINNOR (MILLENNIUM, SE)	8 - ENTRE LES MURS (CLASS, FR)
4 - AGORA (ES)	9 - GORDOS (ES)
5 - WELCOME TO THE STICKS - BIENVENUE CHEZ LES CH'TIS (FR)	10 - THE READER (GB)



Ignasi Guardans

Why don't European films perform well in Spain?

I am working on that. If you look at which films are working they are mostly co-productions, where the distributor is also the co-producer which helps with the promotion of the film. But Spanish television companies are not buying so many European films, so there is less interest to co-produce with Spain. That is a big concern for me. I do believe that by promoting more co-productions through the new funding system, I will promote the access of Spanish films abroad and European films here. I have been discussing this with the authorities in France, the UK and Italy. We do have a problem with penetration of European cinema with a few brilliant exceptions every year. This is a concern for the European Commission and MEDIA Programme also. Part of the problem is that European films aren't dubbed into Spanish, and original version films tend to struggle here. Also, when they are dubbed it is at a lower level than the big majors.

What role should the broadcasters play in helping the industry?

Without broadcaster money there would be no Spanish cinema. But with the new quota system in place encouraging support for European films, I am relatively confident in the money coming from private television. Telecinco and Antena 3, for example, have supported some big local projects which have performed well, and they have more projects for 2010, such as Andrucha Waddington's historical epic *Lope*, which could be a big blockbuster success.

What do you make of the slow take up of digital screens in Spain?

I think Spain is taking up digital too slowly. We have several screens at risk, some studies say that it is 15% to 20% of the screens, which will never be able to afford digitisation through market schemes such as the VPF model. So yes we do have a concern about that. I am also worried that some of them are doing it at a lower quality resolution level. It is bread for today, but hunger for tomorrow. They will struggle to show the bigger quality films in their cinemas.

Comment expliquer le peu de succès des films européens en Espagne ?

Je travaille sur cette question. Les films qui marchent sont pour la plupart des co-productions dont le distributeur est aussi le co-producteur, ce qui est un atout pour la promotion du film. Mais les chaînes de télé espagnoles achètent peu de films européens, ce qui rend les co-productions moins intéressantes. C'est un vrai problème. En insistant sur la promotion d'un plus grand nombre de co-productions, grâce au nouveau système de soutien, je pense que nous ferons aussi la promotion des films espagnols à l'étranger et des films européens sur le marché espagnol. J'en ai discuté récemment avec les responsables français, anglais et italiens. Nous faisons le constat de ce manque de circulation du cinéma européen, avec cependant, tous les ans, quelques belles exceptions. Il s'agit d'un enjeu de taille pour la Commission européenne et le programme MEDIA. La situation est en partie liée au fait que les films européens ne sont pas doublés en espagnol, dans un pays où la VO est à la peine. Et le doublage de ces films, lorsqu'il est fait, n'est pas au même niveau que pour les films des majors.

Comment les diffuseurs pourraient-ils intervenir pour soutenir l'industrie du cinéma ?

Sans l'argent des diffuseurs, il n'y aurait pas de cinéma espagnol. Les nouveaux quotas encouragent le financement des films européens et je pense que les chaînes privées investiront davantage. Telecinco et Antena 3, par exemple, ont financé de grosses productions nationales qui ont rencontré un vif succès. Elles vont participer à d'autres projets en 2010, notamment *Lope*, d'Andrucha Waddington, qui pourrait bien devenir un blockbuster.

Que pensez-vous de la lenteur du passage au numérique des salles espagnoles ?

Je pense que l'Espagne passe trop lentement au numérique. Beaucoup de nos salles risquent de ne jamais y accéder. Selon certaines études, 15 à 20% des salles ne pourront financer leur numérisation avec les modèles existants, tel que le VPF. C'est donc un problème qui nous préoccupe. Certaines salles passent au numérique en lésinant sur le niveau de résolution et cela m'inquiète aussi. Aujourd'hui, elles font plus d'entrées, mais, demain, elles auront du mal à montrer les films de qualité à potentiel.

defies the challenges of the industry

Is it not harder for the independent cinemas though who can't afford the costs of digitization, and can't form deals with the US studios to split the costs?

Yes, indeed the bigger cinema chains can form deals with the Studios and follow the Virtual Print Fee (VPF) model. The very small rural cinemas with one or two screens will never be able to access the VPF model. But in the middle there are some independent cinemas, like Verdi, Golem and Renoir, that could access the VPF model if the independent distributors entered into the VPF scheme. That is what we need to work towards.

But in the most part they still have to pay for the projectors themselves. Can the government not help with this?

What I am trying to do is help by providing some credit facilities through funding of interest rates or credit in better conditions. Not subsidies, but access to private credit. I hope we can present a plan on this shortly. The difficulty is we have several separate autonomous regions and each one has its own political policies.

What do you make of the situation in Catalunya at the moment where distributors will have to dub or subtitle half the number of copies of a film into Catalan under a new regional law expected to be passed later this year?

I share the concerns of those who are potentially affected by the new law, but this is a matter for the Catalan government. What I will say is that with the digitisation of cinemas, this issue will be made easier because you can choose from 10 different languages through digital. The US majors that are concerned about dubbing into Catalan for the cinemas need to know that the films will have to be dubbed into Catalan anyway for the Catalan TV channels, so they are only advancing something which will happen later.

How do you plan to tackle the major problem of piracy?

Under the new anti-piracy law, we can now close illegal sites down, which hopefully will make people realize that downloading films from them is wrong. But it is not just about that, we also need to promote legal content and educate the viewer about what is behind illegal downloading.

La situation n'est-elle pas encore plus difficile pour les cinémas indépendants, qui ne peuvent ni supporter les coûts de numérisation ni négocier des accords avec les studios pour partager les coûts ?

En effet. Les circuits de salles peuvent passer des accords avec les studios et accéder aux frais de copie virtuelles. Les salles rurales à un ou deux écrans n'auront en revanche pas accès aux VPF. Entre les deux se situent des salles indépendantes telles que les Verdi, Golem ou Renoir, qui pourraient accéder au modèle des VPF si les distributeurs indépendants y adhéraient. Nous y travaillons.

La plupart des cinémas doivent cependant financer eux-mêmes leurs projecteurs. Le gouvernement ne peut-il pas les aider ?

Mon objectif est de leur donner un meilleur accès aux prêts en prenant en charge les taux d'intérêt ou en améliorant les conditions d'obtention du crédit. Il ne s'agit pas de subvention mais d'accès à un crédit privé. J'espère pouvoir présenter rapidement un plan. L'autonomie des régions espagnoles vient cependant compliquer notre tâche, chacune d'entre elles ayant sa propre réglementation.

En Catalogne, les distributeurs seront obligés, en vertu d'une loi qui devrait être adoptée d'ici la fin de l'année, de doubler ou de sous-titrer en catalan la moitié des copies des films. Comment réagissez-vous ?

Je partage l'inquiétude de ceux qui risquent d'être touchés par cette nouvelle loi, mais cette question est du ressort du gouvernement catalan. Le passage au numérique apportera en partie une réponse à ce problème, en donnant accès, par exemple, à dix langues différentes. Les majors américaines qui doivent doubler les films en catalan doivent cependant garder en tête que les films doivent être doublés pour les chaînes de télé catalanes. Elles ne feront donc qu'avancer le moment où le film est doublé.

Comment pensez-vous venir à bout du piratage?

Grâce à la nouvelle loi anti-piratage, nous pouvons fermer tous les sites Internet illicites, ce qui devrait aider le public à comprendre que le téléchargement de films à partir de ces sites est répréhensible. Mais notre action ne se limite pas à cela et nous devons aussi promouvoir les contenus légaux et sensibiliser le spectateur aux enjeux du téléchargement illégal.



Enrique González Macho, the man behind Cines Renoir

How many digital screens do you have?

None, but we hope to have digital screens in the near future. We are looking into it and waiting for the right formula where the costs are split between the exhibitors, distributors and public funds through subsidies. Cinemas that show films like *Shrek* can form deals with the Studios to help pay for the costs of projectors. We don't have that luxury. There are two key concerns: the enormous costs of buying and installing the projectors, and the problem of distribution. With digital the costs of copies are lower, so distributors and exhibitors will release more copies and the screens will be even more dominated by the bigger titles.

How important is digital and 3D?

For me digital is still a mystery. I cannot see how it can work in art house cinemas because of the costs. As far as digital 3D cinema is concerned, it is unfortunately something that only covers a specific type of film, mostly animation and action.

Do European films work in Spain?

There are a lot less European films imported into Spain than in other countries, and not much space for them. Furthermore, showing them in original version has put off most Spanish viewers.

How do you promote your cinemas?

We've had the Cinemad festival, which promotes short films at our cinemas, we also offer preview screenings, press conferences, awards ceremonies and allow film-makers to shoot movies at our sites.

What do you make of the situation with dubbing in Catalunya?

The situation is very dangerous. As an independent distributor/exhibitor I cannot give up on Catalunya because it represents 30% of our business in Spain, but you cannot saddle a cinema industry that is already economically weak with such a large supplementary cost.

.....
Interview with Enrique Pérez Font
on www.europa-cinemas.org

Combien d'écrans numériques avez-vous ?

Aucun. Nous espérons pouvoir nous équiper prochainement. Nous attendons d'avoir trouvé un mode de financement qui permettra un partage des coûts entre les exploitants, les distributeurs et les fonds publics. Les cinémas qui projettent des films comme *Shrek* peuvent négocier des accords avec les studios pour financer l'achat de projecteurs. Nous n'avons pas cette chance.

Deux éléments sont décisifs : le coût élevé d'achat et d'installation des projecteurs et le problème de la distribution. Avec la baisse du coût des copies, distributeurs et salles peuvent sortir les films sur un plus grand nombre d'écrans, si bien que les salles subissent encore plus le dictat des grosses productions.

Quelle importance accordez-vous au numérique et à la 3D?

Le numérique est un mystère pour moi. Je ne vois pas bien comment cela peut fonctionner dans les cinémas art et essai, en raison des coûts. La 3D a trouvé un créneau qui reste malheureusement assez spécifique, celui des films d'animation et d'action.

Les films européens ont-ils du succès en Espagne ?

L'Espagne importe beaucoup moins de films européens que les autres pays et leur accorde peu de place. En outre, la VO rebute le spectateur espagnol.

Quelles actions de promotion mettez-vous en place ?

Nous avons organisé dans nos salles le festival de courts-métrages Cinemad. Nous proposons des avant-premières, des conférences de presse, des cérémonies de remise de prix et les réalisateurs peuvent même tourner dans nos salles.

Que pensez-vous de la problématique du doublage en Catalogne ?

C'est un vrai danger. En tant que distributeur/exploitant indépendant, je ne peux pas me permettre de laisser tomber la région, qui représente 30% du marché. L'industrie se porte déjà mal, alors autant ne pas lui imposer une dépense supplémentaire.

.....
Entretien avec Enrique Pérez Font
sur www.europa-cinemas.org



A better mañana: Spanish films and film-makers on the rise

Spanish cinema ended 2009 with a flourish of local box office hits, which have spilled over into 2010, including Agora, Cell 211, The Secret in Their Eyes (AR/ES) and Planet 51, all taking more than €10m.

PLUS in a further boost to the local industry, a new film law was passed by the Spanish government in January which has approved an increase in the funding for the development, production, distribution and promotion of Spanish and European films locally. Spain's film institute, the ICAA, is in charge of the new €85m film fund which provides up to €2m in support for each film project, including co-productions, taking into consideration not just eventual box office success, but also downloads, festival awards and whether a film is made and/or distributed in 3D.

Spain has notoriously produced and released a very high number of small budget films each year, of which only a handful make any impact at the box office.

On average, they make up about 10% of the market, which when compared to France where local films take at least 40%, you can see there is a huge problem. "France has a better audience and better support from the government," says **Enrique Costa**, head of distribution at **Avalon**. "If you release a movie in Spain that gets 40,000 admissions, the same film would get 80,000 in France." Ignasi Guardans concedes there are too many Spanish films produced each year in relation to what the local market and public can absorb. "What I intend to do with the new funding system is make a difference between the small arty, culturally diverse films for which the market will never be a point of reference and the more commercially minded projects made on bigger budgets

Le cinéma espagnol a connu une belle fin d'année avec de nombreux succès nationaux, toujours d'actualité en 2010 : Agora, Cellule 211, Dans ses yeux (AR/ES) et Planète 51 ont tous rapporté plus de 10 millions d'euros.

LE secteur peut désormais compter sur la loi votée en janvier, qui prévoit une hausse des soutiens au développement, à la production, à la distribution et à la promotion des films espagnols et européens dans le pays. L'Institut espagnol du cinéma et des arts audiovisuels, l'ICAA, gère ce fonds de 85 millions d'euros qui allouera jusqu'à 2 millions par film, coproductions incluses, en tenant compte des recettes des films ainsi que du nombre de téléchargements, des prix remportés et de l'utilisation de la 3D en production et en distribution.

Chacun sait que, parmi les nombreux films à petit budget que l'Espagne produit et distribue chaque année, rares sont ceux qui atteignent véritablement le public.

