



EUROPA CINEMAS
NETWORK REVIEW #18

27 times cinema

27 young bloggers from all over Europe

15TH NETWORK CONFERENCE PARIS, NOVEMBER 2010

FOCUS ON YOUNG AUDIENCES / PAGE 08

BELGIUM: CINEMA BALANCING BETWEEN BOUNDARIES / PAGE 22

THE EUROPEAN FILM SCENE IN LATIN AMERICA / PAGE 34



OPENING INTERVIEW

Mrs Androulla Vassiliou
Commissioner for Education, Culture, Multilingualism, Sport, Media and Youth

The film exhibition sector across Europe is incredibly diverse. What is your assessment of how the sector is developing?

The European film exhibition sector is certainly very diverse. We have seen an increase in the number of multiplex cinemas across Europe as a whole, but the rate of this increase varies considerably between countries. At this stage, the Commission does not believe that "multiplexification", as some have termed it, threatens the existence of small or medium-sized establishments. Only 10% of European cinemas are multiplexes, as opposed to 35% in the United States. More than 30% of European cinemas are single screen. This proportion is even more pronounced in the new Member States, where 60% of cinemas, on average, are single screen. This diversity is important because it also helps to ensure more choice for consumers through a mix of programming and it promotes cultural diversity.

However, it is obvious that the multiplex offers a lot of advantages for most film theatres: it offers better management of fixed costs, more flexibility in programming and tends to better suit most cinema-goers, in an environment which is increasingly characterized by competition with home viewing. This economic reality will inevitably challenge the nature and diversity of European cinemas. It will also provide a major challenge for European, national and local authorities: how to reconcile this desirable evolution from an economic viewpoint with the need to ensure diversity in the films screened.

What do you think of the current situation of independent film theatres - such as those in the Europa Cinemas Network – and, in particular, of their role and their future in the audiovisual landscape?

Independents, such as those in the Europa Cinemas Network, are not a homogenous group. They epitomize the diversity I just referred to. The Network encompasses city centre multiplexes and single-screen cinemas in rural areas, sitting happily together. However, all these establishments have something in common: a commitment to European films. This approach is essential. For 18 years, it has played a vital role in increasing the share of European cinema in the European Union (about 30% in 2009). In addition, it has contributed to safeguarding screens in sparsely populated areas. The changes taking place in the sector (growth of multiplexes, digital cinema, the commercial advantage gained by US productions through the use of 3D) could ultimately threaten the economic viability of some independent cinemas. In this context, the independent operators will need

to embrace modernisation to remain competitive. They will need, in particular, to improve the quality of infrastructure and viewing conditions. Quality standards will need to be on a par with the multiplexes.

What is your opinion about the advent of the digital format on the film market, and what part will the European Commission play in the transition process?

The digitisation of the film market was a predictable development following the introduction of digital technologies in a wide variety of sectors. The digital shift creates challenges and opportunities: on 24 September, the European Commission presented a paper outlining these opportunities and challenges, as a first step towards shaping its policy in this field.

Addressing the main consequences of digitisation in the film market probably represents the biggest challenge for public policy in the audiovisual sector, in terms of competitiveness, the transmission of European works, pluralism and linguistic and cultural diversity in our continent.

As regards the role of the Commission, one should distinguish between indirect and direct support for the digitisation process. Our MEDIA Programme has anticipated developments by supporting pilot projects and training in digital technologies, a new support scheme for video-on-demand platforms, co-funding of digital costs for the distribution of European films and a bonus scheme for digital screenings of European films within the Europa Cinemas network.

Until now, the Commission has not provided direct support towards the costs of digitisation. We are planning to change this in the near future, by creating a specific support scheme for the digital transition of cinemas within the MEDIA 2007 Programme. Of course, this cannot happen overnight nor cover the entire network of European cinemas.

In this age of the Internet where access to images is almost limitless, how do you plan to support film education on a European level?

The Commission has recommended that Member States open a debate on the inclusion of media literacy in the compulsory education curriculum. Moreover, the MEDIA 2007 Programme highlights the importance of media literacy and film education, in particular those initiatives organised by film festivals for young audiences in cooperation with schools. We are now preparing the next MEDIA Programme which will start in 2014. We are convinced that more visibility for media and film literacy is essential if we want to build a larger audience for European audiovisual content.

Le secteur des salles de cinéma en Europe est très contrasté. Comment appréciez-vous son évolution ?

Le secteur de l'exploitation européenne est sans aucun doute très diversifié. Si l'on constate une hausse du nombre de multiplexes en Europe, elle est cependant très variable d'un pays à l'autre. A ce jour, la Commission ne croit pas que la « multiplexification », comme certains l'ont appelée, menace l'existence des salles de petite ou de moyenne taille. Les multiplexes représentent seulement 10% du parc de salles européen, contre 35% aux Etats-Unis. Plus de 30% des salles européennes comptent un seul écran. Cette proportion est encore plus élevée dans les nouveaux Etats membres, avec une moyenne de 60% de salles à écran unique. Cette diversité est importante car, en offrant une variété de programmation et en assurant la diversité culturelle, elle donne plus de choix aux consommateurs.

Toutefois, il est évident que les multiplexes ont beaucoup d'avantages : la gestion des coûts fixes est meilleure, la programmation plus flexible et ils sont globalement mieux adaptés à la majorité des spectateurs, dans un environnement caractérisé par une concurrence accrue de la consommation des images à domicile. Cette réalité économique sera inévitablement un défi à la nature et à la diversité des salles européennes. Elle sera également un défi majeur pour les autorités européennes, nationales et locales : comment concilier cette évolution, souhaitable d'un point de vue économique, avec la nécessité d'assurer la diversité des films projetés ?

Comment jugez-vous la situation des salles indépendantes, notamment les salles du réseau Europa Cinemas, leur rôle et leur avenir?

Les indépendants, tels que les membres du réseau Europa Cinemas, ne forment pas un groupe homogène. Ils incarnent la diversité dont je viens de parler. Le réseau regroupe de façon harmonieuse des multiplexes de centre-ville et des salles à écran unique dans des zones rurales. Ces établissements ont quelque chose en commun : leur engagement pour les films européens.

Cette approche est essentielle. Depuis 18 ans, elle a joué un rôle essentiel dans la hausse de la part du cinéma européen dans l'Union européenne (environ 30% en 2009). En outre, elle a contribué à la sauvegarde des écrans dans les zones à faible densité de population.

Les changements que connaît le secteur (la croissance des multiplexes, le cinéma numérique, l'avantage commercial que les productions américaines retirent de la 3D) pourraient menacer la viabilité économique de certains cinémas indépendants. Dans ce contexte, les opérateurs indépendants doivent se moderniser pour rester compétitifs. Ils devront, en particulier, améliorer la qualité de leurs infrastructures et les conditions d'accueil. Les normes de qualité devront rester au même niveau que celles des multiplexes.

Comment voyez-vous le marché avec l'arrivée du numérique ? Quel rôle peut jouer la Commission européenne dans cette transition ?

La numérisation du marché du film était prévisible, les technologies numériques investissant un grand nombre de secteurs. Le passage au numérique pose des défis et des opportunités : le 24 Septembre, la Commission européenne a présenté un document décrivant ces opportunités et défis, première étape vers l'élaboration de sa politique dans ce domaine.

Aborder les principales conséquences de la numérisation du marché du film représente probablement le plus grand défi pour les politiques publiques dans le secteur audiovisuel, en termes de compétitivité, de diffusion des œuvres européennes, de pluralisme et de diversité linguistique et culturelle sur notre continent.

En ce qui concerne le rôle de la Commission, il convient de distinguer soutiens direct et indirect au processus de numérisation. Notre programme MEDIA a anticipé cette évolution en soutenant des projets pilotes et la formation aux technologies numériques, un nouveau soutien aux plateformes de Vidéo à la demande, le co-financement des coûts de distribution des films européens en numérique et un système de bonus aux projections de films européens en numérique au sein du réseau Europa Cinemas.

Jusqu'à présent, la Commission n'a pas fourni un appui direct aux frais d'équipement numérique des salles. Nous envisageons de modifier cela dans un avenir proche, en créant un soutien spécifique à la transition des salles, au sein du programme MEDIA 2007. Bien sûr, ce soutien ne peut se faire du jour au lendemain, ni prendre en compte l'ensemble des cinémas européens.

A l'ère d'Internet, avec l'accès quasi illimité aux images, comment envisagez-vous de soutenir une éducation au cinéma à l'échelle européenne ?

La Commission a recommandé l'ouverture, par les Etats membres, d'un débat sur la prise en compte de l'éducation aux médias dans l'enseignement obligatoire. En outre, le programme MEDIA 2007 souligne l'importance de l'éducation aux médias et de l'enseignement au cinéma, en particulier des initiatives organisées par les festivals de films pour le jeune public organisés en collaboration avec les écoles. Nous sommes en train de préparer le prochain programme MEDIA, qui débutera en 2014. Nous sommes convaincus que donner plus de visibilité à l'éducation aux médias et au cinéma est essentiel si nous voulons offrir aux contenus audiovisuels européens un plus large public.

Best Programming Skalvijos Kino Centras Vilnius (Lithuania)



Vilma Levickaite

“IT means a big responsibility to keep the level of the quality and diversity of the programming, develop new ideas and projects,” says **Vilma Levickaite** of Vilnius’ Skalvijos Kino Centras about being selected as the winner of this year’s Europa Cinemas Award for Best Programming. The one-screen cinema with 88 seats in the Lithuanian capital has been a member of the Europa Cinemas Network since 1997 – initially as part of the MAEE Programme (French Ministry of Foreign and European Affairs) and then under the auspices of the MEDIA Programme from 2003.

Levickaite says being a member of Europa Cinemas has meant that her cinema has been “constantly keeping its finger on the pulse of the most important issues in European film industry. Thanks to the Network we receive latest updates regarding new developments in European film policy, cinema-going trends, challenges of new media and technology, etc. For a cinema like ours, membership in the Network has also meant a very significant financial contribution. Thanks to the grant, we were able to distribute European titles such as *The Class*, *Delta*, and *The White Ribbon*.”

Education is one of the key activities at Skalvija, which notably established the **Skalvija Film Academy** in 2007. 14-18 year olds can participate for one to two years in “hands-on” workshops.

Meanwhile, 2010 has seen the cinema continue its new initiative, the “**Karlsono kinas**” film programme targeted at young families. “Every weekend, families with small kids are invited to watch new quality European films in our cinema.” Another highlight at the cinema is the International Vilnius Documentary Film Festival (VDFF) which was held for the seventh time this year.

The cinema’s achievements are all the more remarkable given the serious obstacles faced by the arthouse sector in Lithuania. There is no national funding strategy to support arthouse cinemas’ programming or their plans to moder-

« **C**E prix est un encouragement à maintenir la qualité et la diversité de notre programmation et à développer de nouvelles idées et projets », nous dit **Vilma Levickaite** du Skalvijos Kino Centras de Vilnius, dont la programmation est cette année la meilleure du réseau. Cet écran unique de 88 places de la capitale lituanienne est membre d’Europa Cinemas depuis 1997, qu’il a intégré dans le cadre du programme du MAEE (Ministère des affaires étrangères et européennes) avant d’être soutenu par le Programme MEDIA à partir de 2003.

Vilma ajoute que l’appartenance au réseau permet de garder un « contact permanent avec les développements de l’industrie cinématographique européenne. Grâce au réseau, nous suivons l’évolution des politiques européennes sur le cinéma, les tendances, les défis que représentent les nouveaux médias et nouvelles technologies, etc. Pour un cinéma comme le nôtre, la contribution financière est très significative. Grâce à elle, nous avons pu distribuer des titres européens tels que *Delta*, *Entre les murs* et *Le Ruban blanc*. »

L’éducation est l’une des principales activités de la salle, qui a créé en 2007 son **Académie du cinéma**. Les jeunes de 14 à 18 ans peuvent y suivre des ateliers pratiques deux fois par semaine, pendant 1 à 2 ans.