Ils représentent en moyenne 10% du marché, alors que les films français prennent 40% du marché français, ce qui montre l'étendue du problème. « La France bénéficie d'une meilleure fréquentation et d'un soutien plus fort du gouvernement », souligne **Enrique Costa**, responsable de la distribution chez **Avalon**. « Un film à 40 000 entrées en Espagne ferait le double en France. » Ignasi Guardans estime que l'Espagne produit trop de films par rapport à la taille de son marché et du public : « Avec le nouveau système de financement, je veux distinguer les petits films d'auteur, diversifiés, pour lesquels le marché ne sera jamais la référence, des projets plus commerciaux à gros budget (supérieur à 1,5 millions d'euros). Le soutien sera automatique pour les petits films

(over €1.5m). Support for the former going forward will not be automatic, but it will for the latter.” While at the distribution end, the funding subsidies will take into consideration whether a film appears at international festivals, the number of people that attend the screenings of films at Spanish festivals, and internet downloads to give independent films more of a chance of receiving and making money.

mais pas pour ces derniers. » Dans le domaine de la distribution, la participation aux festivals et le nombre de spectateurs durant le festival seront pris en compte, ainsi que le nombre de téléchargements, donnant ainsi aux indépendants une plus grande chance de recevoir un soutien.



In general in Spain, there are certain types of local films which almost always perform at the cinemas.

Aside from the more obvious commercial projects like the ones mentioned above (*Cell 211*, *Agora* etc), local comedies have also done very well, such as Fernando Gonzalez Molina's *Brain Drain* (€6.8m), Javier Ruiz Caldera's *Spanish Movie* (€8m) and Alfonso Albacete and David Menkes's *Sex, Party & Lies* (€4.3m). Local horrors and thrillers are also renowned performers. Juan Antonio Bayona's horror *The Orphanage* was the most successful Spanish film of all time at the local BO taking €26m back in 2007. Plus the *[Rec]* films from major Spanish studio Filmax have also been hugely popular, the first one took €9m in 2008 and the sequel €6m at the end of last year.

Looking ahead

The Orphanage producers Rodar Y Rodar have three exciting new projects in production: Guillem Morales' horror/thriller *Julia's Eyes*, also backed by Universal Pictures and Guillermo Del Toro, and starring Belen Rueda as a woman who goes blind as she investigates the mysterious death of her twin sister; screwball comedy *The Barcelona Connection* about a hapless US art detective, co-produced by UK outfit Maravilla Pictures and US company Blue Engine Entertainment; and *The Perfect Assassin*, a Spanish-UK thriller set during the Spanish Civil War, based on a script by writer-in-demand Paul Webb, who has written scripts for Steven Spielberg's new project *Lincoln* and Michael Mann's *Selma*. There is also a new English-language horror from Filmax called *Exorcismus*, starring Stephen Billington and Sophie Vavasseur, and following in the footsteps of *Agora* is Andrucha Waddington's historical epic *Lope*, which follows the early life and loves of 16th century Spanish playwright Lope De Vega, played by Alberto Ammann. 20th Century Fox will release the film in Spain on September 3.

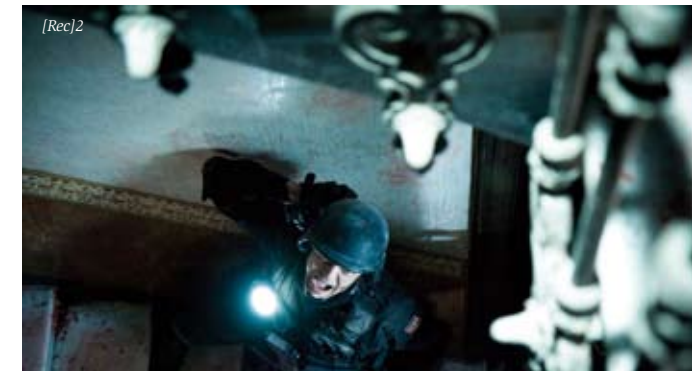
Certains types de films espagnols fonctionnent toujours dans les salles du pays.

Ainsi, outre les projets plutôt commerciaux mentionnés ci-dessus (*Agora*, *Cellule 211*, etc.), les comédies espagnoles ont réalisé de bons scores. C'est le cas notamment de *La Fuite des cerveaux* de Fernando Gonzalez Molina (6,8 millions d'euros), de *Spanish Movie* de Javier Ruiz Caldera (8 millions) et de *Sex, Party & Lies* d'Alfonso Albacete et David Menkes (4,3 millions). Les performances des films d'horreur et thrillers espagnols sont également bien connues. *L'Orphelinat*, de Juan Antonio Bayona, est le meilleur film espagnol de tous les temps, avec des recettes de 26 millions en 2007. Les films *[Rec]*, produits par la major espagnole Filmax, ont également été très populaires avec des recettes, pour le premier, de 9 millions en 2008, et de 6 millions fin 2009 pour le second.

Et demain...

La société de production de *L'Orphelinat*, Rodar Y Rodar, a trois projets excitants en cours : le film d'horreur *Les Yeux de Julia*, de Guillem Morales, coproduit avec Universal Pictures et Guillermo Del Toro, dans lequel Belen Rueda joue le rôle d'une femme qui perd la vue alors qu'elle enquête sur la mort de sa sœur jumelle ; la comédie loufoque *Barcelona Connection*, sur un détective américain dans le milieu artistique, coproduite par l'anglais Maravilla Pictures et l'américain Blue Engine Entertainment ; le thriller hispano-anglais *The Perfect Assassin*, qui se déroule pendant la Guerre d'Espagne et dont le scénario a été écrit par le très convoité Paul Webb, présent sur *Lincoln*, le dernier Steven Spielberg et sur *Selma* de Michael Mann. On peut également citer *Exorcismus*, le nouveau film d'horreur de Filmax, tourné en anglais avec Stephen Billington et Sophie Vavasseur ; ou encore le film épique *Lope*, d'Andrucha Waddington, qui s'inscrit dans la droite ligne d'*Agora* et raconte la jeunesse et les amours de Lope de Vega, grand écrivain et poète espagnol du 16^{ème}, incarné par Alberto Ammann. La Fox le sortira en Espagne le 3 septembre prochain.

Young Spanish directing talent



Jorge Sanchez-Cabezudo

Cabezudo's feature debut, *The Night Of The Sunflowers* (2006), was a classy thriller set in rural Spain following the lives of ordinary people in a remote village drawn to unexplained violence, which picked up a slew of awards at home. Now he is set to explode onto the international scene with several projects lined up with major outfit Mod Producciones, who produced *Agora*.

“Cabezudo is an incredibly talented director, very precise and very good at creating characters and atmospheres,” says Simon De Santiago at Mod Producciones.

Eduardo Chaperro Jackson

Chaperro Jackson is currently in post on his debut feature *Verbo* about a troubled teen who escapes into a fantasy world. The film is being produced by Enrique Lopez Lavigne (*28 Weeks Later*, *Sex And Lucia*). Chaperro-Jackson has already written and directed three short films, which won numerous awards across Europe.

Pepe Jordana, head of Prosopopeya Producciones and the producer of all of Chaperro- Jackson's shorts, says: “His films, aside from using little dialogue, portray very human subjects and feelings, which would appeal all over the world.”

Álvaro Pastor, Antonio Naharro, directing duo

Their feature debut *Yo, también* about a Down's Syndrome intellectual in love with a woman was a hit at San Sebastian last year, and screened at Sundance. The pair are next working on a couple of international co-production dramas.

“*Yo Tambien* is one of the stand-out local films from first-time directors. It was very thought provoking,” says Simon De Santiago at Mod Producciones.

Jorge Sanchez-Cabezudo

Superbe polar dans lequel une violence inexplicable frappe les habitants d'un village reculé de l'Espagne rurale, *La Nuit des tournesols* (2006), premier long de Jorge Sanchez-Cabezudo, a recueilli une pluie de récompenses en Espagne. Le réalisateur devrait triompher sur la scène internationale avec plusieurs projets au sein de la société Mod Producciones, productrice d'*Agora*.

« Cabezudo est un réalisateur incroyablement talentueux, très précis et qui a un vrai talent pour camper ses personnages et créer des ambiances », déclare Simón de Santiago chez Mod Producciones.

Eduardo Chaperro Jackson

Chaperro-Jackson termine actuellement la postproduction de son premier long, *Verbo*, qui voit un adolescent à problèmes se réfugier dans l'imaginaire. Le film est produit par Enrique López Lavigne (*28 semaines plus tard*, *Lucia et le sexe*). Auparavant il a écrit et réalisé trois courts multiprimés en Europe.

Pepe Jordana, directeur de Prosopopeya Producciones et producteur de tous ses courts-métrages : « Ses films, qui font un usage sobre du dialogue, dépeignent des sujets et sentiments très humains, qui peuvent toucher les spectateurs du monde entier ».

Álvaro Pastor, Antonio Naharro, directing duo

Leur premier long métrage *Yo, también*, qui met en scène un intellectuel trisomique amoureux d'une jeune femme, fut un hit l'année dernière à San Sebastian et a été projeté à Sundance. Le duo travaille sur plusieurs comédies dramatiques en coproduction internationale.

« *Yo, también* fait partie de ces films espagnols qui se démarquent parmi les premiers longs métrages. C'est un film délibérément provoquant », déclare Simón de Santiago chez Mod Producciones.

Jonas Trueba

The son of Spanish director Fernando Trueba, Jonas is currently putting the final touches on his debut feature *Todas Las Canciones Hablan De Mí*. The film is a romantic comedy set in the bohemian part of Madrid about a group of twenty-something's falling in and out of love. It stars Barbara Lennie and Miriam Giovanelli and is being produced by veteran film maker Gerardo Herrero through his outfit Tornasol Films. Comment: "My son has his own distinct voice and style. I have no doubt his debut feature will be a huge success as it is something very different and exciting," says Fernando Trueba.

Juan Antonio Bayona/Paco Plaza/Jaume Balagueró/Guillem Morales

A new generation of Spanish film-makers is becoming synonymous with fun, spooky films and these four from Barcelona represent the best with titles such as *The Orphanage* (Bayona), the *Rec* films (Plaza and Balagueró) and the hotly anticipated *Julia's Eyes*. Bayona is now working in the US on his English-language debut *Hater* for Universal Pictures, and will next shoot the thriller *The Impossible in Spain*.

"These are exciting young film makers making quality high profile films who aren't afraid to take risks," says Joaquín Padró, head of Rodar y Rodar, producers of *Julia's Eyes* and *The Orphanage*.



The Night of the Sunflowers

Jonas Trueba

Le fils de Fernando Trueba met actuellement la touche finale à son premier long métrage, *Todas Las Canciones Hablan De Mí*. Cette comédie romantique raconte les amours et déchirures sentimentales d'un groupe de jeunes d'une vingtaine d'années des quartiers bohèmes de Madrid. Le film est interprété par Bárbara Lennie et Miriam Giovanelli et produit par la société de Gerardo Herrero, Tornasol Films.

« Mon fils a un style et une voix bien à lui. Son film est étonnant, très particulier, je suis sûr qu'il aura beaucoup de succès », déclare Fernando Trueba.



Yo, También

Juan Antonio Bayona/Paco Plaza/Jaume Balagueró/Guillem Morales

Une nouvelle génération de réalisateurs espagnols est désormais synonyme de films d'horreur cools. Originaires de Barcelone, ces quatre-là en représentent le meilleur avec *L'Orphelinat* (Juan Antonio Bayona), les films *Rec* (Paco Plaza et Jaume Balagueró) et le très attendu *Les Yeux de Julia*. Bayona travaille actuellement aux Etats-Unis sur son premier film en anglais, *Hater* (pour Universal Pictures) et devrait bientôt tourner *The Impossible* en Espagne.

« Ces jeunes réalisateurs prometteurs font des films de qualité et n'ont pas peur de prendre des risques », déclare Joaquín Padró, directeur de Rodar y Roda (*Les Yeux de Julia* et *L'Orphelinat*).

Josep Moreno, Golem indie heart



Josep Moreno & Fatih Akin

How many digital screens do you have?

We currently have only two digital screens in the Pamplona multiplex, which are dedicated to 3D movies. But we are going to open a new complex in Bilbao, which will have 8 screens all with digital projectors. Four or five of the screens will be in 35mm as well, because this complex will be dedicated to a lot of films from independent distributors.

Does the VPF model work?

The VPF model doesn't work for indies: if you are going to release one movie on 40 digital prints, you have to pay VPF to 40 screens, then you have to go to other screens and you have to pay again. At the end of the day it is more expensive than 35mm. The government says the cinemas have to conserve cultural identity with a diversity of films, but if they don't put money in to digitize the indie cinemas, then, of course, people will choose films from the majors over those from the indie distributors. The government has to put money on the table and help find a model that works.

Do European films work in Spain?

In Spain we release 170 local films every year and they only have a share of about 10% of the box office. This is not enough. The same applies to European films. We have some success stories like *Agora*, *Welcome To The Sticks* and *Cell 211*, but we need a lot more.

How do you promote your cinemas?

We organize some festivals. This year is the 24th edition of "Cinema and Women" dedicated to female directors, whose films tend to perform well in our cinemas. Our "European Cinema Week" is dedicated to European premieres in Spain. And with the "Golem Summer", two months are dedicated to independent cinema in original version.

What do you make of the problems with piracy in Spain?

It is terrible. Our films are shown on the internet the same day as the theatrical release. Tackling piracy is paramount if we are to survive. There needs to be more legal content available online.