En 2010, la salle a poursuivi “**Karlsono kinas**”, son programme de films destinés aux jeunes familles. « Les week-ends, les parents peuvent venir avec leurs jeunes enfants voir des nouveaux films européens de qualité », explique Vilma. Autre moment phare de la vie du Skalvijos, le Festival International du Film Documentaire de Vilnius (VDFF) a connu sa 7^{ème} édition cette année.

Etant donné les obstacles que rencontre le secteur des salles art et essai dans le pays, cette réussite est d’autant plus remarquable. Il n’existe ainsi pas de soutien à la programmation ou à la modernisation des salles art et essai. De plus, le public des films d’auteur étant plutôt restreint, les

nize. Moreover, the relatively small audiences for arthouse films has led distributors to stop acquiring quality films – and, consequently, cinemas such as Skalvijos are forced to distribute the films themselves. At the same time, there is no institution in Lithuania responsible for acquiring, keeping and preserving the film heritage. “The programming of classics is facing a real challenge of balancing between legality and illegality, and the inability to ensure the quality of the projection,” Levickaite says.

In order to meet these challenges, five arthouse cinemas created the Lithuanian Association of Non-Commercial Film Exhibitors. “We hope that our voice and interests will get louder and stronger while contributing to the development of film policy in Lithuania as well as representing the Lithuanian art cinema sector on the European level,” Levickaite declares.

www.skalvija.lt

distributeurs ont cessé d’acquérir des films de qualité. C’est pourquoi des salles comme le Skalvijos doivent distribuer les films elles-mêmes. En outre, le pays n’a pas d’institution responsable de l’acquisition, de la conservation et de la préservation du patrimoine cinématographique. « Programmer des classiques, c’est se tenir sur le fil de l’illégalité et le faire sans pouvoir garantir la qualité de la projection », dit Vilma.

Afin de relever ces défis, cinq cinémas art et essai ont créé l’Association Lituanienne des Exploitants à but non lucratif. « Nous espérons que notre voix et nos intérêts se feront davantage entendre et contribueront au développement de la politique du cinéma en Lituanie ainsi qu’à la représentation des salles art et essai lituanien au niveau européen », déclare Vilma.

MARTIN BLANEY

Best Young Audience Activities Kinodvor, Ljubljana (Slovenia)

“**O**VER the past two years we have put a lot of effort into the development of special programmes for young audiences and building the first systematic film-educational programme in Slovenia,” **Koen Van Doele**, assistant director of Ljubljana’s two-screen Kinodvor, and **Barbara Kelbl** say. “We take this recognition both as a reward for our past endeavours as well as an encouragement to continue the work in this field.”

A member of Europa Cinemas since 2004, Kinodvor has benefited from the Network as a “very precious” source of information and reference, as well as using it as a platform for exchanging ideas and experiences. Participation in the Young Audience Seminar in Bologna 2008, for example, gave the Kinodvor team an opportunity to learn about good practice models which inspired and enriched their own **Kinobalon** programme. This initiative consists of two closely linked entities: the children and youth programme aimed at young audiences (and their families) and the educational programme aimed at schools.

“Since the beginning of this year, we have witnessed a substantial increase in bookings of our film educational programmes by kindergartens, primary and secondary schools,” Van Doele and Kelbl explain. “This year alone, we already organised over 120 school screenings, with nearly 9,000 children and young people attending. These screenings are mostly accompanied by talks with artists or specialists in the topics dealt with in the films screened. In addition we continue to offer accompanying workshops and educational materials.” Meanwhile, the programme for families includes a diversity of genres and content aimed at different age groups.

« **C**ES deux dernières années, nous avons placé tous nos efforts dans le développement d’initiatives pour le jeune public et la mise en place du premier programme régulier d’éducation à l’image en Slovénie », expliquent **Koen Van Doele**, assistant-directeur du Kinodvor de Ljubljana, et **Barbara Kelbl**. « Cette récompense entérine nos efforts et nous encourage à poursuivre notre travail dans la même direction. »

Membre d’Europa Cinemas depuis 2004, le Kinodvor (2 écrans) a bénéficié de l’accès à cette « très précieuse » source d’informations et de références qu’est le réseau, tout en l’utilisant comme une plate-forme d’échange d’idées et d’expériences. Lorsqu’elle a par exemple participé au Séminaire Jeune Public de Bologne en 2008, l’équipe du Kinodvor a pu s’inspirer d’autres pratiques pour enrichir son programme **Kinobalon**. Cette initiative comprend deux volets étroitement reliés : un programme pour les enfants et la jeunesse qui s’adresse aux jeunes (et à leurs familles) et un programme éducatif destiné aux écoles.

« Depuis le début de l’année, notre programme éducatif a connu une forte hausse des réservations des jardins d’enfants, des écoles primaires et des collèges », expliquent Koen et Barbara. « Rien qu’en 2010, nous avons déjà organisé plus de 120 projections scolaires pour un public de près de 9 000 enfants et adolescents. Ces projections sont pour la plupart accompagnées de rencontres avec des artistes et spécialistes portant sur les thèmes abordés dans les films projetés. Parallèlement, nous continuons à proposer des ateliers et du matériel éducatif d’accompagnement ». De son côté, le programme pour les familles offre une diversité de



Nina Pece (Director) & Koen Van Doele

In addition, Kinodvor hosted two festivals of films made by children and youth - **Zoom** and **Videomania** - and the **Animateka International Animated Film Festival** as well as curating and hosting a special section for young audiences at the Ljubljana International Film Festival (LIFFe), entitled Kinobalon at LIFFe.

“From the very beginning, the Kinobalon initiative has been an inspiration for other cinemas in Slovenia working with young audiences,” Van Doele and Kelbl declare. “Now it has grown beyond a mere inspiration, since Kinobalon was recognized by the Ministry of Culture as an arts and culture educational programme of ‘special importance’ and the ‘first complex and thoughtfully designed programme of film education in Slovenia’. This recognition guarantees national funding of the programme for the following two years and finally enables us to consolidate the programme in our cinema and to further expand its presence on a national level.” Finally, the cinema itself is the head of **Kino Mreža**, a network created in March 2010 with the support of Europa Cinemas which aims to lobby for the 20 small cinemas that are members.

www.kinodvor.org

genres et de contenus destinés à des groupes d’âge différents. Le Kinodvor accueille en outre deux festivals de films faits par des enfants et des jeunes, **Zoom** et **Videomania**, ainsi que le **Festival International du Film d’animation Animateka**. Il prépare et accueille également une section spéciale pour le jeune public du Festival International du Film de Ljubljana (LIFFe), intitulée Kinobalon at LIFFe.

« Dès le début, Kinobalon a inspiré les cinémas slovènes qui travaillent avec le jeune public », déclarent Koen et Barbara. « C’est désormais bien plus qu’une simple source d’inspiration, Kinobalon ayant été reconnu par le Ministère de la Culture comme un programme d’éducation aux arts et à la culture “de grande importance” et comme le “premier programme intelligent spécifiquement conçu pour l’éducation en Slovénie”. Cette reconnaissance garantit au programme des subventions pour les deux ans à venir, qui lui permettront de se consolider et de se développer à un niveau national. » Enfin, la salle est à la tête de **Kino Mreža**, réseau constitué en mars 2010 avec le soutien d’Europa Cinemas, qui vise à faire entendre la voix des 20 petites salles qui en sont membres.

MARTIN BLANEY

Entrepreneur of the Year Watershed Media Centre, Bristol (United Kingdom)

LOCATED in Bristol’s historic harbourside, Watershed Media Centre was opened in 1982 as the UK’s first media centre and offers three cinemas, a large café/bar and a suite of conference and events spaces. According to managing director **Mark Cosgrove**, the Europa Cinemas Prize for Entrepreneur of the Year is “a great honour” since it recognizes Watershed’s particular approach to cinema. “In the early days of digital – ten years ago! - we knew that there was a lot of potential with these emerging technologies to allow a wider engagement with audiences,” he recalls. “Now, we no longer think of ourselves only as a cinema but

INAUGURÉ en 1982 en bordure du port historique de Bristol, le Watershed Media Centre était alors le premier centre de ressources médias du pays. Il propose aujourd’hui 3 salles de cinéma, un grand café-bar et plusieurs salles et espaces destinés à accueillir des conférences et événements. Le Prix Europa Cinemas du Meilleur Entrepreneur de l’Année est pour **Mark Cosgrove**, directeur de la salle, « un grand honneur » qui récompense l’originalité du Watershed dans sa façon d’aborder le cinéma. « Dès les premiers temps du numérique – il y a dix ans ! – nous savions que les technologies émergentes pouvaient nous permettre de tou-

as a publisher, a producer, a promoter, a blogger, a twitterer, and an archive.” He points that, as an independent exhibitor committed to promoting European and World cinema, “Europa Cinemas has been a consistent source of support, solidarity and inspiration. Being a member has provided us with a clear focus on supporting European cinema and plugged Watershed and Bristol into a pan-European network of partner cinemas, projects and the wider European film and media industry.”

One of the centre’s recent innovations has been Decalogue, a year-long programme of screenings and talks which reflects on the first decade of the new century - the ‘noughties’. “Our theme was to look at which films demonstrated an experimentation with film language and which may map out a future direction for the art of film. Similar, as it were, to the decade 1900 - 1909. Titles range from *Russian Ark* and *Dancer in the Dark* to *Avatar* and *Walle*,” Cosgrove explains. “The talks are published online and we invited the



Mark Cosgrove

audience to participate and contribute their own thoughts to the debate via post-it notes in the venue foyer, email, twitter or via flip cameras/mobile phone interviews on the day of screenings. Over the year you will see an accumulation of debate and participation at the website www.watershed.co.uk/decalogue. One of our next aims is to publish this as a book next year.”

Looking at future challenges for Watershed, and the UK arthouse sector in general, he suggests that “the challenge is to maintain and develop audiences for non-mainstream cinema using the paraphernalia of new and old tools at our disposal. This also means that we need to develop a more visible and robust UK-wide network of independent cinemas committed to this cultural goal. In my experience, the UK audience has an appetite for adventurous non-mainstream films,” Cosgrove notes. “The old film business model is no longer adequate to satisfy this demand and the danger is audiences will migrate to other technologies to get what they want.”

www.watershed.co.uk

cher un large public », rappelle-t-il. « Aujourd’hui, nous ne nous considérons plus seulement comme un cinéma, mais aussi comme un éditeur, un producteur, un promoteur, un blogueur, un twitterer et un centre d’archives ». Il souligne qu’en tant qu’exploitant indépendant engagé pour la promotion du cinéma européen et international, « Europa Cinemas a été un soutien et une source d’inspiration constants. Nous nous sommes spécialisés en cinéma européen et le Watershed et Bristol sont entrés dans un circuit pan-européen de partenariats avec des cinémas, des projets. Le réseau nous a permis de nous connecter avec l’industrie du cinéma européen et des médias ».