Interview with Enrique Pérez Font on www.europa-cinemas.org

Combien d'écrans numériques avez-vous?

Seuls deux de nos écrans sont numériques, dans notre multiplexe de Pampelune. Ils sont dédiés à la 3D. Les 8 écrans du complexe que nous ouvrons à Bilbao seront équipés en numérique. Quatre ou cinq de ces écrans auront aussi des projecteurs 35 mm car le cinéma passera principalement des films de distributeurs indépendants.

Le modèle VPF fonctionne-t-il?

Il ne fonctionne pas pour les indés: si vous sortez un film sur 40 copies numériques, vous devez payer un VPF à 40 écrans. Puis vous passez le film sur d'autres écrans et vous devez à nouveau payer. Au final, vous dépensez plus qu'en 35 mm. Le gouvernement dit que les cinémas doivent conserver leur identité culturelle avec une diversité de films. Mais s'il ne finance pas la numérisation des cinémas indépendants, les salles prendront les films des majors plutôt que ceux des indépendants. Le gouvernement doit mettre de l'argent sur la table et aider à trouver un modèle efficace.

Les films européens ont-ils du succès en Espagne?

170 films espagnols sortent par an et représentent à peine 10% des recettes. Ce n'est pas suffisant. Il en est de même pour les films européens. Il y a des réussites, comme celles d'*Agora*, de *Bienvenue chez les Ch'tis* et de *Cellule 211*, mais il nous faut beaucoup plus.

Comment faites-vous la promotion de vos salles?

Nous organisons des festivals. Cette année a lieu notre 24ème festival «Cinéma et femmes», dédiée aux réalisatrices, dont les films marchent plutôt bien dans nos salles. Notre « Semaine du cinéma européen » montre des films européens en première espagnole. Et les deux mois de notre « Golem Summer » sont consacrés aux films indépendants en VO.

Que pensez-vous du problème du piratage dans le pays?

C'est terrible. Nos films sont sur le net le jour de la sortie en salle. Il est primordial de lutter contre la piraterie si nous voulons survivre. L'offre légale de contenus devrait être plus large.

Entretien avec Enrique Pérez Font sur www.europa-cinemas.org

They have been successful in the Network ...and they could be tomorrow

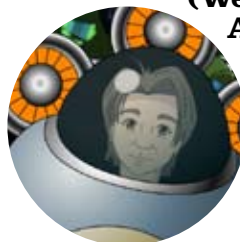


Eastern Plays (Kamen Kalev, Bulgaria)

This first film presented a year ago at the Directors' Fortnight in Cannes, has been quick to gain fans. Finalist in the Lux Prize of the European Parliament, it has won awards notably in Bratislava, Sofia, Tokyo, Warsaw and Angers. To date it has only been released in three countries. One of our 2009 favourites.

Depuis sa présentation il y a un an à la Quinzaine des Réaliateurs, ce premier film suscite l'adhésion. Finaliste du prix Lux du Parlement européen, il a notamment été primé à Bratislava, Sofia, Tokyo, Varsovie et Angers. Il n'est sorti que dans trois pays européens à ce jour. Peut-être notre coup de cœur de l'année 2009.

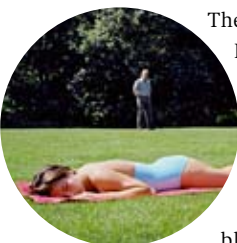
Plastic Planet (Werner Boote, Austria)



The success of this film in the Austrian Network theatres confirms the strength of Austrian documentaries in the tradition of Darwin's Nightmare and We feed the World. The film starts its international career this June in France.

Ce succès dans les salles autrichiennes du réseau confirme la force des documentaristes du pays, dans la lignée du Cauchemar de Darwin ou de We feed the World. Il commencera sa carrière à l'étranger par la France, en juin.

The Last Days of Emma Blank (Alex van Warmerdam, Netherlands)



The jurors of the Europa Cinemas Label in Venice rewarded a film with a good dose of black humour!

Dutch network theatres gave the film a good billing last year before it started its international career in Russia and Argentina. Further releases should not be long in coming. A Venice, les jurés du Label Europa Cinemas ont consacré un film à l'humour bien noir ! Les salles hollandaises du réseau lui ont réservé une bonne place l'année dernière, avant que le film n'entame sa carrière internationale par la Russie et l'Argentine. D'autres sorties devraient être rapidement confirmées.

Mademoiselle Chambon (Stéphane Brizé, France)



French critics were ecstatic about the new film by the director of Not Here to Be Loved, featuring an excellent acting duo. And audiences agreed: the film had over 100,000 admissions in Network theatres, and continues its career in Brazil and Argentina before opening in Germany.

Les critiques français ont été dithyrambiques pour saluer le nouveau film du réalisateur de Je ne suis pas là pour être aimé, porté par un grand duo d'acteurs. Le public a suivi : plus de 100 000 entrées, notamment, dans les salles du réseau. Le film poursuit sa carrière actuellement au Brésil et en Argentine, avant l'Allemagne.

The Misfortunates (Felix Van Groeningen, Belgium)

Belgian directors aren't afraid to poke fun at their surroundings or themselves. This film evoked unabashed laughter at the Directors' Fortnight a year ago. With over 400,000 admissions in Belgium, the film kept Network cinemas full in the Netherlands as well. After France it will soon go to Germany.



Les réalisateurs belges n'ont pas peur de rire de leur environnement ni d'eux-mêmes. Rires décomplexés à la Quinzaine il y a un an, puis 400 000 entrées en Belgique. Les salles du réseau aux Pays-Bas n'ont pas désempé. Après la France, il sera bientôt en Allemagne.

Reverse (Borys Lankosz, Poland)

Reverse, which we presented at our Annual Conference in November, had over 300,000 viewers in Poland and took first place in the rating by Network cinemas. A (failed) love story featuring a (terrible) spy, it blends genres and marks the coming of age of a director with a passion for his city, Warsaw.

Rewers, que nous avons présenté à notre Conférence annuelle en novembre, a réuni plus de 300 000 spectateurs en Pologne et pris la première place du classement des salles du réseau. Histoire d'amour (raté), film d'espion (lamentable), il mêle les genres et signe l'éclosion d'un cinéaste passionné par sa ville, Varsovie.



Julia's Disappearance (Christoph Schaub, Switzerland)

An intelligent comedy for all audiences, this success in German-speaking countries can count on Bruno Ganz to take it further afield.

Comédie plaisante et intelligente pour tous, ce succès pour l'heure cantonné aux pays germanophones peut compter sur Bruno Ganz pour le porter plus loin.

The Girl (Fredrik Edfeldt, Sweden)

Prize-winner at Berlin over a year ago then notably at Athens and Montreal, this film about the summer of a child on the threshold of adolescence has only been seen by festival-goers and Swedish audiences. A truly beautiful film nonetheless.

Primé à Berlin il y a plus d'un an, puis à Athènes et Montréal notamment, cet été d'initiation en compagnie d'une enfant à l'orée de l'adolescence, n'a pour l'heure pu être apprécié que des festivaliers et des spectateurs des salles suédoises.



Il s'agit pourtant bel et bien d'un beau film.

A Matter of Heart (Francesca Archibugi, Italy)

This Italian comedy, both funny and deadly serious, tells the encounter between two men with nothing in common to the delight of the viewer. A genuine success in Italian Network theatres featuring Kim Rossi Stuart and Antonio Albanese.



Cette comédie italienne, drôle et tout à fait sérieuse, orchestre la rencontre de deux hommes que tout oppose pour mieux réunir le spectateur. Vrai succès dans les salles italiennes du réseau. Avec Kim Rossi Stuart et Antonio Albanese.

Vicky the Viking (Michael Herbig, Germany)

Few are the German films for children that leave their country. But Vicky the Viking has met with great success in Spain, a country where Network exhibitors have a good deal of difficulty setting up activities for young audiences. Rares sont les films jeune public allemands qui quittent leur pays. Or Wickie a très bien marché en Espagne, le pays où les exploitants du réseau ont pourtant bien du mal à mettre en place des initiatives pour les jeunes spectateurs.



Everything Will be Fine (Christoffer Boe, Denmark)



Golden Camera for Reconstruction in 2003, Boe loves to create ambiances and introduce fantasy to disorient characters and viewers alike. Audiences look forward to watching this spy film at the Fortnight.

Caméra d'or pour Reconstruction en 2003, Boe aime les ambiances, le décalage, introduire de la fantaisie pour désorienter ses personnages et le spectateur. On est impatient de voir ce film d'espionnage présenté à la Quinzaine.

The City Below (Christoph Hochhäusler, Germany)



With This Very Moment and Low Profile, Hochhäusler made it into the ranks of up and coming new German directors. His success has been limited to reviewers. His new film will be shown in the section Un Certain Regard.

Avec Le bois lacté et L'Imposteur, Hochhäusler a rapidement été considéré comme l'un des principaux nouveaux réalisateurs allemands. Son succès se cantonne pour l'heure aux critiques. Son nouveau film est à Un Certain Regard.



New to Slovenia: the Art cinema network

Kinodvor, November 2009

Last November, Europa Cinemas supported “**Networks and the digitization of art cinemas**”, a two-day conference held in Ljubljana by Kinodvor, the largest arthouse cinema in Slovenia. The conference seems to have inspired Slovenian cinemas and the country’s professionals: Soon after, six cinemas formed a group on their own initiative with the goal of establishing an association of theatres that would connect small, mostly single-screen, cinemas and strengthen their, currently, disperse activities. These cinemas could in the next future enter the Europa Cinemas Network.

In March, the **Art cinema network** was created, with twenty member cinemas. Its goal is not only to enrich and diversify the film offer in Slovenia - two commercial companies represent 90% of the market and screen mostly US films - but also to establish a platform for the circulation of information. Furthermore, the network will develop common projects and lobby for cinemas members’ interests. Young audience development, promotion and digitalization of cinemas will be the association’s topics of priority.

The youth film education programme question in Slovenia has recently witnessed a change for the better in cultural policy, with the Ministry of Culture introducing a special fund for these initiatives as part of their cultural education support. These funds will soon finance a new film education programme of national importance.

There is, however, still **no national roll-out scheme for the digitalization** of cinemas in Slovenia. Multiplexes themselves have digitalized some of their screens, but there is not a single arthouse cinema with 2K yet. The issue was brought to the attention of the public authorities, and exhibitors are anxiously waiting for the Ministry of Culture to carry out a national survey to study the different options and propose a national digitalization model.

One of the public institutions that could play a vital role in this matter is the Slovenian Film Fund, which is expected to soon become the “**Slovenian Film Centre**” (in August 2010). This new status should enable it to operate along the same lines as similar institutions in other European countries.

En novembre dernier, une conférence intitulée « **Réseaux et numérisation des salles** » s’est tenue à Ljubljana avec le soutien d’Europa Cinemas, au Kinodvor, plus grande salle art et essai de Slovénie. La conférence semble avoir inspiré un mouvement d’envergure. 6 salles se sont ainsi spontanément réunies. Leur projet ? Réunir des petites salles, pour la plupart des mono-écrans et pour l’heure dispersées. Ces salles pourraient d’ailleurs intégrer le réseau Europa Cinemas.

En mars 2010, le **réseau Art cinema** a officiellement été créé avec 20 salles membres. Ce réseau vise non seulement à enrichir et diversifier l’offre de films dans les salles slovènes – alors que deux sociétés se partagent, en projetant surtout des films américains, 90% du marché -, mais aussi d’établir une plate-forme pour la circulation des informations. Le réseau étudiera l’activité de ses membres, mettra en place des initiatives communes et sera force de proposition au niveau politique, avec pour priorités les initiatives de programmes pour la jeunesse, la promotion et la numérisation des salles.

Les programmes pour la jeunesse et l’éducation à l’image ont déjà évolué dans le bon sens avec la mise en place, par le ministère de la Culture, d’un fonds spécial dans le cadre de son soutien à l’éducation culturelle. Un programme d’éducation au cinéma d’envergure nationale sera ainsi financé prochainement.

Du côté de la projection numérique, aucun plan n’est encore en place au niveau national. Les multiplexes ont investi dans la numérisation de certains de leurs écrans, mais aucune salle art et essai n’est équipée en 2K. Ce problème a été porté à l’attention des autorités. Est attendue, avec impatience, la mise en place prochaine par le Ministère de la Culture d’une enquête nationale qui étudiera les options possibles et devrait proposer un modèle pour la numérisation.

Le Slovenian Film Fund est l’institution qui devrait être appelée à jouer un rôle essentiel dans ce domaine. Elle devrait d’ailleurs devenir le « **Slovenian Film Center** » en août prochain, cette nouvelle structure lui permettant de fonctionner sur le modèle de ses homologues européens.

Markéta Colin-Hodouskova, Aleš Uhan

SHORT NEWS

15th Europa Cinemas Network Conference, 18-21 November, Paris



After Warsaw in 2009, Paris will host the next annual Conference of the Europa Cinemas Network, from 18-21 November 2010. Some 500 professionals will participate in discussions and workshops dealing with the transition to digital projection, new technologies, activities aimed at young audiences, marketing and cinema promotion. They will also have the possibility to watch 10 European films as preview premieres and a trailer programme. Registrations online from July www.europa-cinemas.org

Après Varsovie en 2009, Paris accueillera du 18 au 21 novembre prochains la 15^{ème} Conférence du réseau Europa Cinemas. Quelques 500 professionnels prendront part aux débats et ateliers sur la transition numérique, les nouvelles technologies, les activités pour le jeune public, le marketing et la promotion des salles. Ils pourront en outre assister à la projection d’une dizaine de films européens et de bandes-annonces. Inscriptions en ligne dès juillet www.europa-cinemas.org.