Decalogue est une initiative récente du centre. Ce programme de projections et débats étalé sur un an revient sur la première décennie du nouveau siècle - les “noughties”. « Nous avons cherché des films montrant un usage inédit du langage cinématographique, possibles indicateurs d’une nouvelle direction pour le 7ème art. Les titres vont de *L’Arche*

russe et *Dancer in the Dark* à *Avatar* et *Wall-E* », explique Mark. « Les débats sont mis en ligne et nous invitons les spectateurs à y contribuer via des ‘post-it’ dans le foyer, des emails, twitter ou encore des vidéos réalisées sur leurs portables et appareils photo, envoyées le jour des projections. Tout est mis en ligne au cours de l’année sur www.watershed.co.uk/decalogue. L’un de nos objectifs est de publier un livre, l’année prochaine. »

Les défis que le Watershed et les salles art et essai du Royaume-Uni doivent relever ? Mark suggère qu’« il faut maintenir et développer le public des salles indépendantes en recourant à tous les moyens possibles, anciens et nouveaux, à notre disposition. Il faut aussi développer sur l’ensemble du territoire un réseau plus visible, plus solide, de cinémas indépendants impliqués dans ce défi culturel. Selon mon expérience, les cinéphiles anglais ont envie de voir des films différents. Le vieux modèle du cinéma commercial n’est plus adapté à la demande et on peut craindre que le public se tourne vers d’autres technologies pour trouver ce qu’il cherche. »

MARTIN BLANEY

Finding The Future Audience?

Kinodvor, Ljubljana

CINEMA is arguably changing in more ways at the end of 2010 than at any time since the Talkies arrived in the late 1920s. The attraction of 3D is the most visible sign of change, closely allied to the rapid spread of digital exhibition, which in turn is making possible 'alternative content' events. Add to these DVD rental by post, more films to stream and download, and the impact of social media, and it's clear that cinema owners can hardly afford to be complacent, especially about their continued appeal to young people.

What's less clear is how traditional cinemas should be navigating this sea of change, which is why Europa Cinemas runs an annual workshop for exhibitors at the Cinema Ritrovato festival in Bologna, focusing on the challenge of attracting young audiences. During this, we look at the identity of cinemas, their 'brand', and how they communicate with customers. We also discuss programming: how to market 'difficult' films, and what influences spectators to decide where they'll spend their time and money – now that there's so much competition.

We invite guest speakers, from the archives and rights holders that support Bologna as a showcase for their restorations; from print journalism and from the blogosphere that increasingly

shapes film taste. This year, we took a first step towards trying to discover what cognitive science could tell us about the perception of film, and how it might be affected by all the changes under way. Professor Tom Troscianko, an experimental psychologist from Bristol University in the UK, took us on a stimulating tour of what's known about the factors that affect our attention to screen imagery – literally what 'makes an impression', which was the 2010 workshop theme. Tom will be back to address the Paris Conference, along with other experts in economics and media innovation, because we believe it's vital that Network members have access to research and new thinking that could help them adapt in a fast-changing world.

Incentivising member cinemas to make a real effort in presenting programmes for young audiences has always been a core part of Europa Cinemas' policy. It's one of the most important reasons why we are trusted, and funded, by the MEDIA Programme. But a significant proportion of members feel unable to engage in this work. We want to encourage more Network members to deliver, in terms of strategies aimed at the youth audience, especially in countries where there is no tradition of formal links between schools, college and cinemas.

And this could be the basis for future funding of Europa Cinemas from other sources, if members show they have the skills and imagination to devise new ways of engaging with the audiences of the future. Many Network cinemas know that their audience is ageing – which offers its own opportunities, as we discovered in last year's Bologna workshop on 'the challenge of generations'. It's about much more than just putting your programme on the website, as our Bologna guests have argued. It's really about reinventing the image of the cinema, to attract young people who certainly don't automatically regard their local arthouse as 'cool', or good value.

We discover each year in Bologna that many members already do impressive work with young audiences, and we try to 'share good practice'. Styles of work and resources differ greatly between countries: what some take for granted as normal would be a dream come true elsewhere. But what everyone faces is the certainty of increased competition for audience attention, and the challenge of working in 'new media' to keep the cinema experience alive. If you haven't been part of this conversation before, tell us what you think.

IAN CHRISTIE - VICE-PRESIDENT,
EUROPA CINEMAS

EN cette fin 2010, le cinéma connaît à n'en pas douter une évolution qui n'a pas d'équivalent depuis l'avènement du parlant à la fin des années 20. L'attraction exercée par la 3D en est le signe le plus visible, liée à l'expansion de la projection numérique. Celle-ci permet d'organiser des événements qui exploitent les "contenus alternatifs". En outre, la location de DVD par correspondance, la hausse de l'offre en films disponibles en streaming ou en téléchargement et l'impact des réseaux sociaux ne permettent guère aux propriétaires de salles de cinéma de se reposer sur leurs lauriers, surtout en ce qui concerne leur attrait auprès des jeunes.

Comment les salles traditionnelles peuvent-elles s'adapter à ce changement radical demande réflexion. C'est pourquoi Europa Cinemas organise chaque année un séminaire destiné aux exploitants, qui prend place au sein du festival Ritrovato, à Bologne, et se consacre aux moyens d'attirer le jeune public dans les salles. Nous y travaillons sur la définition de l'identité des salles, sur leur "marque", sur les moyens de communiquer avec les consommateurs. Nous réfléchissons à leur programmation : comment vendre les films que l'on dit "difficiles" ? Comment le spectateur, de plus en plus sollicité, décide-t-il de dépenser son temps et son argent ?

Sont invités à notre séminaire des représentants des archives du film et les détenteurs des droits des films restaurés, venus soutenir ce festival qui les montre au public. Nous invitons également des journalistes de la presse écrite aussi bien que de la blogosphère, celle-ci jouant un rôle de plus en plus important dans la formation du goût. Cette année, nous avons pris une nouvelle direction en abordant les sciences

cognitives. Que peuvent-elles nous enseigner sur la perception du film ? Comment cette perception est-elle affectée par l'évolution de notre environnement ? Le professeur Tom Troscianko, psychologue en sciences expérimentales à l'Université de Bristol, nous a fait découvrir de façon très stimulante les facteurs (connus à ce jour) qui jouent sur notre attention aux images, littéralement sur ce qui "fait impression". C'était précisément le thème de l'édition 2010 du séminaire. Tom sera à la Conférence annuelle du réseau, à Paris, aux côtés d'autres experts en économie et de l'innovation dans les médias. Nous pensons qu'il est en effet essentiel pour les membres de notre réseau d'avoir accès à la recherche et aux nouvelles idées qui pourraient les aider à s'adapter à notre monde changeant.

Encourager les salles du réseau à faire l'effort de mettre en place des programmes dédiés aux jeunes spectateurs a toujours été inscrit au cœur de la politique d'Europa Cinemas. Cet effort est l'une des principales raisons de la confiance et du financement du Programme MEDIA. Mais nombreux sont aussi les membres qui se sentent incapables de se lancer dans ce travail. Nous voulons encourager les salles à mettre en place des stratégies pour toucher les jeunes, surtout dans les pays qui n'ont pas cette tradition de faire un lien entre l'école et le collège d'un côté, les salles de cinéma de l'autre.

L'habileté et la capacité des salles du réseau à trouver de nouvelles façons de toucher les publics de demain, devraient leur permettre de trouver de nouvelles sources de financement. Nombreuses sont les salles du réseau qui savent que leur public vieillit – une évolution qui, comme nous l'avons vu à Bologne l'année dernière lors de notre

atelier sur le challenge des générations, offre également de nouvelles perspectives. Renouveler le public, ce n'est pas seulement, comme nous l'ont dit les participants au séminaire, mettre son programme en ligne. Il s'agit véritablement de renouveler l'image de la salle auprès des jeunes, qui ne voient sans doute pas leur salle art et essai locale comme un lieu "cool" qui leur en donnera pour leur argent.



Ian Christie

De nombreux membres du réseau font déjà un travail remarquable avec le jeune public. C'est ce que nous voyons à Bologne tous les ans. D'un pays à l'autre, les façons de travailler et les ressources disponibles sont très variables. Pour certains, ce que d'autres considèrent comme normal est un rêve. Cependant, ce que tout le monde partage, c'est la certitude que la concurrence pour capter l'attention du public grandit et la nécessité de travailler avec les "nouveaux médias" pour que l'expérience du cinéma en salle perdure. Si vous n'en avez pas encore parlé avec nous, dites-nous ce que vous pensez.

IAN CHRISTIE - VICE-PRESIDENT,
EUROPA CINEMAS



THEY HAVE A DREAM:

to integrate cinema into every European country's school curriculum

L'illusionniste

The perception of film and how it can be used as an education tool varies considerably from one country to the next across Western Europe, but there is a united belief among some Film Education institutions in countries like France, Germany, the UK and Spain that it must become an integral part of children's learning experiences.

“WE are working with the government and local schools to try and get film immersed across a range of subjects, such as English, history and languages. Through our cinema “screening programmes” we are trying to get young people across the UK to broaden their viewing habits to beyond the Hollywood blockbusters, by showing foreign-language films, documentaries - anything they wouldn't normally see - and thus break down their fear of other types of movies,” says **Ian Wall**, director of **Film Education UK**, an industry-funded body. But it is an uphill struggle with Wall conceding that a great number of primary school kids have never actually been to the cinema at all, while the older range children have alternative leisure activities which take up a lot of their free time, such as social sites on the web (Facebook, Twitter etc) and video games. Lottery-funded UK initiative **First Light** is actually using the Internet to encourage young people to make their own films, including a new scheme in co-operation with the British Film Institute, in which kids can access old archive footage online and use it to make their own films. Since its launch in 2001, First Light has already enabled around 30,000 kids to make their own movies. “The UK is definitely taking great strides to make film relevant to young people, but we have not yet got the same sense of film culture as somewhere like France,” admits Wall.

Chaque pays européen a sa propre perception du film de cinéma, surtout en ce qui concerne son potentiel en tant que support éducatif. Néanmoins, certaines institutions qui oeuvrent à l'éducation par le cinéma partagent la conviction que le film doit s'inscrire au cœur de l'apprentissage des enfants, en France, en Allemagne, au Royaume-Uni et en Espagne.

« NOUS travaillons avec le gouvernement et les écoles pour inscrire le film au sein du cursus scolaire, en le liant aux programmes d'histoire, d'anglais et de langues étrangères. Avec notre programmation, nous incitons les jeunes du pays à voir au-delà des blockbusters hollywoodiens, en leur montrant des films en langue étrangère, des documentaires, tout ce qu'ils ne sont pas habitués à voir. Nous réussissons à leur faire surmonter la peur qu'ils peuvent avoir des films différents », nous dit **Ian Wall**, directeur de **Film Education UK**, un organisme financé par la profession. Mais c'est une lutte acharnée. Ian Wall admet que nombreux sont les écoliers du primaire qui n'ont jamais été au cinéma. Les enfants un peu plus âgés passent quant à eux une bonne partie de leur temps libre à d'autres loisirs, réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc.) et jeux vidéo en tête. **First Light**, une initiative financée par la Loterie, utilise précisément Internet pour inciter les jeunes à faire leur propre film. Le British Film Institute donne à cette occasion accès à des images d'archives et permet aux enfants de les utiliser. Depuis son lancement en 2001, 30 000 enfants ont réalisé leur film. « Le Royaume-Uni fait actuellement un pas de géant pour que les films puissent être utiles aux jeunes, mais nous n'avons bien sûr pas encore la même culture cinématographique qu'en France », admet Ian.