Young Audience Seminar in Bologna: Making an impression...



Every year since 2005, Europa Cinemas has organized a seminar dedicated to Young Audiences in collaboration with the **Cineteca di Bologna**, within the framework of the **Il Cinema Ritrovato** festival, dedicated to classic films.

This year the seminar will be held from Saturday 26th – Wednesday 30th June, and will be lead by Ian Christie (Vice-President of Europa Cinemas) and run by Madeleine Probst (Watershed Media Centre, Bristol) and Leendert de Jong (Filmhuis Den Haag, the Hague). The theme will be “Making an impression...”

The seminar will focus, in particular, on the impact which cinema and film theatres can have on an audience which is witnessing the advent of the digital era.

Furthermore, the workshop will continue to be a place of exchange of specific programming and event-organization practices aimed at young audiences.

Application deadline: Friday 4th June, 2010. For more information visit www.europa-cinemas.org

Comme chaque année depuis 2005, Europa Cinemas organise un séminaire dédié au Jeune Public en collaboration avec la **Cinémathèque de Bologne**, dans le cadre du Festival consacré au cinéma de patrimoine, **Il Cinema Ritrovato**.

Le séminaire aura lieu cette année du Samedi 26 au Mercredi 30 Juin. Dirigé par Ian Christie (vice-président d’Europa Cinemas) et animé par Madeleine Probst (Watershed Media Centre, Bristol) et Leendert de Jong (Filmhuis Den Haag, La Haye), il sera intitulé : « Impressionner le public ... ». La question de l’impact du film et des salles sur le public à l’ère du numérique sera abordée tout particulièrement.

Par ailleurs, l’atelier permettra comme à l’habitude d’échanger sur les pratiques spécifiques à la programmation et l’animation des salles en direction des jeunes spectateurs.

Date de limite de candidature : Vendredi 4 Juin 2010. Plus d’info sur www.europa-cinemas.org

Art Cinema = Action + Management



The 7th edition of the **CICAE’s European training seminar** for young professionals working in Arthouse cinemas will take place on 30 August - 8 September, during the next Venice Festival. The aim of this summer school is to pass-on, to the new generation of professionals, the specific know-how (methods, tools, ideas, contacts) for programming, animating, and managing a theatre dedicated to the distribution of quality cinema and European films. The training consists of a 9-day seminar, including theoretical lectures on market background (economics, law, policies, and new technologies), case studies, workshops and screenings. Applications online at www.cicae.org / Deadline: 31 May, 2010

La 7^{ème} formation européenne de la **CICAE** pour les jeunes programmeurs de salles art et essai se tiendra à nouveau à Venise durant la Mostra, du 30 août au 8 septembre. A travers des conférences théoriques sur le contexte de marché (économie, droit, politique, technologie), des cas pratiques, des ateliers et des projections de films, cette université d’été de 9 jours du secteur de l’art et essai, a pour ambition de transmettre à la nouvelle génération de directeur-programmateurs, le savoir-faire et les contacts utiles pour programmer, animer et gérer une salle de cinéma art et essai.

Formulaire d’inscription en ligne sur www.cicae.org / Date limite d’inscription : 31 mai 2010

DIGITAL CINEMA
CINEMA
NUMÉRIQUE

Europe's Finest: Europe-wide access to film catalogues



Europe's Finest is the first pan-European distribution project of digital European films supported by MEDIA. Founder Tilman Scheel explains it to us.

THE Europe's Finest project is run by Reelport. Reelport makes films available online for festivals, film markets, buyers and world sales. Europe's Finest offers digital films to cinemas and a "self-distribution" tool for producers. Once the film is in our database, the producer can propose his films to festivals and cinemas alike, even if they don't find a distributor in a specific territory. We propose outstanding classics by famous European directors (Bergman, Kaurismäki, or Polanski) and recent arthouse titles that made it in the festival circuit (*When a Man Comes Home*, *White Night Wedding*...). We've made a deal with Celluloid Dreams for commercial distribution in regular cinemas of some titles of their catalogue. We put all the titles in specific context, "packages" of 4 key Kaurismäki titles, for example, or series with a common subject such as "weddings". We have worked with cinemas and cinematheques all over Europe. The Polanski films have been very popular recently and Bergman proved successful in Norway. Given the rate of growth of our catalogue, we will soon be able to answer to many specific requests.

We deal in DCP (Digital Cinema Package). The majority of films are done by XDC, its technical partners, and Bewegte Bilder in Germany. We still work with shipments of hard disks, shipped directly from either our technical partners or us, and the key (KDM) delivery is done by our partners. We are currently also in discussions with companies such as Smartjog (for transmissions via satellite). Once a film is booked, it can arrive at the cinema within 2-3 days.

Europe's Finest est le premier projet, soutenu par MEDIA, de distribution paneuropéenne de films européens en numérique. Eclaircissements avec Tilman Scheel, son fondateur.

LE projet Europe's Finest est géré par Reelport. Reelport propose des films en ligne aux festivals, marchés, acheteurs et vendeurs. De son côté, Europe's Finest offre des films en numérique aux cinémas et un outil de distribution aux producteurs. Une fois le film dans notre base, le producteur peut le proposer aussi bien aux festivals qu'aux salles, même si le film n'a pas de distributeur dans le pays. Nous proposons des classiques de grands réalisateurs européens (Bergman, Kaurismäki, Polanski...) et des films d'auteur récents, vus dans les festivals (*When a Man Comes Home*, *White Night Wedding*...). Nous avons signé avec Celluloid Dreams pour la distribution commerciale dans les salles de certains titres de leur catalogue. Nous proposons aussi des cycles, autour d'un réalisateur comme Kaurismäki ou d'un thème comme le mariage. Nous avons travaillé avec des salles et cinémathèques de toute l'Europe. Récemment, les films de Polanski ont été très demandés et ceux de Bergman ont eu du succès en Norvège. Vu la croissance de notre catalogue, nous serons bientôt en mesure de répondre à de nombreuses demandes précises.

Les films sont en DCP (Digital Cinema Package). La plupart sont réalisés par XDC et ses partenaires techniques ainsi que Bewegte Bilder en Allemagne. Les films sont envoyés sur disques durs, par nos partenaires ou par nous-mêmes. Nos partenaires gèrent les clés (KDM). Nous discutons en outre avec des sociétés comme Smartjog (pour la transmission par satellite). La salle reçoit le film 2 ou 3 jours après l'avoir réservé.

"The business of library titles is based on single screenings in selected cinemas across the continent."

"Le business des films de catalogues, ce sont des projections uniques dans des salles bien déterminées, à travers tout le continent."

Two steps are taken before being able to offer a film. First we have to acquire the rights, which is especially difficult since the deal terms are untypical. We require at least 5 territories, which is why we deal mostly with worldsales companies like MK2, Celluloid or The Match Factory. Secondly we need to get hold of the material, which can be surprisingly tricky (one sales company did not have access to the material he sold!). Classics stored in public archives can be a nightmare to retrieve. And even if a film is stored in an archive, it does not mean that the quality of the print will be good. We take the best that we can get, be it the internegative, a first rate 35mm distribution print, or even an HD-CamSR if the previous digitisation has been well done. We have also produced subtitles for many languages and marketing material that can be used by the cinema. As a rule of thumb, our cost is 30-40 percent lower than the standard national fare for library titles.

Once the films are digitised, they are saved from dereliction. Not only does Europe's Finest provide outstanding titles to cinemas, but it also preserves European film heritage. This cultural aspect justifies the support that MEDIA, the Filmstiftung NRW and other funding bodies provide us, and it is also why archives, such as the Norwegian, Finnish, Czech and Amsterdam Archives, provide us with titles.

The strategy for the future is a database of films in a variety of formats for festivals, buyers and individual cinemas. We do everything possible to create events and labels that make it easier for the cinemas to do their local marketing. In 2010 we want to explore the subject of foreign communities, and will focus on providing them with titles from their country of origin.



I envision a situation where the exhibitor logs into our website, forages through the cinematic gems in our film library, finds a title that is of specific interest, and orders it to play it only a little time later."

Deux étapes sont nécessaires au préalable. Nous devons d'abord acquérir les droits, étape difficile car nous demandons les droits pour au moins 5 territoires, ce qui n'est pas courant. Aussi traitons-nous principalement avec des sociétés de ventes comme MK2, Celluloid ou The Match Factory.



Ensuite, nous devons mettre la main sur le matériel, ce qui, étonnamment, n'est pas si facile (une société n'avait pas le matériel qu'elle vendait!). Récupérer les films classiques stockés dans les archives publiques peut être un cauchemar. Et même si le film s'y trouve, la copie n'est pas forcément en bon état.

Nous prenons le meilleur support possible, qu'il s'agisse de l'internégatif, de la première copie 35 pour la distribution, ou même d'une version HD-CamSR, pourvu que la numérisation ait été bien faite.

Nous avons également produit des sous-titres dans plusieurs langues et des supports de promotion que les salles peuvent utiliser. En général, pour un territoire, notre offre est 30 ou 40% inférieure au tarif moyen d'un film de catalogue.

Un film numérisé, c'est un film sauvé de la détérioration. Non seulement Europe's Finest fournit aux salles des films importants, mais préserve aussi le patrimoine cinématographique européen. Cet aspect culturel justifie le soutien que MEDIA, la NRW Filmstiftung et d'autres organismes nous apportent, et c'est aussi pourquoi les Archives Norvégiennes, Finlandaises, Tchèques et d'Amsterdam nous fournissent des films.

Notre stratégie est de constituer une base de films disponibles dans plusieurs formats pour les festivals, les acheteurs et les salles de cinéma indépendantes. Nous faisons tout notre possible pour monter des événements et marques qui aident les salles à communiquer. En 2010, nous nous intéresserons aux communautés, et tâcherons de leur proposer des titres de leur pays d'origine. Je vois l'exploitant de salle qui se connecte à notre site, fouille à travers les joyaux du cinéma de notre bibliothèque et trouve un film qui présente un intérêt précis. Il le commande et, en très peu de temps, le projette. »

www.finest-film.com



Making the most of new technologies

In the last issue of the Europa Cinemas Network Review, we showed how several cinemas in the Network have been using the Internet to reach their audiences in dynamic and innovative ways. Here we will focus on four initiatives which intend to contribute to a convergence between the traditional cinema venues and new technologies: Upload Cinema in the Netherlands, XK Shorts in Germany, the European project, Digital Alfie, and Germany's Moviepilot.

UPLOAD Cinema was launched in Amsterdam in October 2008 as a monthly film club bringing the best web films to the big screen. There are now four cinemas participating: three Dutch Europa Cinemas members - De Uitkijk (Amsterdam), Cinerama (Rotterdam), Filmhuis (The Hague) - and Prokult in Germany's Kaiserslautern.

"Upload Cinema typically consists of a mix of all kind of video material around a specific monthly theme: home made movies, animation, archive material, news footage, commercials, scenes from motion pictures and documentaries," says co-director **Dagan Cohen**.

"However a large amount of the films we show is 'internet native', meaning that it is made for, or remixed, on the Internet," Cohen explains, noting that the programme is increasingly being distributed as a digital file via professional networks like Cinemanet or downloaded via ftp. "But of course we also can offer the program on DVD."

Dans la dernière édition de notre Network Review, nous avons montré comment les salles du réseau se servent d'Internet, avec dynamisme et sens de l'innovation, pour atteindre le public. Nous nous intéressons ici à quatre initiatives dont l'ambition est de faire converger salles traditionnelles et moyens technologiques modernes : Upload Cinema en Hollande, XK Shorts et Moviepilot en Allemagne ainsi que le projet européen Digital Alfie.

UPLOAD cinema a démarré à Amsterdam en octobre 2008 comme un club de cinéphiles qui sélectionnait une fois par mois les meilleurs films web pour les projeter ensuite en salle. Quatre cinémas participent désormais à l'opération : trois salles hollandaises membres d'Europa Cinemas - De Uitkijk (Amsterdam), Cinerama (Rotterdam) et Filmhuis (La Haye) - ainsi que le Prokult à Kaiserslautern en Allemagne.

« La démarche d'Upload Cinema consiste à proposer une fois par mois un mélange des genres vidéos autour de thèmes spécifiques : films maison, d'animation, d'archive, d'actualités, publicitaires, extraits de films de cinéma ou de documentaires », nous explique **Dagan Cohen**, son vice-président.

« Ceci dit, la plupart des films que nous projetons sont de purs produits Internet, c'est-à-dire faits pour le web ou transformés sur le web », précise-t-il, notant que ces program-

At the moment, Upload Cinema has around 2,000 registered members, but the cinemas often let non-members in on the night because of the strong interest in the programme.

Recently, a special programme was presented in the Amsterdam cinema to an audience of 1,000 celebrating five years of YouTube in a show lasting 2 ½ hours. The event was sold out twice in a row.