This is reflected in the French government backed initiative **Enfants de cinéma**, which runs a scheme called “**Ecole et cinéma**” (School and cinema) that shows an incredibly diverse range of films from all over the world to school kids, including old black and white and silent films such as Charlie Chaplin's *The Lone Prospector*. These have already been viewed by a staggering 600,000 French children. **Eugene Andréansky**, head of **Enfants de cinéma**, says the scheme has been a great success, but attempts to work together with other European initiatives, such as Film Education in the UK and Vision Kino in Germany, on a similar project have so far failed due to differences in perception of film. “In France cinema is an art, in Germany it is more a spectacle and in the UK it can be more technical, so it is hard to work on the same films,” concedes Andréansky. “For example, in Germany it's impossible to show 5-10 year olds silent films or black and white films because the teachers say it is not in their culture to do so and that the kids won't concentrate on a film where there's no colour. French kids of that age on the other hand have no problems with these types of films [although admittedly it is harder when they reach teenage years].” But thanks to Europa Cinemas, conversations between the different initiatives are still ongoing and the plan is to show ten different films in each country on an ongoing basis.

Michael Jahn, head of the “school cinema weeks” programme organized by **Vision Kino** in Germany, admits that Germany lags behind France in terms of a culture of film, but is convinced this is slowly changing. “We've already got thousands of kids involved in our school cinema weeks pro-

Cette culture du film à la française se reflète dans l'initiative **Enfants de Cinéma** qui, avec le soutien du gouvernement, gère le programme **Ecole et Cinéma**. Cette action montre une très grande variété de films du monde entier aux enfants, notamment de vieux films noir et blanc et muets, tel *La Ruée vers l'or* de Chaplin, vu par 600 000 petits français. Selon **Eugène Andréansky**, son délégué général, ce programme a beaucoup de succès. Mais des tentatives pour monter un projet similaire avec d'autres initiatives européennes comme Film Education au Royaume-Uni et Vision Kino en Allemagne, ont buté sur les différences dans la perception du film. « En France, le cinéma est un art. En Allemagne, c'est davantage un spectacle. Au Royaume-Uni, le point de vue sur les films est plus technique. Il est donc difficile de travailler sur les mêmes films », nous dit Eugène. « Par exemple, il est impossible en Allemagne de montrer un film muet en noir et blanc à un enfant de 5 à 10 ans car les professeurs considèrent que ce n'est pas dans la culture des élèves, qu'ils ne parviendront pas à se concentrer si le film n'est pas en couleur. Les enfants français de cet âge, au contraire, n'ont pas de problème avec ces films [même s'il faut reconnaître que c'est moins facile quand ils atteignent l'adolescence]. Cependant, grâce à Europa Cinemas, les discussions se poursuivent et notre projet prévoit de montrer 10 films différents dans chaque pays, de façon régulière. »

En Allemagne, **Michael Jahn** dirige la “Semaine du cinéma à l'école”, organisée par **Vision Kino**. Il reconnaît que l'Allemagne est en retard sur la France mais il est certain que les choses évoluent, doucement. « Notre programme de cinéma à l'école, accueilli par 780 cinémas, implique déjà

gramme, which is established in 15 of Germany's 16 federal states and takes place in 780 cinemas, showing mostly local films to pupils and their teachers, who then discuss the films afterwards", says Jahn. Vision Kino also co-operates with the Berlin Film Festival where they have a special programme for kids called **Generation**, in which teachers are invited to watch certain films at training courses before the Berlinale starts, in order for them then to prepare their lessons accordingly, and then take their pupils to the festival.

Meanwhile in Spain, respected industry figure **Nacho Andarias** is setting up an initiative called "**Fundacion Proyecta**", funded by the Spanish Ministry of Culture and backed by the leading US studios, to promote the use of cinema and audiovisual content in the education of young

des milliers d'enfants dans 15 des 16 länder allemands. Il montre surtout des films allemands aux élèves et à leurs professeurs, qui peuvent ensuite discuter sur les films », nous dit Michael. Vision Kino coopère aussi avec le Festival de Berlin sur **Generation**, le programme pour les enfants. Dans ce cadre, sont organisées des formations au cours desquelles les enseignants peuvent, avant la Berlinale, visionner des films. Ils peuvent ainsi préparer leurs cours en fonction des films puis emmener leurs élèves au festival.

L'espagnol Nacho Andarias, figure respectée de la profession, travaille de son côté à mettre en place une initiative appelée **Fundacion Proyecta**, financée par le Ministère espagnol de la Culture et soutenue par les studios américains. Elle vise à promouvoir l'utilisation des contenus cinéma-



Mephisto, Augsburg

people. Fundacion Proyecta's first scheme is called "Eula" and its principal objective is to imprint cinematic education into the primary and secondary schools across the country by talking with the headmasters and teachers. "We want film to be used as tool within the curriculum, helping kids improve their language skills by watching foreign films, and using new technology to learn and understand more about how film works," says Andarias. "There are new laws being discussed by government at the moment to bring new technology more into the classroom and to teach the kids better English, and we want to take advantage of that to encourage the use of film." A pilot project has already been done in schools across the country to test the knowledge of the kids using the latest films as examples, and to see how film could be put to practical use in the classrooms. Once in place next year, Eula will be principally online, offering various free activities for kids and teachers, but there will also be organised events outside the classroom, such as screenings and exhibitions.

CHRIS EVANS

graphiques et audiovisuels dans l'éducation des jeunes. Le premier programme de la Fundacion Proyecta s'intitule "Eula". Son principal objectif est d'inscrire l'enseignement du cinéma dans les écoles primaires et secondaires à travers le pays, en parlant avec les directeurs et les enseignants. « Nous voulons que le film devienne un soutien au programme scolaire, que les films étrangers aident les enfants dans leur apprentissage des langues étrangères, que les enfants se servent davantage des nouvelles technologies et qu'ils réfléchissent à ce qu'est un film », dit Nacho. « De nouvelles lois sont en discussion pour que les nouvelles technologies soient davantage utilisées dans la classe, pour que les enfants apprennent mieux l'anglais. Nous voulons saisir ce moment pour encourager l'utilisation du cinéma. » Un projet pilote a été lancé dans les collèges à travers le pays pour tester les connaissances des enfants, avec des films récents, et pour déterminer comment les films pourraient être concrètement utilisés dans les classes. Quand il sera mis en place l'année prochaine, Eula fonctionnera essentiellement via Internet. Il proposera diverses activités gratuites aux enfants et aux professeurs, les invitant à en apprendre davantage sur les films, ainsi que des événements organisés à l'extérieur de la classe (projections, expositions).

Interview with Emily Munro, HEAD OF LEARNING AT GLASGOW FILM THEATRE



Emily & David Lynch

What does the GFT do to promote film to kids?

We are an education charity and as part of our remit we have a life-long learning programme. There are several projects and initiatives to encourage kids to get involved in film including regular Saturday matinees, the Access Take 2 programme (which offers autism friendly screenings every month), school screenings, work with the Take One Action festival (activist films for school kids), and we also co-ordinate the French film festival UK education tour. But the jewel in our crown is the Glasgow Youth Film Festival in February, tied to the Glasgow Film Festival. This includes a public programme run by the kids themselves, and a film competition with Chew TV (similar to Youtube) where kids can put 1-minute films online.

What's the perception of film studies within schools in Scotland? Do you have any problems with certain types of film?

There's a much wider acknowledgement that contemporary literacy involves moving image and communication, not just words on paper. Moving image is currently being discussed as part of the government's curriculum review. On the other hand, particularly now when there's all these education cost cutbacks, teachers are often faced with the choice between buying new text books or taking kids to the cinema... With regard to film genres, there's definitely been a trend of violent, gritty material in the 90's and 00's but, if I'm honest, it's not so much the pupils as the teachers that we encounter some difficulties with, due to the assumptions they make about the content.

Do you work with international institutions?

We work with the Institut Français, the Alliance Française and the Goethe Institute. We also have an exchange

programme with a cinema in Dieppe, involving film makers from both countries talking about how their films are made to school kids, which has been successful.

Future projects?

We want to do a screen writing project working with young deaf people and work with kids in Govan to create a soundtrack for a silent film about ship building, which in the past was key to their town, and more on work with the 8 1/2 Foundation to encourage kids of that age to get interested in film. Also, since the Bologna conference, we have held talks with the other cinemas within our network in Scotland and decided to formally unite our groups as a consortium and share our resources, with the assistance of Europa Cinemas.

www.gft.org.uk

CHRIS EVANS

Que fait le GFT pour promouvoir le cinéma auprès des enfants ?

Nous sommes une organisation éducative et nos statuts prévoient un programme d'apprentissage tout au long de la vie. Nous avons plusieurs projets et initiatives pour encourager les enfants à s'intéresser au cinéma : des programmes réguliers les samedis matins ; le projet Access Take 2 qui propose des projections mensuelles adaptées aux enfants autistes ; des projections scolaires ; une collaboration avec le festival Take One Action (films militants) et nous coordonnons la tournée éducative du Festival Britannique du Film Français. Notre plus grande fierté, c'est le Glasgow Youth Film Festival, en février, en lien avec le Glasgow Film Festival. Il comprend une programmation publique gérée par les enfants eux-mêmes et un concours avec Chew TV (similaire à Youtube) où les enfants peuvent mettre en ligne des clips d'une minute.

Comment est perçue l'éducation à l'image dans les écoles écossaises ? Avez-vous des problèmes avec certains films ?

La reconnaissance de la nécessité de savoir lire les images et de savoir communiquer, autant que la lecture, est bien plus répandue aujourd'hui. L'éducation à l'image est actuellement évoquée dans le cadre de la révision des programmes scolaires. D'un autre côté, avec toutes ces restrictions budgétaires dans l'éducation, les professeurs doivent souvent trancher entre de nouveaux manuels scolaires ou une sortie au cinéma. En ce qui concerne les films, il y a eu dans les années 90 et 2000 une tendance aux sujets réalistes et, pour être honnête, je dirais que ce sont plutôt les enseignants qui nous causent des problèmes avec leurs idées préconçues sur les contenus.

Travaillez-vous avec des institutions internationales ?

Nous travaillons avec l'Institut Français du Royaume-Uni, l'Alliance Française et le Goethe Institute. Nous avons un programme d'échange avec un cinéma de Dieppe : des réalisateurs des deux pays expliquent aux écoliers comment sont faits leurs films. Un vrai succès.

Des projets ?

Nous voulons monter un projet d'écriture de scénario avec des jeunes sourds, travailler avec des enfants de Govan à la mise en son d'un film muet sur les chantiers navals – activité clef de la ville par le passé – et continuer notre collaboration avec la fondation 8 1/2 stimuler l'intérêt des enfants de cet âge pour le cinéma. De plus, depuis le séminaire de Bologne, nous sommes entrés en dialogue avec d'autres cinémas de notre réseau écossais et nous avons décidé de réunir formellement nos groupes dans un consortium et de partager nos ressources, avec le soutien d'Europa Cinemas.



Kids are king

AT THE STUDIO DES URSULINES

A stone's throw from the Jardin du Luxembourg in the heart of Paris, the Studio des Ursulines welcomes us on a beautiful Monday morning in October. We meet director and programmer Florian Deleporte, cultural mediator Claire Legueil and, above all, a lively bunch of ten year-olds.

THE children arrive amid shouts and laughter. Even if they're not aware of the legacy of this little cinema established in 1926, they know the location, the theatre decked out with children's drawings, the small library and the little seats. They're familiar with the balcony, which is very popular, and the red curtain that's "just like at the theatre!"

Two classes have gathered here, one from Paris' 5th arrondissement and the other from Belleville neighbourhood, to watch the film *Red Like the Sky* (Cristiano Bortone, IT). Claire prepares them gently for what they will see, then comes back at the end to gather their impressions. The children are delighted with the film even if they found it a bit sad: a boy their age loses his sight and tells stories using sounds recorded on a tape recorder. He records the sounds, cuts and splices the tapes and plays them back for others.

That afternoon the children come back to take part in a workshop on *Film Soundtracks*. Composer Jean-Carl Feldis helps them discover what lies behind dubbing. He asks them to define sound, then gets them to record new dialogues and sounds for a scene from *King Kong*.