Always open to other cinemas joining the Upload network, Cohen says that the "biggest challenge at the start and every month is producing a great program that is exciting, entertaining, and offers food for thought and conversation. So, we prove that showing internet movies in a cinema is no gimmick, but a sustainable concept that remains interesting over the years."

XK Shorts, an innovative distribution system for cinemas with DCI compatible systems, is the brainchild of the KurzFilmAgentur in Hamburg which is one of the leading institutions in Germany and Europe for the distribution, sales and representation of quality short films.

Supported by Hamburg's Cultural Authority, and the regional film funds in Hamburg Schleswig-Holstein, Mecklenburg Vorpommern, Hessen and Baden-Württemberg, XK Shorts began operations officially in January with its first lineup of films including *Motodrom*, *Dangle*, *Terminal*, *Le Petit Dragon* and *Allons-y! Alonzo!*

"One cinema in Aschaffenburg receives the films via download, but as a rule the films are sent in 2K quality on hard disc," says **Axel Behrens**, head of theatrical distribution at the KurzFilmAgentur.

Participating cinemas can order individual films as well as sign up for the subscription service for a flat fee (depending on the cinema size) to receive 52 shorts over the year.

One challenge for the venture, though, is the traditional position of shorts in the cinemas which varies from country to country in Europe. Having a short as a supporting programme before the main feature is "quite usual" in France, and a revision to the German Film Law (FFG) last year gives support to cinemas who screen short films. But there is some convincing to do in the UK and a big question mark hangs over Eastern Europe. "This is where Europa Cinemas can help to spread the word about this new initiative," he suggests.

MEANWHILE, this June will see the launch of the Digital Alfie initiative, supported by the MEDIA Programme's Pilot Project Scheme, using digital technologies to enrich the cinema-going experience.

Eight cinemas across Europe - including the Europa Cinemas Network members Bio Rex Cinemas in Finland and Schauburg Karlsruhe in Germany - will be looking at ways to use social media to interact with their local audiences.

"The starting point is really the customer experience of going to the cinema," project manager **Frauke Feuer** explains. "One highly important part of this experience is the search for information on which film and sometimes also which cinema to go to."

mes sont de plus en plus distribués sous forme de fichier numérique via des réseaux comme Cinemanet ou téléchargés sur un serveur ftp. « Mais nous continuons néanmoins à le proposer en DVD. »

Aujourd'hui, Upload Cinema compte environ 2 000 membres. Lors des soirées, les salles ouvrent cependant souvent leurs portes aux non-membres, vu l'intérêt que ces programmes suscitent. Récemment, le cinéma d'Amsterdam a ainsi proposé une projection spéciale de deux heures et demie pour les cinq ans de YouTube. Deux séances de 1000 spectateurs étaient pleines.

Toujours ouvert aux salles qui voudraient participer à l'aventure, Cohen explique que son plus grand défi, tous les mois, « est de concevoir un programme divertissant, excitant, qui donne au spectateur matière à réfléchir et discuter. Nous avons montré que la projection de films du net dans les salles n'est pas une idée farfelue, qu'il s'agit au contraire d'un concept intéressant à long terme. »



XK Shorts est un système de distribution innovant, destiné aux salles dotées de systèmes répondant aux normes DCI. Il a été mis au point par la KurzFilmAgentur, basée à Hambourg, l'une des principales institutions tant en Allemagne qu'en Europe pour la distribution, la vente et la diffusion de courts métrages de qualité.

Subventionné par les services culturels de la ville de Hambourg et par les fonds cinématographiques régionaux de Hambourg, du Schleswig-Holstein, de Hesse et du Bade-Wurtemberg, XK Shorts a officiellement démarré au mois de janvier avec notamment *Motodrom*, *Dangle*, *Terminal*, *Le Petit Dragon* et *Allons-y! Alonzo!*

« Hormis le cinéma d'Aschaffenburg, qui reçoit les films en téléchargement, les films sont en général transmis en 2K sur disque dur », nous explique **Axel Behrens**, responsable de la distribution salle au sein de la KurzFilmAgentur.

Les cinémas partenaires peuvent commander leurs films à l'unité ou souscrire un abonnement (dont le prix dépend de la taille de la salle) leur permettant de recevoir 52 courts par an.



Schauburg, Karlsruhe

“The benefit of this project for the cinemas is that it is not just about the platform and other technological aspects, but about how to use and integrate the available tools,” she says. “Actually, just getting the tools is not a big problem - if you have the time, there is a lot of Open Source software on the Net to do it yourself.”

“What we as Digital Alfie will do is to take care of the big task of actually getting people to join your local online community on your website and then to interact with you as the local expert on film and also with each other,” Feuer stresses. “That means that we’ll bring the content and also provide the community management activity that is required. Our theme is the local cinema and its individual activities, so there is a lot of different content that we can bring and that we can get people involved in.”

ANOTHER initiative supported by the MEDIA Programme's Pilot Project Scheme is Moviepilot's “Support Your Local Cinema” (SYLC) action which aims to address the fact that, even though most European arthouse cinemas have their own websites, very few of them have embraced the various new developments of social networking, targeting, personalization and viral communication to intensify their relationship with their audiences.

Launched in 2007, Moviepilot has become one of the fastest growing film online communities in Europe with around 1.2 million users each month and 70,000 film fans as regular contributors on films to the website.

Apart from providing a unique personalized system of recommending films, Moviepilot has also sought to promote greater interaction between film-goers and their cinemas.

The “Mein Herz im Kino” campaign to find Germany's favourite cinemas was launched in 2008 and saw 30,000 votes cast on the Moviepilot site for hundreds of arthouse cinemas and multiplexes.

La place qu’occupe traditionnellement le court-métrage, très variable selon les pays européens, constitue un défi pour XK Shorts. En France, par exemple, présenter un court en début de séance est plutôt courant. En Allemagne, la loi sur le cinéma a été modifiée l’année dernière pour apporter un soutien aux cinémas qui projettent des courts. Au Royaume-Uni, au contraire, il faudra faire preuve de persuasion pour faire avancer les choses, tandis que l’Europe de l’est reste problématique. « Europa Cinemas peut jouer un rôle dans ces pays en se faisant le relais de notre initiative », souligne Axel Behrens.

SUBVENTIONNÉ par le programme MEDIA dans le cadre des Projets pilotes, Digital Alfie sera lancé au mois de juin. Le projet vise à utiliser les technologies numériques pour enrichir l’expérience du public.

Huit cinémas européens, dont deux membres du réseau Europa Cinemas – les salles Bio Rex en Finlande et le Schauburg de Karlsruhe en Allemagne – chercheront ainsi à utiliser les médias sociaux pour interagir avec le public.

« L’expérience de la sortie au cinéma, telle que la vit le spectateur, est le point de départ de notre projet », explique Frauke Feuer, la responsable du projet. « Cette expérience comporte un moment essentiel, celui de la recherche d’informations déterminant le choix du film et parfois de la salle. »

« Pour les salles, l’intérêt de ce projet ne réside pas seulement dans la mise à disposition d’une plate-forme ou d’une technologie, mais bien dans la proposition qui leur est faite d’apprendre à utiliser les outils et à les intégrer à leur propre démarche », précise Frauke Feuer, qui rappelle que « le problème n’est plus d’acquiescer les outils. Désormais, chacun peut, avec un peu de temps, trouver sur la toile les logiciels open source dont il a besoin. »

« La mission de Digital Alfie est d’amener le public à rejoindre votre communauté en ligne, sur votre site, puis d’agir avec vous pour favoriser le dialogue, à la fois entre la salle et les participants et entre les participants eux-mêmes », précise-t-elle. « Nous fournissons le contenu et prenons en charge la gestion de la communauté. Nous nous intéressons aux salles locales et à leurs activités. Nous pouvons donc proposer des contenus très divers pour impliquer le public. »



Motodrom

A second edition of this campaign will now announce the winners in May, and an ongoing tally of the Top 200 cinemas already sees several Europa Cinemas Network members like Berlin's Kino International, Hamburg's Abaton and Münster's Schlosstheater in the first 20.

The “Support Your Local Cinema” project, meanwhile, is aimed at European independent cinemas, according to moviepilot CEO Tobias Bauckhage, “so that they become acquainted with social media and engage with their audiences.”

“A first phase has seen us conducting a field study of 25 cinemas in Europe such as the Watershed (Bristol) or Cornerhouse (Manchester) and we want to draw up social activity and efficiency indexes, he adds. The study's findings would then be used to develop technological modules such as trailering or better newsletter tools for the cinemas.”



Alonso y I. Alonzo I

MEDIA soutient une autre initiative dans le cadre des Projets pilotes : l’action SYLC (Support Your Local Cinema) de Moviepilot. Même si la plupart des salles art et essai disposent d’un site Internet, rares sont celles qui ont intégré les évolutions technologiques des réseaux sociaux, du ciblage, de la personnalisation et de la communication virale pour intensifier leurs relations avec leurs différents publics.

Lancée en 2007, Moviepilot est, au niveau européen, l’une des communautés en ligne dédiée au cinéma qui croît le plus vite, avec 1,2 millions d’utilisateurs par mois et 70 000 cinéphiles qui proposent régulièrement des critiques.

Au-delà du service de conseil personnalisé, Moviepilot encourage l’interaction entre les cinéphiles et leurs salles.

La campagne « Mein Herz im Kino » (Cinéma chéri), lancée en 2008 pour connaître les cinémas préférés des Allemands, a recueilli quelques 30 000 votes portant sur des centaines de salles art et essai et de multiplexes.

La deuxième édition de cette campagne se clôture en mai. Selon une estimation récente des 200 salles les plus citées, de nombreux membres du réseau Europa Cinemas figureront dans les 20 premiers, notamment le Kino International de Berlin, l’Abaton de Hambourg et le Schlosstheater de Münster.

« Le projet Support Your Local Cinema se tourne désormais vers les salles indépendantes européennes, explique Tobias Bauckhage, le directeur de Moviepilot, afin qu’elles se familiarisent avec les médias sociaux et aillent ainsi à la rencontre de leur public. »

« Nous avons d’abord mené une enquête de terrain auprès de 25 cinémas européens, dont le Watershed (Bristol) et le Cornerhouse (Manchester), pour mesurer l’activité et l’efficacité des salles dans le domaine des réseaux, précise-t-il. Les résultats serviront à concevoir des modules pour réaliser des bandes-annonces ou de meilleurs outils de rédaction de newsletter pour les cinémas. »

Martin Blaney

www.uploadcinema.nl • www.xkshorts.com
www.digitalfie.com • www.moviepilot.de

Asia: one continent, many markets

TAKING a snapshot only ever tells you the situation at the very moment you take the picture. It doesn't tell you where things are coming from, nor where they are going.

Taking a snapshot approach, it is easy to be gloomy about the insularity of cinema in many Asian countries and about the lack of a unified Asian film market. Most Thai films will never see the inside of a Japanese, Chinese or Korean multiplex. South Korean films, although the darlings of the festival circuit, are currently considered box office poison in most of the region. And, yes, Hollywood blockbusters are the most common denominator linking the different Asian film economies.

But, were the black and white weather chart to be replaced with a moving map, the impression would be far more dynamic and positive.

The past two decades have witnessed the growth of cross-border trade and cultural flows, and with that quite extraordinary development of national cinemas. What is new in the 21st century is the speed and scale of change, and

UNE photographie ne montre que le moment présent, ne vous dit rien de ce qui précède ou du futur.

D'un point de vue rapide, les cinématographies d'Asie sont fermées sur elles-mêmes et l'absence d'un marché asiatique unifié du cinéma est à regretter. La plupart des films thaïlandais ne connaîtront jamais les multiplexes japonais, chinois ou coréens. Les films sud-coréens, petits chéris des festivals, sont la bête noire des salles de la région. Les blockbusters américains restent le dénominateur commun entre les marchés asiatiques.

En revanche, si l'on adopte une vue plus générale, l'impression se fait plus dynamique, optimiste.

Les deux dernières décennies ont ainsi vu croître les échanges commerciaux et de produits culturels. Les cinématographies nationales ont connu une croissance exceptionnelle. L'étendue et la rapidité de ce changement auquel participent des pays autrefois repliés sur eux-mêmes sont la vraie nouveauté de notre 21^{ème} siècle. Quelques constats s'imposent.

En Chine, les recettes ont été multipliées par 7,5 en neuf ans.

which, previously insular countries, are now participating. Consider these points:

-In the past nine years the Chinese box office has enjoyed a 7.5x expansion.

-The past 15 years have seen Korea go from (culturally) hermit state to bubble economy, then to a more stable film industry. It is roughly comparable with France in that local films and Hollywood stand head to head, and films from elsewhere struggle for the remaining 10%.

-In India, five Hollywood studios have begun actively producing local language films in just the past five years.

The growing together of Asian cinema has not been about European-style co-production, driven by inter-governmental treaties or elaborate subsidy schemes.

Rather it is driven by cold, hard economics and by diversifying consumer tastes that have been made more cosmopolitan through developing media and in some cases by direct action such as film festivals. An example of that is the Pusan film festival, whose head, Kim Dong-ho, attended a UNESCO conference 15 years ago and was exposed to films

La Corée est passée du statut d'ermite à une culture florissante. L'industrie du cinéma s'est stabilisée et peut être comparée à l'industrie française : films nationaux et hollywoodiens y font jeu égal, les productions du reste du monde luttant pour les 10% restants.

En Inde, cinq ans auront suffi pour que cinq studios américains s'activent dans la production en langue locale.

Le rapprochement des cinémas asiatiques ne s'est pas fait, comme en Europe, à l'aide de traités et de subventions.

Il est plutôt la conséquence de conditions économiques dures et de la diversification des goûts du public, qui s'est ouvert à l'étranger grâce au développement des médias et parfois à des actions spécifiques, tel le festival de Pusan. Kim Dong-ho, son directeur, avait pu voir, lors d'une conférence de l'UNESCO, il y a 15 ans, des films d'autres pays asiatiques pour la première fois de sa vie. Deux ans plus tard il créait le festival, l'un des plus influents d'Asie pour les coproductions, les lieux de tournage et les débats sur les cadres législatifs.

Plus largement, les économies asiatiques se sont développées depuis 20 ans, tissant des liens entre elles, et la culture a suivi.

N'oublions pas que les films japonais étaient interdits en Corée il y a 15 ans. Les films indiens l'étaient au Pakistan il y a trois ans. Il n'y a toujours pas de libre-échange en matière de cinéma entre la Chine et Taïwan. Aujourd'hui, grâce à la normalisation des échanges, à l'Internet et même aux Dvd et téléchargements, le public peut voir beaucoup plus de films étrangers. Les films coréens ne sont peut-être pas si populaires qu'il y a 5 ans lors de la vague coréenne sur la région, mais les téléfilms sont largement suivis et des groupes comme Rain, Super Junior et Wonder Girls ont des fans dans toute la région. Le même phénomène touche les artistes taïwanais ou japonais. Tous les producteurs de Hong Kong, Taïwan, Singapour et Corée du sud bâtissent en conséquence leurs films pour toucher le public chinois, en introduisant une star de la pop au casting.

Même si l'on peut toujours pointer les limites de l'intégration, la tendance est à l'ouverture.

Qui plus est, la croissance ne se fait pas toujours via les salles. Depuis trois ans, en Inde, ce sont un distributeur de vidéos ambitieux et trois chaînes de télé qui ont lancé des films « du monde ». Après avoir gagné un public, l'une d'entre elles distribue en salle des films d'auteur européens. En Chine, si les quotas d'importation des films sont toujours aussi sévères, les ventes aux chaînes sont plus souples. Et en Corée, pays high-tech, il faut désormais compter avec la VoD.

Les entreprises européennes devraient cesser d'avoir peur de la croissance de l'Asie et en saisir les opportunités. Lorsque le marché aura mûri, les opportunités seront encore plus nombreuses.

from elsewhere in Asia for the first time. Two years later he set up the festival that has become Asia's most influential. It is now a powerful force for regional co-operation in terms of cross-border film finance, locations and regulation.



At the wider economic level, the last two decades have seen Asian economies grow and become more involved with each other – as that happened, culture has followed.

It is easy to forget that 15 years ago Japanese films were banned in Korea, that Indian films were banned in Pakistan until three years ago, and that there is still not a free film trade between China and Taiwan. Today, thanks to growing commercial normalisation, to the development of the internet and even to pirate DVDs and downloads, people get to see much more of each other's film output. Korean films may not be quite as popular as they were five years ago when the 'Korean Wave' washed much of the region, but Korean TV dramas are still widely watched and its music acts like Rain, Super Junior and Wonder Girls have huge regional followings. Ditto Taiwanese or Japan performers. As a consequence every ambitious film producer in Hong Kong, Taiwan, Singapore or Korea is these days structuring their film in order to address a mainland Chinese audience and trying to cast a pop idol.

While it is always possible to point to the limits of integration, these limits are expanding.

What is doubly interesting is that growth does not always come through normal, theatrical channels. In the past three years India has seen an influx of 'world cinema' driven by an ambitious video distributor and the launch of three competing TV channels. After softening up its audience, one of them is now giving theatrical premieres to its Euro art-house acquisitions. In China, the theatrical import quotas are still fearsome, but sales to TV are much looser. And in high-tech Korea, IPTV-based VoD is becoming a force to be reckoned with.

If there is a lesson for European film companies in this, it might be to stop fearing the growth of Asia and to start enjoy the economic benefits. For, as the region grows and matures, it will throw up many more opportunities.

Patrick Frater, Hong Kong



The Cinema Visionario, in Udine, not satisfied with just entertaining this city of 100,000 residents in the North-East of Italy, since 1999 has organised the Far East festival, which showcases popular films from the Far East. Thomas Bertacche, coordinator of Centro Espressioni Cinematografiche, comments.

"Asian identities are very pronounced. Our western view tends to make everything uniform and does not allow a proper understanding of Asia. Our festival highlights both the commonalities and unique characteristics of the various different Asian cinematographies.

The Far East is the European festival of popular Asian films with 50,000 people attending: young people, families, students, journalists, from Italy and abroad. For its 12th edition, at the end of April, the festival presented 70 films, meetings and a symposium on distribution in Europe and in Asia. The event slots into the town notably by organising a market selling Oriental and local products. In parallel, the Ties that bind workshop brings together 10 producers from Asia and Europe, in Udine and then at the Pusan festival in October. With the term "popular", we are setting ourselves apart from festivals dedicated to "artistic" films. But I do not believe there is a big difference. True, we show genre films, from detective to horror, from comedy to melodrama, but no one is saying they are not films d'auteur!

These cinematographies do not have the status they deserve in Europe. The way distribution is allotted prevents major investments. Pan-European distribution, which the European Community could aid, would facilitate their circulation. Nevertheless, you can still see them in the festivals and unfortunately illegally download them.

Departures was warmly received at the festival, so we distributed it with our company Tucker Film. We have since bought the rights to the South Korean western *The Good, the Bad, the Weird*, by Kim Jee-Won.

Films to recommend? *Identity*, a black Indonesian comedy and *The Arrival*, the latest film by Philippine Erik Matti."

Le Cinema Visionario, à Udine, non content d'animer cette ville de 100 000 habitants du nord-est de l'Italie, organise depuis 99 le festival Far East, rendez-vous des films populaires de l'extrême orient. Propos de Thomas Bertacche, coordinateur du Centro Espressioni Cinematografiche.

« Les identités asiatiques sont très fortes. Notre vision occidentale uniformise tout et ne permet pas une compréhension réelle de l'Asie. Notre festival met en valeur les traits communs et spécificités des différentes cinématographies asiatiques.

Le Far East est le festival européen des films populaires d'Asie. 50 000 spectateurs y assistent, jeunes, familles, étudiants, journalistes, d'Italie mais aussi de l'étranger. Pour sa 12ème édition, fin avril, le festival a proposé 70 films, des rencontres, un colloque sur la distribution en Europe et en Asie. La manifestation s'inscrit dans la ville en organisant notamment un marché de produits orientaux et locaux. En parallèle, l'atelier Ties that bind réunit 10 producteurs d'Asie et d'Europe, à Udine puis au festival de Pusan en octobre. Avec le mot "populaire", nous nous distinguons des festivals dédiés aux films "artistiques". Mais je ne crois pas qu'il y ait une grande différence. Nous présentons, certes, des films de genre, du policier à l'horreur, de la comédie au mélodrame, mais personne ne dit que ce ne sont pas des films d'auteur!

Ces cinématographies n'ont pas la place qu'elles méritent en Europe. Le morcellement de la distribution empêche les investissements importants. Une distribution paneuropéenne, que la Communauté européenne pourrait aider, faciliterait leur circulation. Reste qu'on peut toujours les voir dans les festivals et, malheureusement, en téléchargement illégal.

Departures avait reçu un bon accueil au festival, alors nous l'avons distribué avec notre société Tucker Film. Nous avons depuis acheté les droits du western sud-coréen *The Good, the Bad, the Weird*, de Kim Jee-Won.

Des films à conseiller ? *Identity*, une comédie noire indonésienne, et *The Arrival*, le dernier film du philippin Erik Matti. »

RETURN TO HONG KONG FILMART

At Filmart 2010, Europa Cinemas saw the recovery of European film in the Japanese and Hong Kong markets. With the crisis, the distributors, many of whose films in the catalogue had not yet been released, had limited their purchases in 2009. Commercial activity has now resumed, albeit at a reduced pace and with lower total takings than in the past. The successes of *Oceans* (2 million admissions in Japan to date), *Coco Before Chanel* (200,000 in Korea, 86,000 in Hong Kong) and, of course, *Slumdog Millionaire*, encourage a sense of optimism, at the very least for a mainstream cinema audience. The Chinese market, however, is tough to penetrate, but of-

fers key prospects for European cinema: the reciprocal approach established by the future MEDIA Mundus programme, and the important status accorded to Chinese films on the European screens of the Network, will be a valuable collaboration tool with the local players.

Europa Cinemas a pu constater au Filmart 2010 la reprise du marché des films européens au Japon et à Hong Kong. Avec la crise, les distributeurs, dont de nombreux films au catalogue n'étaient pas encore sortis, avaient limité leurs achats en 2009. L'activité a donc bien repris, même si le rythme

et les montants sont moins élevés que par le passé. Les succès d'*Océans* (2 millions d'entrées au Japon à ce jour), *Coco avant Chanel* (200 000 en Corée, 86 000 à Hong Kong) et, bien sûr, de *Slumdog Millionaire*, incitent à l'optimisme, tout au moins pour un cinéma grand public. Quant au marché chinois, difficile d'accès, il constitue un horizon majeur pour le cinéma européen. A ce titre, la logique de réciprocité instaurée par le futur programme MEDIA Mundus et la place importante accordée sur les écrans du réseau en Europe aux films chinois seront un instrument précieux de collaboration avec les interlocuteurs locaux.

Taking stock after the first year



Lemon Tree

227 cinemas in Europe and 134 in Asia, Latin America and the Mediterranean participated in the first year of the Europa Cinemas International programme, organised in the context of the preparatory action MEDIA International.

JAPANESE cinema dominates in Europe. Apart from the first place taken by the Argentinean film *The Secret in Their Eyes*, the Oscar for Best Foreign Film which was widely billed by Spanish Network cinemas, three Japanese productions figure among the top 5 films programmed by partner cinemas: *Departures*, *Still Walking* and *Ponyo* had over 175,000 viewers in all. An improvement that reconfirms the export potential of Japanese cinema, spearhead of the *soft power* championed by the state.

Notable also are the top spots of the Chinese films *Red Cliff II* in the Czech Republic and *The Drummer* in Germany (700 screenings and over 10,000 admissions), as well as the Israeli films *Lemon Tree* and *Lebanon* in Italy (respectively 29,000 and 18,000 admissions in participating cinemas).

In the cinemas of Asia, Latin America and the Mediterranean Basin – now prompted by Europa Cinemas International to programme European films – *Slumdog Millionaire* occupied first place as in Europe. Next came *The Reader* and *Broken Embraces*, followed by two French films, *The Class** and *Coco Before Chanel**. In all 2,984,457 viewers attended Network theatres in these regions to see European films in 2009! While Argentinean audiences favoured *Gardens in Autumn** and *Cherry Blossoms*, Mexican cinemas celebrated *The True Story of Puss'N Boots* (27,000 admissions) and Japan gave a very warm welcome to *The Girl by the Lake* as well as three heritage films: *The Young Girls of Rochefort*, *The Umbrellas of Cherbourg* and *The Red and the Black*, which together had over 30,000 viewers!

227 cinémas en Europe et 134 en Asie, Amérique latine et Méditerranée ont participé à la première année du programme Europa Cinemas International, organisé dans le cadre de l'action préparatoire MEDIA International.

EN Europe, le cinéma japonais domine. En dehors de la première place du film argentin *Dans ses yeux*, Oscar du meilleur film étranger fortement porté par les salles espagnoles du réseau, trois productions japonaises figurent au top 5 des films programmés par les salles partenaires : *Departures*, *Still Walking* ET *Ponyo sur la falaise* ont réuni, ensemble, plus de 175 000 spectateurs. Une embellie qui confirme les ambitions à l'export du cinéma nippon, fer de lance du *soft power* mis en avant par l'Etat.

A noter aussi les premières places des films chinois *Red Cliff II* en République Tchèque et *The Drummer* en Allemagne (700 séances, plus de 10 000 entrées), mais aussi des films israéliens *Les citronniers* et *Lebanon* en Italie (respectivement 29 000 et 18 000 entrées dans les salles participantes).

Dans les salles d'Asie, d'Amérique latine et du bassin méditerranéen – où elles sont donc incitées à programmer des films européens - *Slumdog Millionaire* occupe, comme en Europe, la première place. Suivent *The Reader* et *Los Abrazos Rotos*, puis deux films français, *Entre les murs** et *Coco avant Chanel**. Au total, 2 984 457 spectateurs se sont rendus dans les salles du réseau dans ces régions pour voir des films européens en 2009 ! Alors que l'Argentine a plébiscité *Jardins en Automne** et *Kirschblüten – Hanami*, les salles mexicaines ont fêté *La véritable histoire du Chat Botté* (27 000 entrées) et le Japon a réservé un très bon accueil à *La ragazza del lago*, mais aussi à trois films de patrimoine : *Les demoiselles de Rochefort*, *Les parapluies de Cherbourg* et *Le rouge et le noir*, qui ont réuni plus de 30 000 spectateurs !