A quelques pas du Jardin du Luxembourg, en plein cœur de Paris, le Studio des Ursulines nous ouvre ses portes un beau lundi matin d'octobre. Nous y rencontrons Florian Deleporte, directeur et programmeur, Claire Legueil, la médiatrice culturelle et surtout une belle ribambelle d'enfants d'une petite dizaine d'années.

LES enfants sont arrivés dans les cris et les rires. S'ils n'ont pas conscience du poids historique de cette petite salle créée en 1926, ils connaissent bien les lieux, le hall paré de dessins d'enfants, la petite bibliothèque et les petites chaises. Ils se sont familiarisés avec le balcon, qui a beaucoup de succès, et le rideau rouge, « comme au théâtre » !

Deux classes sont réunies, l'une du 5^{ème} arrondissement, l'autre du quartier de Belleville, pour assister au film *Rouge comme le ciel* (Cristiano Bortone, IT). Claire les prépare à ce qu'ils vont voir, puis revient en fin de séance pour recueillir leurs impressions. Les enfants sont ravis d'avoir vu le film, même s'ils le trouvent un peu triste : un garçon de leur âge perd la vue et raconte des histoires au moyen de sons enregistrés sur un magnétophone. Il enregistre sur des bandes, les colle et les fait réécouter.

Les enfants reviennent ensuite l'après-midi pour participer à un atelier sur *La Sonorisation de films*. Le compositeur Jean-Carl Feldis leur fait découvrir les dessous du doublage. Il leur demande la définition du son, puis les invite à enregistrer les nouvelles voix et bruits d'une séquence de *King Kong*.

A nationally-released film, a tailor-made workshop and above all attention to children's needs: this is what has characterised the Studio des Ursulines since 2003, the year it started specialising in screenings for young audiences. Florian was already in charge of programming at the time, but the theatre belonged to Arp (Auteurs-Réalisateurs-Producteurs, representing writers, directors and producers), which also operates the Cinéma des Cinéastes near the Place de Clichy. Florian and the other team members purchased the cinema when Arp had to sell it in 2006.

The team then took the decision to continue working with young audiences. To this end Florian adapted programming for various age groups – "For us young audiences span from kids in daycares to those at prep schools or vocational institutes", he says. The films are announced through targeted communication and are accompanied by activities (preview screenings, workshops...) taken care of by Claire, the cinema's full-time cultural mediator.

With almost 40,000 admissions in 2009 for a single screen with 122 seats, the cinema seems to have kept its part of the bargain, and its fans count more than just children. Accessing prints is not always easy because of competition with other Parisian cinemas, but the theatre is a faithful partner for the rare distributors who regularly release quality films for young audiences.

In organising today's activities Florian and Claire are participating in the children's cinema education. As Florian tells us, some come back outside of school hours: "One of the things that touched me the most in 2005 or 2006 was when kids from poorer districts came back with their parents who were almost embarrassed to be there, as if it wasn't for them." There's no doubt that most of them will long remember these screenings, and retain the good habit of talking about what they've seen – along with the knowledge that the cinema widens horizons.

Un film en sortie nationale, un atelier fait sur mesure en lien avec le film et surtout l'attention portée aux enfants : voici ce que fait le Studio des Ursulines depuis 2003, année où la salle s'est spécialisée pour le Jeune Public. A l'époque, Florian en était déjà le programmeur mais la salle appartenait à l'Arp (Auteurs-Réalisateurs-Producteurs) qui gère également le Cinéma des Cinéastes, près de la place de Clichy. Puis Florian et les autres membres de l'équipe ont racheté la salle en 2006, quand l'Arp a dû s'en séparer.

L'équipe choisit alors d'approfondir le travail fait avec le Jeune Public. Florian s'appuie sur un travail de programmation adapté aux différents publics – « Le Jeune public, pour nous, va de la crèche à la prépa ou au BTS ». Les films sont annoncés par une communication ciblée et sont accompagnés d'animations (avant-premières, ateliers...) dont se charge Claire, médiatrice culturelle employée à temps plein.

Avec près de 40 000 entrées en 2009 pour un écran unique de 122 fauteuils, la salle semble aujourd'hui avoir rempli son pari, et n'a pas seulement conquis les enfants. L'accès aux copies n'est pas toujours facile, en raison de la concurrence des autres salles parisiennes, mais la salle est un fidèle relais pour les rares distributeurs qui sortent régulièrement des films Jeune Public de qualité.

En encadrant cette journée, Florian et Claire participent à l'éducation cinématographique de ces enfants. Comme nous le confirme Florian, certains reviennent en dehors du cadre scolaire : «Une des choses qui m'a le plus touché, vers 2005-2006, c'est de voir arriver les gamins de quartiers défavorisés avec leurs parents, qui avaient presque honte de venir, comme si ce n'était pas fait pour eux. » A n'en pas douter, la plupart garderont quelque part le souvenir de ces séances ainsi que cette bonne habitude de s'exprimer sur ce qu'ils ont vu. Et l'idée que le cinéma ouvre à d'autres horizons.

www.studiodesursulines.com



Interview with Alex de Ronde,

DIRECTOR OF HET KETELHUIS, AMSTERDAM

What do you do to encourage kids to the cinema?

We show a lot of family films and films for kids. I think a quarter of our audience is watching family films during the day time.

Do you show a lot of indie titles?

Sure. We hardly ever show American mainstream, most of the time it's Dutch, German or Scandinavian films.

Do you do outreach programmes?

We would love to, but the government is very right wing and is cutting subsidies for education, and film culture is not perceived as important.

Are there not even media or film studies in the schools?

Not in primary or secondary school. Only if a teacher really loves film does it get any attention in the classroom.

What is your involvement with the Cinekid film festival and workshop?

We are one of the venues for Cinekid which happens every year for eight days. It mostly reaches well educated white kids, although they also organize a few school screenings. The programme is packed with a very diverse range of films.

Do you use the Internet to encourage kids to watch films?

We use social media sites, Facebook and Twitter, but I don't think we reach lots of young people, it's mostly 23 and up. I think kids are using different networks, we still don't know them but we're trying to find out.



Que faites-vous pour encourager les enfants à aller au cinéma ?

Nous projetons beaucoup de films familiaux et pour enfants. Je pense que, dans la journée, un quart de notre public assiste à des projections de films familiaux.

Présentez-vous beaucoup de films indépendants ?

Bien sûr, nous projetons surtout des films néerlandais, allemands ou scandinaves, très rarement des films américains grand public.

Avez-vous des projets hors-les-murs ?

Nous aimerions, mais le gouvernement, très à droite, réduit considérablement les subventions pour l'éducation. La culture cinématographique n'est pas considérée comme importante.

Les écoles n'enseignent ni le cinéma, ni les médias ?

Non, ni dans le primaire, ni dans le secondaire. La seule raison pour laquelle le cinéma peut s'introduire dans la classe est l'intérêt du professeur.

Quel est votre engagement dans le festival et les ateliers Cinekid ?

Nous sommes un des lieux d'accueil de Cinekid, qui se tient chaque année sur huit jours. Mais le festival touche surtout des enfants blancs très cultivés, même si quelques projections scolaires sont organisées. La programmation est composée de toutes sortes de films.

Avez-vous recours à Internet pour encourager les enfants à regarder des films ?

Nous utilisons les réseaux sociaux, Facebook et Twitter. Mais je doute que nous touchions beaucoup de jeunes ainsi, il s'agit surtout des plus de 23 ans. Je pense que les enfants utilisent d'autres réseaux que nous ne connaissons pas encore. Nous y travaillons.

www.ketelhuis.nl

CHRIS EVANS

27

Times Cinema:

27 identities, 1 Europe

During the last Venice Film Festival a youthful wind blew over Venice Days. 27 young people from each of the European Union countries came together and gave an inspiring vision of Europe, united by the cinema and open to dialogue and the future.

Lors de la dernière Mostra, le vent de la jeunesse a soufflé sur les Venice Days. 27 jeunes issus de tous les pays de l'Union européenne y sont venus nous offrir une belle vision de l'Europe, unie par le cinéma et tournée vers le dialogue et l'avenir.



THE young film lovers were invited by the European Parliament's Commission on Culture and Education – presided by Doris Pack –, Venice Days and Europa Cinemas to attend the entire festival. As the '27 Times Cinema' jury they award special mention, which went to the Canadian film *Incendies* by Denis Villeneuve, and each day they participated in discussions with cinema professionals and logged their impressions on a blog set up by Cineuropa.org. A wealth of films, the exchange of ideas and sharing of experiences: it is no surprise this project appealed to many young candidates when Europa Cinemas member theatres – which coordinated the project throughout the EU – made it known to their audiences.

The 27 made no secret of the fact that their favourite theatre at this event had far more to offer than just cinema: it is a familiar meeting place where they can get together at the bar or restaurant and discuss the films (screened in the original version) with other audience members or the staff, discussions which, for them, are just as important as the films screened. Whether just leaving secondary school or studying sociology, geography, communication or filmmaking, the youths aged from 18 to 25 are passionate about the cinema and the world around them.

CES jeunes cinéphiles étaient invités par la Commission Culture et Education du Parlement européen – présidée par Madame Doris Pack –, les Venice Days et Europa Cinemas, à assister au festival pendant toute sa durée. Réunis en un jury, leur mention est allée au film canadien *Incendies*, de Denis Villeneuve. Chaque jour, ils ont participé à des débats avec des professionnels du cinéma et rendaient compte de leur expérience sur un blog mis en place par Cineuropa.org. Cinéphilie, échange, partage : on comprend que ce beau programme ait attiré un grand nombre de candidats, lorsque les salles Europa Cinemas, relais de l'opération dans les pays membres de l'UE, ont proposé à leurs spectateurs de participer.

De leur salle préférée, ils disent d'ailleurs qu'elle offre bien plus que du cinéma. Elle est pour eux un lieu familier d'échanges où le bar, le restaurant, permettent de discuter autour des films (projetés en VO), avec d'autres spectateurs et avec l'équipe. Les débats qu'elle organise la définissent autant que les films. Qu'ils sortent du lycée ou étudient la sociologie, la géographie, la communication ou la réalisation de films, ces jeunes âgés de 18 à 25 ans ont un rapport passionné avec le cinéma et le monde qui les entoure.

Their fledgling love for the cinema has been shaped by films like *Amelie from Montmartre*, *The Celebration*, or even *Bodyguard* and *Finding Nemo*. They are fond of the American independent cinema (Tarantino, Sofia Coppola, Gus van Sant), while Antonioni, Kubrick and Hitchcock are important references. Their favourite filmmakers include Lars von Trier, Thomas Vinterberg, François Ozon and Claire Denis. In Venice, they have become aware of cinema's power to "show different social and economic realities", an awareness heightened by the discussions organised with the filmmakers. These debates were at the heart of the festival - "a location of proximity and simplicity" - where ardent filmgoers gather to watch quality films, and the barriers surrounding actors and professionals are quick to disappear.

In this ideal setting, the 27 youths rapidly formed a group despite their cultural and geographic differences, and were astonished at their ability to share ideas among themselves. A lack of obstacles and a taste for dialogue based on a common understanding... Isn't this group really a portrait of Europe? A sum of individualities linked by an indefinable something which none of them would question? Certainly, at the festival the cinema was the tie that bound them. But when asked they stress that for them Europe is really a set of values: respect, liberty, democracy. And European films, which for them are characterised by their attention to "feelings and content" rather than to style, relate these values while at the same time reflecting national realities to which these young people seem to be proud to belong. In their own words, this experience has allowed them to open up and widen their vision of cinema and Europe, giving them the confidence to pursue their own goals.