With a growing number of participating cinemas (339 in Europe, 161 in the rest of the world, including cinemas in Peru and Costa Rica for the first time) and bolstered by a high quality European production as demonstrated by the positive figures enjoyed by European films in the Network, 2010 announces the best prospects for Europa Cinemas international.

* Films also receiving distribution support from Europa Cinemas

Avec un nombre croissant de cinémas participants (339 en Europe, 161 dans le reste du Monde, dont pour la première fois des salles au Pérou et au Costa Rica), et portée par une production européenne de qualité, comme en témoignent les bons chiffres du réseau pour les films européens, l'année 2010 s'annonce sous les meilleurs auspices pour Europa Cinemas International.

* Films également soutenus en distribution par Europa Cinemas

For further information : ggaubert@europa-cinemas.org. Applications for participation in Europa Cinemas International for 2011, the first year in the context of MEDIA Mundus, are scheduled to open in July.

Plus d'info : ggaubert@europa-cinemas.org. Les candidatures pour participer à Europa Cinemas International en 2011, première année dans le cadre de MEDIA Mundus, devraient être ouvertes en juillet.

Distribution support outside Europe

The distribution support programme, created in 2004 within the framework of the MEDIA programme and coordinated ever since by Europa Cinemas, continues to expand, with 64 funded releases in 2009. This system which relies on financial assistance with the P&A costs invested by the distributors from Latin America, Asia and the Mediterranean for the release of European titles last year involved 34 companies in 10 countries (47 films from 12 European countries).

In India, Superfine will oversee the release of *The Descent II* (Harris, GB) whilst Star Entertainment has taken care of *Vertige* (Ferry, FR).

Historical films also feature with, amongst others, the scheduled releases of *Vincere* (Bellocchio, IT) in Argentina (CDI), *Agora* (Amenabar, ES) and *Baaria* (Tornatore, IT) in Singapore (Shaw), *Flammen & Citronnen* (Madsen, DK) in Columbia (Cineplex) or the Palme d'Or 2009 winner *The White Ribbon* (DE) in Brazil (Imovision) and in Columbia (Babilla).

Finally, **the characters** of John Keats (*Bright Star*, Campion, GB), *Molière* (Tirard, FR), *Séraphine* (Provost, FR), Dalí (*Little Ashes*, Morrison, GB), Coco Chanel (*Coco & Stravinsky*, Kounen, FR)... and a knife-throwing chef (*Soul Kitchen*, Akin, DE), will be honoured, with releases managed by respectively Golden Scene (Hong Kong), Cetera (Japan), Cineplex (Columbia), PanCinema (Korea), Imovision (Brazil) and Lev Cinema (IL).



The White Ribbon in Brazil

The dominant position given over to genre films is borne out in 2010 and was already hinted at in 2009 with, in particular, the release of *[REC] 2* (Balagueró and Plaza, ES) in Taiwan (Flash Forward Entertainment), and that of *The Girl with the Dragon Tattoo* (Oplev, SE) in Argentina (Energia Entusiasta), Columbia (Cine Colombia) and Tai-

a concerné l'année dernière 34 sociétés implantées sur 10 territoires (47 titres issus de 12 pays européens).

D'ores et déjà se confirme en 2010 la place prépondérante faite aux films de genre, pressentie en 2009, avec notamment la sortie de *[REC] 2* (Balagueró et Plaza, ES) à Taïwan (Flash Forward Entertainment), et celle de *Män som hatar kvinnor* (SE, Oplev) en Argentine (Energia Entusiasta), en Colombie (Cine Colombia) et à Taïwan (Filmware). En Inde, Superfine s'occupera de sortir *The Descent II* (Harris, GB) tandis que Star Entertainment a pris soin de *Vertige* (Ferry, FR).

Les films historiques ne sont pas laissés de côté, avec entre autres les sorties prévues de *Vincere* (Bellocchio, IT) en Argentine (CDI), *Agora* (Amenabar, ES) et *Baaria* (Tornatore, IT) à Singapour (Shaw), *Flammen & Citronnen* (Madsen, DK) en Colombie (Cineplex) ou encore la Palme d'Or 2009 *Das weisse Band* (DE) au Brésil (Imovision) et en Colombie (Babilla).

Enfin, **les personnages** de John Keats (*Bright Star*, Campion, GB), *Molière* (Tirard, FR), *Séraphine* (Provost, FR), Dalí (*Little Ashes*, Morrison, GB), Coco Chanel (*Coco & Stravinsky*, Kounen, FR)... et d'un cuisinier lanceur de couteaux (*Soul Kitchen*, Akin, DE), seront mis à l'honneur, avec des sorties conduites respectivement par Golden Scene (Hong Kong), Cetera (Japon), Cineplex (Colombie), PanCinema (Corée), Imovision (Brésil) et Lev Cinema (IL).



Turkish *Umut Sanat* believes in the future

Within the framework of the Eurimages programme, Europa Cinemas supports cinema exhibition in the member states of the Council of Europe. In this Network Review we have chosen to focus on Turkey because, in terms of number of cinemas and screens, it is the most prominent country in the Eurimages / Europa Cinemas Network. This is an interview with Nida Karabol Akdeniz, General Manager of the Umut Sanat Group, which has three cinemas in the Network: Kocaeli Ncity Sinemalari and Outlet Center both in Izmit, not far from Istanbul, and Kardelen Sinemalari in Bolu.

Many cinemas, especially art-house cinemas, even located in Istanbul, have been closing down since the beginning of the economic crisis. Could you tell us if this trend is now over?

For the past few years the situation for small or art-house cinemas has been very difficult due to the economic crisis. These theatres have less screening opportunities because of their small capacities and their policy to screen European and independent films. We had to close down three of the six cinemas we own as a result. One cinema, Feriye, was supported by Eurimages but unfortunately it was not enough to keep it running.

Many factors contribute to this trend. There are, of course, the effects of the economic crisis, but it is also true that Turkish audience in general chooses cinemas in big shopping malls because they have a bigger range of films to choose from.

Dans le cadre du programme Eurimages, Europa Cinemas soutient les salles de cinéma dans les pays membres du Conseil de l'Europe. Nous avons choisi ici de mettre l'accent sur la Turquie, pays le plus représenté dans le réseau Eurimages / Europa Cinemas en terme de nombre de cinémas et d'écrans. Entretien avec Nida Karabol Akdeniz, directrice générale du groupe Umut Sanat, qui compte trois salles dans le réseau : les Kocaeli Ncity Sinemalari et Outlet Center à Izmit, près d'Istanbul, et le Kardelen Sinemalari à Bolu.

De nombreux cinémas, notamment art et essai, ont fermé depuis le début de la crise économique, y compris à Istanbul. Cette période est-elle derrière vous?

Les dernières années ont été difficiles pour les petites salles art et essai en raison de la crise. Leur taille et leur choix de programmer des films européens et indépendants leur laissent moins de liberté de programmation. Nous avons dû fermer trois de nos six salles. Le Feriye, notamment, était soutenu par Eurimages, mais ça n'était malheureusement pas suffisant pour assurer son fonctionnement.

Les effets de la crise sont une cause évidente, mais il est également vrai que le public turc privilégie les cinémas des centres commerciaux, qui offrent un plus grand choix. En outre, les distributeurs de blockbusters obligent les salles à garder les films aussi longtemps que possible à l'affiche.

Le public est conditionné par les films américains et montre peu d'intérêt pour les films indépendants, turcs ou euro-

The distributors of blockbusters also force theatres to keep films as long as possible.

The Turkish audience is conditioned by American films and does not show enough interest in independent Turkish or European films. As a matter of fact, the last Golden Bear in Berlin, the Turkish film *Bal (Honey)* by Semih Kaplanoglu, has only been released in a few cinemas in Turkey! Cinemas have to compete with TV, and help given by the State to support the film and exhibition industry is not sufficient.

How can your three remaining cinemas continue to programme European films in the current context?

Umut Sanat is one of the founders of the Cinématheque in Turkey. We've been aiming to distribute European films in Turkey since 1973. We have been keeping this policy on our programming in Umut Sanat cinemas since 1996. Eurimages made an important contribution to this effort.

Ncity and Outlet theatres are in shopping malls and have 6 and 7 screens respectively. This allows us to offer the audience different options. We are expecting an improvement of the number of admissions in a near future at the Outlet, thanks to some innovations in the design and new technical features. Regarding our cinema Kardelen in Bolu, it is safe because it is rented from the Ministry of Culture and Tourism.

Of course the main income for the cinemas is the box office as well as advertising and sponsorship. Due to the economic crisis, income from advertising and sponsorship was cut, but we hope for a change and a more sustainable situation in a near future.

What other supports are at your disposal besides our support?

We are working to find solutions with the Ministry of Culture and Tourism. One solution would be to remove or reduce the entertainment tax of 18%. We also think that theatres that show mostly Turkish and European films should be supported financially. As a result of our efforts, many Turkish productions were supported by the Ministry. We are confident that this will continue.

Finally, what makes you think that digitisation could help you overcome these difficulties?

We think that equipping theatres with digital technology will significantly reduce the current costs associated with prints, which would, in turn, bring down the cost of distribution and reduce ticket prices. Digital technology can change the audience's habits and they can choose to watch films in theatres instead of watching them on television.



Nida Karabol Akdeniz

peens. Le film de Semih Kaplanoglu, *Bal (Honey)*, qui a reçu l'Ours d'or à Berlin, n'est ainsi sorti que dans quelques cinémas en Turquie ! Les salles sont en concurrence avec la télévision et l'aide de l'État à la production et à l'exploitation n'est pas suffisante.

Comment, dans le contexte actuel, vos trois cinémas continuent-ils à programmer des films européens ?

Umut Sanat est l'un des fondateurs de la Cinémathèque turque. Nous distribuons des films européens en Turquie depuis 1973. Depuis 1996, nous avons poursuivi cette politique de programmation dans nos salles. Eurimages a beaucoup contribué à cet effort.

Les salles Ncity et Outlet, qui comptent respectivement 6 et 7 écrans, sont situées dans des centres commerciaux. Nous proposons ainsi un certain choix au public. Les entrées devraient progresser au cinéma Outlet, car nous avons amélioré le design et la partie technique. Quant au Kardelen à Bolu, nous n'avons pas de crainte car nous louons la salle au Ministère de la Culture et du Tourisme.

Les recettes ainsi que la publicité et les sponsors constituent bien sûr la principale source de revenus pour les cinémas. En raison de la crise, les revenus de la publicité et du parrainage se sont effondrés, mais nous comptons sur une reprise à court terme.

De quels autres soutiens que celui d'Europa Cinemas / Eurimages disposez-vous ?

Nous nous efforçons de trouver des solutions avec le ministère de la Culture et du Tourisme. Supprimer ou réduire la taxe sur les spectacles (de 18%) en serait une. Nous pensons aussi que les cinémas qui montrent principalement des films turcs et européens devraient être soutenus. À la suite de nos efforts, de nombreuses productions turques ont été soutenues par le ministère. Nous avons confiance, cela va continuer.

Enfin, pourquoi pensez-vous que le numérique peut vous aider à surmonter ces difficultés?

La projection numérique va permettre de réduire les coûts des copies et donc de la distribution, ce qui se répercutera sur le prix du billet. Cette technologie peut aider à changer les habitudes du public, qui pourrait préférer regarder les films en salle plutôt qu'à la télévision.

La Pivellina: One year around the world

A year ago, Tizza Covi and Rainer Frimmel's *La Pivellina* had its world premiere in the Directors' Fortnight sidebar of the Cannes Film Festival and was awarded the Europa Cinemas Label.

THE film tells the story of Asia, a two-year-old girl abandoned in a park who is taken in by the circus artist Patty. "We had submitted a version that was still not complete to the selectors in Cannes and were really pleased that they picked the film on the strength of what they saw," Rainer Frimmel recalls. This was the first time that the directorial duo had been invited to an official section at Cannes, although their previous film, the documentary *Babooska*, had been shown by the ACID organisation.

Frimmel adds that they had sent Francois Yon of the Paris-based sales agent Films Distribution a DVD of *La Pivellina* as a work in the final editing stage before the invitation arrived from Cannes. Yon points out that three territories were sold in Cannes: for Belgium (Imagine), Italy (Officine Ubu), and France (Zootrope). Subsequent festival appearances helped in the film's marketing, "but Cannes did the job." To date, the film has been sold to around 15 territories and is, in Yon's

Il y a un an, La Pivellina avait obtenu le Label Europa Cinemas lors de sa première mondiale à la Quinzaine des Réalistes.

LE film de Tizza Covi et Rainer Frimmel raconte l'histoire d'Asia, une fillette de deux ans abandonnée dans un parc et recueillie par Patty, une artiste de cirque. « C'est une version inachevée du film que nous avons soumis aux sélectionneurs et nous avons été agréablement surpris que le film soit choisi sur cette seule base, » se souvient Rainer Frimmel. Les deux réalisateurs avaient eu l'occasion de montrer à Cannes leur film précédent, le documentaire *Babooska*, à l'ACID. *La Pivellina* était leur première incursion au sein d'une section officielle du festival.

Rainer précise qu'ils avaient envoyé un DVD du film au stade du montage à François Yon, responsable des ventes chez Films Distribution, avant de recevoir l'invitation au festival. François Yon rappelle qu'ils ont alors vendu le film sur trois territoires : la Belgique (Imagine), l'Italie (Officine Ubu) et la France (Zootrope). Les festivals qui ont suivi ont facilité le marketing du film, « mais tout s'est joué à Cannes. »

opinion, characteristic of the kind of films acquired for FD's line-up. "It is a quality film," he declares, adding that they may not expect it to be a box-office hit, but rather a long term investment as it is a crowd pleaser and perfect for TV.

What is for sure is that, since making its first bow in the Directors' Fortnight, *La Pivellina* has become a firm festival favourite with around 75 appearances around the globe! "We tried to go to as many festivals as possible, but we have a family of two children," says Tizza Covi. "Moreover, we have been shooting our next film *Der Glanz des Tages* (working title) - which is also a hybrid mix of documentary and narrative, featuring the actor Philipp Hochmair - since March 2009."

"We took it turns to visit festivals and I went to festivals, for example, in India and Armenia," Frimmel adds. "It was funny that we often met up again and again with filmmakers and films who had been with us in the Directors' Fortnight selection. Of course, it was interesting to see how the film was received by the audiences in different countries," he continues. "We had a really positive reaction from the people who came to see the film. It's a little production with long shots and not perhaps so easy to consume."

It was quite a new experience for them when the film was shown at the Berlinale's Generation Kplus in February because they were the first screenings geared specifically at an audience of children. "I was amazed that they found the patience for a different kind of film language," Covi recalls. "And we had the nicest Q&As with the children here who asked such honest and direct questions about the film," Frimmel says.

Moreover, the duo was especially pleased with how the festival audiences took the non-professional actress Patrizia Gerardi (Patty) to their hearts. "We had always been



Rainer Frimmel & Tizza Covi

convinced of our actors' talents, but it was nice to see this confirmed by the audiences' reactions and the awards she received," Frimmel notes. To date, Patty has won Best Actress awards at festivals in Angers, Gijón, Kiev and Annecy. "This encourages us to continue in the way we work," Covi adds, "working with amateurs rather than professional actors, and operating as a mini-team which gives the freedom we need to be flexible at all times."

Depuis, le film s'est vendu dans une quinzaine de pays. Il s'intègre parfaitement, selon François Yon, au catalogue de la société. « C'est un film de qualité qui, précise-t-il, ne battra certainement pas des records mais constitue un investissement à long terme car il plaît au public et aux chaînes de télévision. »

Depuis la Quinzaine, *La Pivellina* est de toute évidence devenu un chouchou des festivals avec environ 75 invitations à travers le monde ! « Nous avons essayé d'assister à la plupart des festivals mais nous avons deux enfants », explique Tizza Covi. « De plus, nous tournons depuis mars 2009 notre prochain film, *La splendeur du jour* (titre provisoire), avec Philipp Hochmair. Le film se situe lui aussi entre le documentaire et la fiction. »

« Nous nous sommes relayés sur les festivals. Je suis par exemple allé en Inde et en Arménie. » Et, ajoute Rainer, « c'était amusant de croiser et recroiser des réalisateurs et des films qui étaient avec nous à la Quinzaine. Voir la réaction des spectateurs des différents pays était bien sûr très intéressant », poursuit-il. « La réaction du public était très positive. Or c'est une petite production avec beaucoup de plans longs qui n'est peut-être pas si facile à apprécier. »

En février dernier, le film a été présenté dans la section Generation Kplus de la Berlinale. Une expérience inédite pour les deux réalisateurs car ces projections étaient destinées à des enfants. « J'ai été très surprise de voir leur patience face à un film réalisé dans un langage cinématographique différent », nous dit Tizza. « Et nous avons participé ici à notre plus beau débat, les enfants posant des questions très sincères et directes », ajoute Rainer.

Les réalisateurs ont été particulièrement enchantés de l'accueil réservé par le public des festivals à l'actrice non professionnelle Patrizia Gerardi (Patty). « Nous avons toujours été convaincus du talent de nos acteurs, mais ces réactions et les prix reçus par Patty nous ont confortés », souligne-t-il. A ce jour, Patty a reçu le prix de la meilleure actrice à Angers, Gijón, Kiev et Annecy. « Cela nous encourage à continuer à travailler avec des acteurs amateurs plutôt qu'avec des professionnels et à ne disposer que d'une petite équipe pour avoir la liberté d'être toujours flexible », souligne Tizza Covi.

Martin Blaney



A very European Directors' Fortnight

EUROPA CINEMAS LABEL JURY

It is the 8th year of the Europa Cinemas Director's Fortnight Label! Four exhibitors from the Network will choose the best European film in selection. The film will then get a wide support for its programming on European screens.

Le Label Europa Cinemas Quinzaine des Réalisateurs a 8 ans ! Les quatre exploitants du réseau choisiront le meilleur film européen de la sélection, qui sera soutenu pour sa programmation sur les écrans européens.

Line Daugbjerg Christensen (Denmark)

Before working as a production assistant, teacher, buyer, etc., Line co-founded an alternative film school in Aarhus, Super 8. She has been the Managing Director of the cinema **Ost For Paradis** and its distribution company since 2007.

Line a co-fondé l'école alternative de cinéma, Super 8, à Aarhus, puis a été assistante de production, enseignante, acheteuse, etc. Elle dirige depuis 2007 le cinéma **Ost for Paradis** et sa filiale de distribution.

Margit Vremmert (Estonia)

Margit has been running the Estonian distribution and exhibition company **Tallinnfilm** since 2001, supervising arthouse distribution, library sales and film restorations. Tallinnfilm programmed the **Sõprus** in 2004-09 and opened the brand-new 2-hall cinema **Artis** in central Tallinn in October 2009.

Margit dirige la société de distribution et d'exploitation **Tallinnfilm** depuis 2001, supervisant la distribution de films d'auteur, les ventes de catalogue et la restauration de films. Tallinnfilm a programmé le **Sõprus** de 2004 à 2009 puis a ouvert le tout nouveau cinéma **Artis** (2 écrans) en octobre 2009, au centre de Tallinn.

Kwangmo Lee (South Korea)

Kwangmo is an award-winning writer/director/producer. He had been a professor at Chung-Ang University. He is the director of Cinema Digital Seoul Film Festival. He established the first Korean cinemathèque in 1995 and has run the most prestigious arthouses in Korea, including the Cinema **Sang Sang** in Seoul. His first feature *Spring in my hometown* had its premiere at the Fortnight in 1998.

Kwangmo a reçu de nombreux prix en tant que scénariste, réalisateur et producteur. Il a enseigné à l'Université de Chung-Ang et dirige le Cinema Digital Seoul Film Festival. Il a créé la première cinémathèque de Corée en 1995 puis dirigé les plus prestigieuses salles du pays, dont le **Sang Sang** à Séoul. Son premier long-métrage *Spring in my hometown* a fait sa première à la Quinzaine en 1998.

Claus Philip (Austria)

Between 1990 and 2008, Claus Philip has been a film critic for the Austrian daily, *Der Standard*. He has written numerous books and publications. Since 2008, he is CEO of the Viennese Arthouse Cinema and Distribution **Stadtkino**, distributor of last year's Label winner, *La Pivellina*.

De 1990 à 2008, Claus a été critique de cinéma pour le quotidien autrichien *Der Standard*. Il a écrit de nombreux livres et publications. Depuis 2008, Claus Philip est directeur général de la société d'exploitation viennoise **Stadtkino**, qui a distribué *La Pivellina*, Label à Cannes il y a un an.



To be part of the Label jury for the forthcoming festivals (Karlovy Vary, Venice, Berlin), please contact Stéphanie Dufour: sdufour@europa-cinemas.org

Pour faire partie des prochains jurys du Label (Karlovy Vary, Venise, Berlin), merci de contacter Stéphanie Dufour : sdufour@europa-cinemas.org

DIE FREMDE SET TO CONQUER THE WORLD

Winner of the Label in the Panorama of the 60th Berlinale last February, this debut feature film by German director Feo Aladag gets her career off to a brilliant start. This "story of a woman's

struggle to save her family", which was said, by the jury, to "ring true with the development of multicultural societies in Europe," opened in Germany (90,000 admissions) and will soon be released in Turkey and Benelux. Its festival career is also doing well, hav-

ing been selected notably at Tribeca and Istanbul, awarded the Audience Prize at the Women's Film Festival in Créteil. Sibel Kekilli won the Best actress Lola at the German Film Awards. Sales : Telepool, Amelie von Kienlin, kienlin@telepool.de

Interview with Frédéric Boyer

ARTISTIC DIRECTOR OF THE DIRECTORS' FORTNIGHT



"The selection of films is a long process which begins at the end of Cannes. It relies on festivals and on a wide network of contacts: institutions, directors, laboratories, technicians, and not forgetting the producers who are a keystone in the film's artistic creation and financing. We are in contact with all types of professionals, hence our search is a very dynamic and convivial process. This year the selection introduces numerous new talents, with **11 first features** amongst the 22 feature length films selected. They are films which deal with the modern-day world and show a certain amount of political commitment.

We noticed the first effects of the economic crisis on European production. Small introspective and poetic films have trouble finding producers and some arrive at Cannes without a sales agent or distributor. In January we also feared a 'talent crisis'. But then the films, not at all commercial and often small-budget, arrived, in a great range of different genre. The presence of **12 European films** in the selection points to the vitality of European cinema, notably in Belgium (both Walloon and Flemish), Italy (Frammartino's much-awaited film, *Le Quattro Volte*), as well as in Scandinavia (*Everything will be fine*, spy film by Christoffer Boe). The selection has no geographical criteria, however, which explains, for example, the absence of films from Eastern Europe, despite them producing promising films. 2010 just represents an interlude for those national cinemas.

The exhibition industry is also in crisis: arthouse cinemas are neglected, exhibitors take less risks, companies are fragile, films suffer from the high number of releases... That's why the Label is an asset: if it is important to discover new films, it is even more important to get them seen by a wide public, thanks to your Network. As for digital cinema, it will be discussed at the round-table organized by the SRF (Filmmakers' Association) on 15th May. Equipping screens is a real challenge for independent exhibitors, but the digital system could help smaller films to reach a larger audience."

« La sélection des films, long travail de prospection qui démarre dès la fin de Cannes, s'appuie sur les festivals et sur un réseau très diversifié de contacts : institutionnels, réalisateurs, labos, techniciens, sans oublier les producteurs, clé de voûte de la création artistique et financière d'un film. Nous sommes à l'écoute de tous les professionnels, ce qui rend la prospection dynamique et conviviale. Cette année, la sélection met en avant de nombreux nouveaux talents avec **11 premiers films** sur 22 longs métrages. Il s'agit de films qui parlent du monde contemporain avec un certain engagement politique.

On constate les premiers effets de la crise sur la production européenne. Les petits films prospectifs, poétiques, ont du mal à être produits et certains arrivent à Cannes sans vendeur ni distributeur. En janvier, nous pouvions craindre une crise des talents puis les films sont arrivés, moins commerciaux, souvent réalisés avec de petits budgets, dans des genres très différents. La présence de **12 films européens** en sélection témoigne cependant de la vitalité du cinéma européen, notamment en Belgique (wallonne comme flamande), en Italie (avec le très attendu *Le Quattro Volte* de Frammartino) ou encore en Scandinavie (avec *Everything will be fine* du danois Christoffer Boe). La sélection n'est cependant pas faite selon des critères géographiques, ce qui explique par exemple l'absence des films de l'est, dont la production est pourtant prometteuse. L'année 2010 n'est pour eux qu'une parenthèse.

L'exploitation est aussi en crise : les salles art et essai sont délaissées, les exploitants prennent moins de risques, les sociétés sont fragiles, les films souffrent de l'embouteillage des sorties... C'est pourquoi le Label est une force, car s'il est important de découvrir les films, il est également primordial de les montrer à un large public grâce à votre réseau de salles. Quant au numérique, le sujet sera abordé lors de la table ronde organisée par la SRF le 15 mai. L'équipement des salles est un défi que doivent relever les exploitants indépendants, mais le numérique pourrait permettre à de petits films de toucher un plus large public. »

DIE FREMDE LANCÉ À TRAVERS LE MONDE

Label en février au Panorama de la 60ème Berlinale, le premier film de la réalisatrice allemande Feo Aladag démarre brillamment sa carrière. Ce « combat d'une femme en lutte pour

sa famille », qui selon le jury « résonne avec le développement de sociétés multiculturelles en Europe », a trouvé son public lors de sa distribution allemande (90 000 spectateurs) et sortira prochainement en Turquie et au Benelux. Il entame une carrière dans les festivals,

avec des sélections aux festivals de Tribeca et Istanbul, les prix du public au Festival du film de femmes de Créteil et de la meilleure actrice à Sibel Kekilli aux Lolas du cinéma allemand. Ventes : Telepool, Amelie von Kienlin, kienlin@telepool.de

Founded in 1992, Europa Cinemas
is the first international film
theatre network for the circulation
of European films.

Europa Cinemas 2010:
42 countries – 475 cities
816 cinemas – 2070 screens

Europa Cinemas

54 rue Beaubourg
75003 Paris • France
T +33 1 42 71 53 70
F +33 1 42 71 47 55
info@europa-cinemas.org
www.europa-cinemas.org

With the support of



MEDIA



EURIMAGES
European Union / France / Portugal / Spain