Leur cinéphilie, plutôt récente, a été marquée par des films comme *Le Fabuleux destin d'Amélie Poulain*, *Festen*, ou même *Bodyguard* et *Le Monde de Nemo*. Ils aiment le cinéma indépendant américain (Tarantino, Sofia Coppola, Gus van Sant). Antonioni, Kubrick et Hitchcock sont des références. Parmi leurs cinéastes préférés figurent Lars von Trier, Thomas Vinterberg, François Ozon et Claire Denis. À Venise, ils ont ainsi l'impression d'avoir pris conscience du pouvoir qu'a le cinéma de « donner à voir d'autres réalités économiques et sociales ». Cette prise de conscience s'est faite grâce aux débats avec les réalisateurs, au cœur du festival, « lieu de la proximité, de la simplicité », où les films de qualité réunissent des festivaliers passionnés, tandis que la barrière avec les acteurs et les professionnels est plutôt facile à rompre.

Sur place, dans ce cadre idéal, ils ont rapidement constitué un groupe malgré leurs écarts culturels et géographiques, et ont été épatés par leur faculté à partager leurs idées. Une absence de barrières, un goût pour le dialogue qui s'appuie sur un socle commun... Finalement, ce groupe n'est-il pas le portrait de l'Europe ? Soit une somme d'individualités reliées par quelque chose d'indéfinissable qu'aucun n'aurait idée de remettre en cause. Certes, le cinéma est ici le fil qui les réunit. Mais l'Europe est bel et bien, lorsqu'on les interroge, un ensemble de valeurs, le respect, la liberté, la démocratie. Et les films européens, qui selon eux se définissent par l'attention portée « aux sentiments » et au contenu plutôt qu'au style, relaient ces valeurs tout en étant ancrés dans des réalités nationales auxquelles ces jeunes semblent très fiers de s'identifier. Selon leurs propres termes, cette expérience leur a permis d'ouvrir et d'approfondir leur vision du cinéma et de l'Europe. Tout en leur donnant la confiance de poursuivre leurs envies.

winner of the LUX Prize after having seen the three films in the Competition; these are part of the Official Selection comprising ten films chosen by a panel of seventeen professionals.

After four years it struck us as important to go a step further and take the LUX Prize into the public domain with the LUX Prize Festival. In cooperation with Europa Cinemas, the three films in competition would be projected in all member states during the same week. This would bring about the conditions for creating a momentary European public space. Three films instead of only one would be subtitled in twenty-three languages.

How would you sum up the first edition of 27 Times Cinema?

This brilliant initiative conceived by Giorgio Gosetti – the director of the Giornate degli Autori – and Fatima Djoumer has aroused even more interest than we had hoped. Firstly, all of the 27 young film lovers invited by the LUX Prize called the experience unforgettable; secondly, the Giornate degli Autori renewed with the original spirit of festivals: Mr Gosetti was keen to situate the films in the Competition at the heart of the festival by organising public discussions each day featuring our twenty-seven invited guests; and thirdly for the accredited media wishing to talk with the "27". For all of these reasons the experience should be repeated, in Venice and perhaps elsewhere in the context of cooperation between the LUX Prize and Europa Cinemas. Finally, in gathering twenty-seven young film enthusiasts for a single purpose in one location at the same time, 27 Times Cinema provided a great snapshot of Europe.

3 questions à Bertrand Peltier, administrateur en charge du Prix LUX.

Quelle est la politique de la commission de la Culture et de l'Education du Parlement européen en matière de cinéma ?

Sur le terrain législatif, la commission joue un rôle fondamental dans la fixation du budget alloué aux programmes MEDIA et MEDIA Mundus. Très atten-

tive à la valorisation des industries créatives et culturelles ainsi qu'à la politique de l'information et au rôle des médias, elle est aussi préoccupée par l'incidence fondamentale des nouvelles technologies sur le droit d'auteur, les modalités de projection dans les salles, le piratage et la chronologie des médias. En marge des procédures législatives, la commission de la Culture et de l'Education a soutenu la création, il y a quatre ans, du Prix du Parlement européen pour le cinéma auquel elle a d'ailleurs donné son nom : le Prix LUX, lux signifiant la lumière.

Pouvez-vous nous en dire un peu plus sur le Prix LUX ?

Né en 2007, il poursuit deux objectifs. Le premier, à travers les films en Sélection officielle et en Compétition, est de créer les conditions d'un débat public

dix films sont arrêtés par un panel de dix-sept professionnels.

Après quatre éditions, il nous a semblé important de franchir un cap en projetant le Prix LUX dans la sphère publique à la faveur d'un festival, le Festival du Prix LUX. En relation avec Europa Cinemas, les trois films seraient projetés au cours de la même semaine dans les Etats membres. Les conditions créant un espace public européen momentanément seraient ainsi réunies. Trois films, au lieu d'un seul, seraient dès lors sous-titrés en vingt-trois langues.

Quel bilan faites-vous de la première édition de 27 Times Cinema ?

Cette initiative née dans l'esprit génial de Giorgio Gosetti, le délégué général des Giornate degli Autori et de Fatima Djoumer a dépassé nos espérances tant elle a suscité de l'intérêt : en premier



sur des sujets communs à une partie ou à l'ensemble des citoyens de l'Union européenne : par exemple, les droits de l'homme et les libertés fondamentales, les flux migratoires,... Le second est de soutenir la distribution des (co)productions européennes à l'intérieur même des 27, considérant que les frontières et la multiplicité des langues sont un obstacle de fait à la circulation des films dans l'Union. Le Prix LUX finance donc le sous-titrage du film lauréat dans les 23 langues de l'Union, la VO donnant lieu à une adaptation pour les personnes souffrant d'un handicap visuel ou auditif. Ce sont les députés au Parlement européen qui désignent le lauréat du Prix LUX après avoir vu les trois films en Compétition ; ces derniers font partie d'une Sélection Officielle dont les

lieu, pour les 27 jeunes cinéphiles que le Prix LUX avaient invités ; en second lieu, pour les Giornate qui ont renoué avec l'esprit originel des festivals : M. Gosetti était en effet désireux de replacer les films en Compétition au cœur de l'événement en créant chaque jour un débat public auquel ont pris part nos invités ; en troisième lieu, pour les médias accrédités qui ont souhaité s'entretenir avec les "27". Pour toutes ces raisons, l'expérience devrait être renouvelée, à Venise et peut-être ailleurs, dans le cadre d'une action conjointe au Prix LUX et à Europa Cinemas. Au final, en réunissant vingt-sept jeunes cinéphiles autour d'un même objet, dans un même lieu, au même moment, 27 Times Cinema fut un bel instantané d'Europe.

SNAPSHOTS OF EUROPE

3 questions to Bertrand Peltier, administrator responsible for the LUX Prize.

What is the policy of the European Parliament's Committee on Culture and Education regarding the cinema?

On the legislative side the Committee plays a fundamental role in fixing the budget allocated to the MEDIA and MEDIA Mundus programmes. Very attentive to the promotion of the creative and cultural industries, information policy and the role of the media, the Committee is also involved in the basic impact of new technologies on copyrights, projection methods in cinemas,

piracy and the staged chronology of film releases. Apart from legislative considerations, four years ago the Committee on Culture and Education supported the creation of the European Parliament's cinema prize and gave it its name: the LUX Prize, lux meaning light.

Can you tell us more about the LUX Prize?

Established in 2007, the LUX Prize has two objectives. The first is to create, by means of the films in the Official Selection and the Competition, the conditions for public debate on issues common to some or all of the citizens

of the European Union: for example human rights and fundamental liberties, migration, etc. The second is to support the distribution of these European (co-)productions within the 27 member countries, bearing in mind that the numerous borders and languages comprise a real obstacle to the dissemination of films in the Union.

For that reason the LUX Prize finances the subtitled of the prize-winning film in the 23 official languages of the Union, as well as an adaptation of the original version for visually- or hearing-impaired people. The Members of the European Parliament designate the

THURSDAY 18 NOV
JEUDI 18 NOV

Cinéma L'Entrepôt
7 / 9 rue Francis de Pressensé
75014 Paris

SCREEN 1

14:00 – Attenberg
16:00 – Just Between Us
18:00 – Never Let Me Go
20:00 – Attenberg
22:00 – When We Leave

SCREEN 2

14:00 – Oxygen
16:00 – No Fear
18:00 – Le Quattro Volte
20:00 – Oxygen
22:00 – Cirkus Columbia

SCREEN 3

14:00 – If I Want to Whistle, I Whistle
16:00 – Black Bread
18:00 – The Clink of Ice
20:00 – Essential Killing
22:00 – If I Want to Whistle, I Whistle

All films in original version with English subtitles with the exception of *Never Let Me Go*: English language with French subtitles

Tous les films sont en version originale et sous-titrés en anglais à l'exception de Never Let Me Go : film en anglais sous-titré en français



Attenberg

GREECE / 2010 / 95'
Director: Athina Rachel Tsangari
Cast: Ariane Laped, Giorgos Lanthimos, Vangelis Mourikis

Marina, 23, is growing up with her architect father in a prototype factory town by the sea. Finding the human species strange and repellent, she chooses to observe it through the songs of Suicide, the mammal documentaries of Sir David Attenborough, and the sexual-education lessons she receives from her only friend, Bella.
Marina, 23 ans, vit avec son père dans une ville industrielle près de la mer. Elle trouve l'espèce humaine étrange et répugnante et choisit de l'observer au travers des chansons de Suicide, des documentaires sur les mammifères de Sir David Attenborough et d'une éducation sexuelle qu'elle reçoit de son unique amie, Bella.

Sales: The Match Factory
www.the-match-factory.com
Festivals: Venice, Toronto, Reykjavik

Cirkus Columbia

EUROPEAN UNION / 2010 / 113'
Director: Danis Tanović
Cast: Miki Manojlović, Boris Ler, Mira Furlan

Bosnia and Herzegovina, 1991. The communists have fallen from power and Divko returns to the small town where he grew up to reclaim his family home. After a 20-year exile in Germany, Divko arrives in his flashy red Mercedes with sexy young girlfriend Azra, lucky black cat Bonny and a pocketful of Deutschmarks.
Bosnie-Herzégovine, 1991. Les communistes sont tombés. Après 20 ans d'exil en Allemagne, Divko revient dans sa petite ville natale pour récupérer la maison familiale. Dans sa Mercedes rouge, il arrive avec Azra, sa petite amie sexy, Bonny, son chat noir porte-bonheur, et les poches pleines de Deutsche Marks.

Sales: The Match Factory
www.the-match-factory.com
Festivals: Sarajevo (Audience Award), Venice Days, Toronto

Black Bread Pa Negre

SPAIN / FRANCE / 2010 / 90'
Director: Agustí Villaronga
Cast: Francesc Colomer, Marina Comas, Nora Navas

In post war rural Catalunya a boy discovers two buried bodies in the woods. With his father being wrongly accused of the murder, the boy sets out to find the real killers.
C'est l'après-guerre, en Catalogne rurale. Un garçon découvre deux corps enterrés dans les bois. Son père est accusé à tort. Le garçon se lance à la recherche des vrais tueurs.

Sales: Beta Cinema
www.betacinema.com
Festivals: San Sebastian (Best Actress - Nora Navas)

The Clink of Ice Le Bruit des glaçons

FRANCE / 2010 / 87'
Director: Bertrand Blier
Cast: Jean Dujardin, Albert Dupontel, Anne Alvaro

This is the story of a man who has a visit from his cancer. "Hi, says the cancer, I'm your cancer. I thought it would be nice if we got to know each other a little..."
C'est l'histoire d'un homme qui reçoit la visite de son cancer. « Bonjour, lui dit le cancer, je suis votre cancer. Je me suis dit que ça serait peut-être pas mal de faire un petit peu connaissance... »

Sales: Wild Bunch
www.wildbunch.biz
Festivals: Venice Days (Europa Cinemas Label)

Essential Killing

POLAND / NORWAY / IRELAND / HUNGARY / 2010 / 83'
Director: Jerzy Skolimowski
Cast: Vincent Gallo, Emmanuelle Seigner, Stig Frode Henriksen

A Taliban soldier is taken captive in Afghanistan after killing three American soldiers. He is transferred to Europe for interrogation, but manages to escape and flees through a continent he doesn't know.
En Afghanistan, un taliban est capturé après avoir tué trois soldats américains. Il est envoyé en Europe pour se faire interroger. Il s'échappe et fuit sur un territoire qui lui est inconnu.

Sales: HanWay Films
www.hanwayfilms.com
Festivals: Venice, Toronto, London

If I Want to Whistle, I Whistle Eu cand vreau sa fluier, fluier

ROMANIA / SWEDEN / 2010 / 94'
Director: Florin Serban
Cast: George Pistereanu, Ada Condeescu

Silviu has only two weeks left before his release from a hostile juvenile detention center. But when his mother, who abandoned him long ago, returns in Romania to take his younger brother away, those two weeks become an eternity.
Silviu sera libéré de son centre de détention pour mineurs dans deux semaines. Mais quand sa mère, qui l'a abandonné il y a longtemps, revient en Roumanie pour emmener son jeune frère, les deux semaines s'éternisent.

Sales: Celluloid Dreams
www.celluloid-dreams.com
Festivals: Berlin (Silver Bear)



Just Between Us Neka Ostone Medju Nama

CROATIA / SERBIA / SLOVENIA / 2010 / 87'
Director: Rajko Grlić
Cast: Miki Manojlović, Bojan Navojec, Nataša Dorčić

Just Between Us is a wicked, indiscreet contemporary story set in Zagreb about the whirling erotic passions that percolate beneath the dull, composed surface of everyday bourgeois life and manners
A Zagreb, de nos jours. *Just Between Us* s'infiltre sous la surface lisse des bonnes manières de la bourgeoisie pour raconter une histoire immorale et indiscrète dans le tourbillon des passions érotiques.

Sales: Wide Management
www.widemanagement.com
Festivals: Karlovy Vary (Europa Cinemas Label, Best Director), Pula (Best Film, Best Director...)

Never Let Me Go

UNITED KINGDOM / USA / 2010 / 103'
Director: Mark Romanek
Cast: Keira Knightley, Carey Mulligan, Andrew Garfield

As children, Ruth, Kathy and Tommy, spend their childhood at a seemingly idyllic English boarding school. As they grow into young adults, they have to come to terms with the strength of the love they feel for each other, while preparing themselves for the haunting reality that awaits them. Based on a novel by Kazuo Ishiguro.
Enfants, Ruth, Kathy et Tommy étaient scolarisés dans une école a priori idyllique. Devenus adultes, ils vont devoir se confronter à l'amour très puissant qu'ils se portent tout en affrontant une terrible réalité qui attend de se révéler depuis longtemps. Adapté d'un roman de Kazuo Ishiguro.

Sales: Twentieth Century Fox
www.fox.com
Festivals: London, Toronto, Tokyo

No Fear Niente paura

ITALY / 2010 / 88'
Director: Piergiorgio Gay
Cast: Luciano Ligabue, Paolo Rossi, Carlo Verdone

Niente paura is the title of a song by Luciano Ligabue. Through the singer's music, this documentary outlines the events which marked Italy over the last forty years.
Niente paura est le titre d'une chanson de Luciano Ligabue. A travers ses chansons, ce documentaire retrace les événements qui ont marqué l'Italie des quarante dernières années.

Sales: Intramovies
www.intramovies.com
Festivals: Venice

Oxygen Adem

BELGIUM / NETHERLANDS / 2010 / 98'
Director: Hans Van Nuffel
Cast: Marie Vinck, Gijs Scholten van Aschat, Rik Verheye

Adem tells the story of two boys who suffer from cystic fibrosis and of the friendship that will grow between them during their repeated stays in hospital.
Adem raconte l'histoire émue de deux garçons souffrants de fibrose kystique et d'une amitié qui se consolidera durant leurs séjours répétés à l'hôpital.

Sales: A Private View
www.aprivateview.be
Festivals: Montreal (Grand Prix), Rome

Le Quattro Volte

ITALIA / GERMANY / SWITZERLAND / 2010 / 88'
Director: Michelangelo Frammartino
Cast: Giuseppe Fuda, Nazareno Timpano, Bruno Timpano

An old shepherd lives his last days in a medieval village perched high on the hills of Calabria. He herds goats under skies that most villagers have deserted long ago... *Le Quattro Volte* is a poetic vision of the revolving cycles of life and nature.
Un vieux berger vit ses derniers jours dans un village médiéval perché dans les montagnes de Calabre. Il conduit ses chèvres sous des cieux désertés depuis longtemps... *Le Quattro Volte* est une vision poétique des cycles de la vie et de la nature.

Sales: The Coproduction Office
www.coproductionoffice.eu
Festivals: Directors' Fortnight (Europa Cinemas Label), Era New Horizons (Audience Award)

When We Leave Die Fremde

GERMANY / 2010 / 119'
Director: Feo Aladag
Cast: Sibel Kekilli, Florian Lukas, Derya Alabora, Tamer Yigit

Umay flees her oppressive marriage in Istanbul, taking her young son with her. She is hoping to find a better life with her family in Berlin, but her unexpected arrival creates intense conflict. To keep her son, Umay is forced to move again.
Oppressée par son mariage, Umay quitte Istanbul avec son jeune fils. Elle espère trouver une vie meilleure avec sa famille, à Berlin, mais cette arrivée inattendue crée une situation de conflit. Pour garder son fils, Umay doit fuir à nouveau.

Sales: Telepool
www.telepool.de
Festivals: Berlin (Panorama, Europa Cinemas Label), Tribeca (Best Film, Best Actress), German Film Award (Best Feature, Best Actress)



Belgium Cinema balancing between boundaries

My Queen Karo

The lot of an arthouse cinema-owner is never an easy one these days. But it gets even more complicated in the Belgian exhibition landscape because it depends whether your cinema is located in the French-speaking half of the country or in the northern Flemish part.

“**M**OST of the Flemish arthouses were never recognised as such and didn't speak of themselves as arthouses,” says **Patrick Deboes** of the five-screen **Sphinx** Cinema in Gent. “They weren't and are still not subsidised by the Flemish government.”

In the French-speaking Wallonia, on the other hand, arthouse cinemas can benefit from support from the French Community of Wallonia and Brussels in different ways. “For the past 15 years, the Centre du Cinema et de l'Audiovisuel [CCA] has supported 'cinémas d'art et essai' who programme a minimum of 70% of 'art et essai' films projected in a minimum of 70% screenings,” explains **Thierry Vandersanden** of the French Community's **Wallonie-Bruxelles Images**. “To be aided, these cinemas must also regularly organise promotional activities and be committed to an educational programme. On the basis of this criteria, we are supporting nine exhibitors for a total of 27 screens.” Last year, for example, the CCA allocated over € 887,000 to these nine cinemas,

Les propriétaires de salles art et essai n'ont pas la vie facile ces temps-ci. Celle des exploitants belges, compte-tenu de la division du pays entre la partie francophone au sud et le nord flamand, est encore plus compliquée.

« **L**A plupart des cinémas art et essai flamands n'ont jamais été reconnus comme tels et ne se considèrent même pas eux-mêmes comme des salles art et essai », explique **Patrick Deboes** du cinéma **Sphinx** (cinq écrans), à Gand. « Ils n'ont jamais été et ne sont toujours pas subventionnés par le gouvernement flamand. »

Au contraire, en Wallonie francophone, les salles art et essai peuvent bénéficier, par différents biais, du soutien de la Communauté française Wallonie-Bruxelles. « Durant les quinze dernières années, le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel [CCA] a soutenu les "cinémas d'art et essai" qui programment au moins 70% de films "art et essai" et représentent au moins 70% des projections », explique **Thierry Vandersanden** de **Wallonie-Bruxelles Images**. « Pour être aidées, ces salles doivent organiser régulièrement des activités de promotion et s'engager dans un programme éducatif. Sur la base de ces critères, nous soutenons neuf salles (27 écrans). » Par exemple, l'année dernière, le CCA

a 18% increase on the funding made available in 2008. This included € 247,000 going to the **Arenberg** Galleries in Brussels and € 130,000 to **Les Grignoux** in Liege. In addition, the French Community of Belgium has been investing € 100,000 in a grouping of nine arthouse cinemas in Wallonia and Brussels which came together in the **Diagonale** initiative. Through this cooperation, Europa Cinemas members such as **Plaza Art** in Mons and Liege's **Les Grignoux** can offer an outlet for distributors to enable films d'auteur to find an audience for a longer period.

Meanwhile, **Gent exhibitor Patrick Deboes** regards it as being “very regrettable” that **Vlaams Audiovisueel Fonds** (VAF) doesn't show any interest in supporting the cinema sector. “In the past years, we have been trying to generate some interest from our ministry in our cinemas, but it is a long way. We may be at the beginning of some changes, but it will take some more time.” **Christian de Schutter**, general manager of **Flanders Image**, points out that Brussels is “a special case because of the high concentration of people working for the European institutions and other international organisations. It means that there is a reasonable market for foreign-language arthouse fare. Still, exhibitors claim that this market is also under pressure from other channels like TV, VoD, DVD and the Internet. Most films do not perform as they would have done 10 or 20 years ago.”

a alloué plus de 887 000€ à ces neuf cinémas (une hausse de 18% par rapport aux soutiens de 2008), dont 247 000€ à l'**Arenberg** de Bruxelles et 130 000€ aux **Grignoux** de Liège. En outre, la Communauté française de Belgique a soutenu à hauteur de 100 000€ un regroupement de neuf salles art et essai en Wallonie et à Bruxelles, **Diagonale**. A travers cette initiative, des salles membres d'Europa Cinemas telles le **Plaza Art** à Mons et **Les Grignoux** à Liège, offrent un espace de diffusion aux distributeurs. Les films d'auteur y bénéficient d'une plus grande durée d'exposition pour trouver leur public.

De son côté, **Patrick Deboes** trouve qu'il est « vraiment regrettable » que le **Vlaams Audiovisueel Fonds** (VAF) ne montre aucun intérêt pour le secteur du cinéma. « Ces dernières années, nous avons essayé de susciter l'intérêt du ministre pour nos salles, mais c'est un long chemin. Peut-être sommes-nous au début d'un changement, mais il faudra encore un certain temps. » **Christian de Schutter**, directeur général de **Flanders Image**, souligne de son côté que Bruxelles est « un cas particulier car de nombreux habitants travaillent pour des institutions européennes et des organisations internationales. Il existe donc un vrai marché pour les films art et essai en VO. Cependant, les exploitants se plaignent de la pression des autres canaux de diffusion, TV, VoD, DVD et Internet. La plupart des films auraient fait mieux il y a 10 ou 20 ans. »

Si les soutiens aux salles sont donc différents dans les deux parties du pays, des idées préconçues déterminent l'aptitude d'un film belge à passer d'une partie du pays à l'autre. « Nous ne doublons jamais les films en Flandre, les films sortent uniquement en VO sous-titrée », explique **Pierre Druout**, directeur du VAF. « Une sortie en Wallonie doit être doublée, mais le doublage serait trop coûteux pour la seule Wallonie. » Pour sortir dans les salles wallonnes, un film flamand doit avoir été vendu en France et que le distributeur français ait réalisé une version doublée. Ce fut par exemple le cas pour *La Mémoire du tueur*.

Déterminer le potentiel des films flamands en Wallonie est fonction de « l'importance du film », affirme **Jean-Marie Hermand** des **Grignoux**, à Liège. « Ceux-ci sont traités dans les salles de la même manière que tous les autres films en VO. Pour ce qui nous concerne, les films flamands bénéficient d'avant-premières avec les équipes (réalisateurs, acteurs...). » Parmi les films récemment projetés dans ses salles, on relève *La Merditude des choses*, *My Queen Karo* et *Ben X*. **22 Mei**, *Turkuaze* et *Adem (Oxygen)* sont annoncés pour les prochains mois. « Les salles art et essai francophones sont davantage portées sur les films art et essai français et sur les films d'auteurs », ajoute **Martien Uyttendaele**, DG de la société de distribution **Paradiso Films**. Elle explique que les distributeurs belges veulent « assurer une sortie nationale et planifient les campagnes de publicité et de promotion dans les deux territoires pour que la sortie du film soit rentable. Ainsi, nous sommes très dépendants du matériel en provenance de France et avons besoin de faire coller nos dates de sortie avec les sorties françaises. »



Sauvenière, Liège

While different conditions prevails for supporting cinemas in the two communities, there are also differing preconceptions about which Belgian films will be able to travel from one half of the country to the other. “We never play dubbed films in Flanders and only have films released in the original with subtitles,” says **Pierre Druout**, director of the Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF). “A release in Wallonia has to be dubbed, but it would be too expensive to dub only for Wallonia.” A way for a Flemish film to get to Wallonian cinemas is if it has been sold to France and the French distributor makes a dubbed version. This happened, for example, in the case of *The Memory Of A Killer*.

The question of whether Flemish films can “function” in Wallonia “depends on the film’s importance,” says **Jean-Marie Hermand** of Les Grignoux in Liege. “They are treated in the cinemas in same way as all other films in the original version. For our part in Liege, the Flemish films benefit from having an avant-première with the crews (directors, actors etc.)” Most recent titles shown at his cinemas include *De Helaasheid der Dingen*, *My Queen Karo* and *Ben X*, with other films such as *22 Mei*, *Turkuaze* and *Adem (Oxygen)* scheduled as forthcoming attractions. “The French-speaking arthouse circuit is more geared towards French art house films and much more 'author' oriented,” adds **Martin Uyttendaele**, CEO of the distribution company **Paradiso Films**. She explains that Belgian distributors aim to “ensure a nationwide release and effectively plan the publicity and promotion campaigns in both territories [in order] to secure a cost-effective campaign. As such, we are very dependent on materials in the French language coming from France and need to adapt our release dates close to the French release date.”

A de rares exceptions près, la plupart des films flamands ne touchent pas les francophones et la Wallonie, « tout simplement parce que les exploitants affirment qu'il n'y a pas de marché pour ces films et ne les programment donc pas », observe de Schutter. En outre, Thierry Vandersanden identifie deux types de films flamands : un cinéma populaire qui ne quitte jamais son territoire d'origine et ne rencontre pas de public dans la partie francophone du pays et un cinéma d'auteur flamand « très proche de ce qui se fait du côté francophone. Souvent coproduit par les deux com-



Sphinx, Gent

munautés, il trouve sa place dans les salles « art et essai » de la communauté française. » Les films belges francophones, eux, sont diffusés en Flandre car les exploitants et le public veulent découvrir des films de l'autre "moitié" du pays. « Les grands noms que sont les Dardenne et van Dormael réalisent des recettes comparables en Flandre et en Wallonie », soutient Pierre Druout, qui continue : « La différence se fait alors à Bruxelles. Avec *L'Enfant*, les entrées ont été légèrement plus élevées en Flandre qu'en Wallonie. »

Except for a few rare exceptions, most Flemish films do not reach the French-speaking or Walloon part of Belgium “simply because exhibitors say that there is no market for these films and therefore do not play them in their theatres,” de Schutter observes. In addition, Thierry Vandersanden identifies two types of Flemish film: a popular cinema which never leaves its home territory and doesn't find an audience in the French speaking half; and a Flemish auteur cinema “which is very close to what is done on the Francophone side, often co-produced by the two Communities and which finds its place in the 'cinémas d'art et essai' in the French Community.” Meanwhile, French-speaking Belgian films do travel in Flanders with both exhibitors and audiences there being open to discovering films from the “other half” of the country. “There are comparable box office figures for big names like the Dardenne brothers and van Dormael in Flanders and Wallonia,” VAF's Pierre Druout continues. “The difference is then made in Brussels. With *L'Enfant*, the admissions were slightly higher in Flanders than in Wallonia.”

The digital rollout is taking place in Belgium - last year, 144 of the country's 491 screens had been converted to digital projection - but the investment to date has mainly been by the multiplex operators such as Kinopolis, UGC, Utopolis and Imagix. “Kinopolis, who represents almost half of the market, is practically totally equipped. The other multiplexes are following close by,” notes Thierry Vandersanden. “On the other hand, the 'cinémas d'art et essai' and the 'rural' cinemas, the small and medium exhibitors, are experiencing big difficulties making the transition to digital.” At the moment, only eight cinemas of the 'cinémas d'art et essai' network have installed digital projection facilities. Les Grignoux, for example, signed a contract with XDC for its eight screens to be converted to digital, but Jean-Marie Hermand says that there has not been any support for this technical modernisation from Wallonia or the French Community. He adds that the French Community is considering “a mechanism to help those cinemas which cannot use the models of XDC, Ymagis ... but the reflection is recent and not completed.”

Similarly, the possibility of the authorities in Flanders supporting the digital conversion of the arthouse cinemas is on the agenda, but no decision has yet been made on how to proceed. “For arthouse cinemas, it is impossible or not interesting to sign a VPF [virtual print fee] deal since we play a very small amount of American studio films,” Patrick Deboes explains. “As for the independent film distributors, one cannot sign a deal with a third party. Negotiations are only possible once you have the equipment, but not before. There are other reasons such as the crisis in cinema in recent years. At the moment, there isn't one arthouse cinema in Flanders that has digitalised one screen. And expectations are - when nothing changes - that this will be so for the next (10) years.”

Le cinéma numérique prend place dans le pays. L'année dernière, 144 des 491 écrans du marché ont été équipés. Mais ce sont pour l'instant les multiplexes comme Kinopolis, UGC, Utopolis et Imagix qui ont investi. « Kinopolis, qui représente près de la moitié du marché, est presque totalement équipé. Les autres multiplexes ne sont pas loin derrière », note Thierry Vandersanden. « Au contraire, les "cinémas d'art et essai", les salles "rurales" et les petites et moyennes salles connaissent de vraies difficultés à assurer leur transition. » A ce jour, seules 8 "Cinémas d'art et essai" ont installé des projecteurs numériques. Les Grignoux, par exemple, ont signé un contrat avec XDC pour équiper leurs 8 écrans mais Jean-Marie Hermand nous dit que la Wallonie et la Communauté française n'apportent pas de soutien à la modernisation technique. Il ajoute que « la Communauté française pense à un mécanisme pour aider les salles qui ne pourront pas utiliser les modèles de XDC, d'Ymagis,... mais la réflexion est récente et non aboutie. »



Illégal

De même, un soutien des autorités de Flandre au passage des salles art et essai au numérique est à l'ordre du jour, mais aucune décision n'a été prise sur la façon de procéder. « Pour les salles art et essai, il est impossible, ou désavantageux, de signer un accord sur la base des frais de copies virtuelles car nous projetons très peu de films des studios », explique Patrick Deboes. « Les distributeurs de films indépendants ne peuvent de leur côté signer avec les tiers. Les négociations ne sont possibles que lorsque les salles sont équipées. La crise que connaît le cinéma ces dernières années est une autre raison avancée. Pour le moment, aucun écran art et essai de Flandre n'a été équipé. Et, si rien ne change, on peut penser qu'il en sera toujours ainsi dans les (10) prochaines années. »

MARTIN BLANEY

Central and Eastern Europe: Waiting for go-dough

Digital Day, Uherské Hradiště, 2009

Exhibitors and distributors of art house film in Central and Eastern Europe report that, while national support for the digitization of cinemas varies greatly from territory to territory, the costs of conversion and the relative lack of European titles in digital format give theatres little incentive to go digital.

THERE are more than 300 digital screens in Poland, according to Anna Szrama of Centrum Sztuki Filmowej in Katowice, one of only three Polish cinemas in the Europa Cinemas Network which is digitized. Smaller cinemas can apply to special programmes for support in covering the costs of conversion. The Małopolska region, for example, has an initiative which supports digitization. A National Programme for the Digitization of Cinemas plans to spend € 2.5m on converting screens and implementing a network of theatres committed to quotas for local and European films, but the programme has been on hold for more than a year. But even if cinemas get help in going digital there are still few European titles on digital prints. Art house distributors, in turn, find it more cost-effective to purchase used 35mm copy and add subtitles. If a European film has no Polish distributor, Szrama says, the costs of promoting the film falls on the exhibitor. The exhibitor is also stuck with the costs of translation, subtitles, licensing and shipment.

Exploitants et distributeurs de films art et essai en Europe centrale et orientale attendent la mise en place des soutiens de l'Etat, très variables d'un pays à l'autre. Les coûts d'équipement et le manque de films européens disponibles en numérique n'incitent guère les salles, selon eux, à franchir le pas.

EN Pologne, 300 écrans sont équipés, selon Anna Szrama du Centrum Sztuki Filmowej à Katowice, l'une des trois salles polonaises du réseau Europa Cinemas passées au numérique. Les petites salles peuvent obtenir des soutiens spéciaux. La région de Małopolska, par exemple, a mis en place un programme. Au plan national, un soutien de 2,5 millions d'euros est prévu, qui doit permettre la conversion des salles et la mise en œuvre d'un réseau de salles engagées à projeter un certain pourcentage de films locaux et européens. Le programme est cependant en attente depuis plus d'un an. Et, même si les cinémas obtiennent un soutien à la numérisation, trop rares sont les films européens disponibles sur le support. Les distributeurs art et essai considèrent qu'il est plus rentable d'acheter des copies 35 usagées et de les sous-titrer. Selon Anna, si un film européen n'a pas de distributeur polonais, l'exploitant qui programme le film doit en assurer les coûts de promotion, de traduction, de sous-titrage, les droits et le transport.

All Slovenia's 16 digital screens are in multiplexes, which enjoy a 90% market share, says Aleš Uhan of Kinodvor. The remaining 10% is comprised of about 30 small cinemas which are usually owned by municipalities. Uhan and other operators have formed the Association of Slovenian Art House Cinemas and appealed to the Ministry of Culture for support in digitization. The ministry responded by reserving €250,000 to support digitalization in 2011 — enough to convert four or five cinemas, Uhan says. The national subsidy would cover half the costs of conversion, while the remainder would come from local sources as well as EU Cohesion Funds. A plan exists to continue the subsidy for four years, with the ministry providing € 1m in total, but the Ministry of Culture has not yet confirmed this.

The Czech Republic has 99 digital screens, 45 in multiplexes and 54 in small cinemas. Premysl Martinek of distributor Artcam says this is because of relatively strong support from municipalities and the Ministry of Culture. State support began in 2009. Since then the ministry has awarded a total of CZK 58m (€ 2.4m). The state covers half the cost of conversion. Although the ministry has not announced funding for digitalization in 2011, Martinek says he thinks the support will continue, as nearly 400 small cinemas are still awaiting conversion. There is little indication that Czech audiences care or are even aware when they are watching a digital print. Tickets to a digital screening are as much (or more, in the case of 3D) than admission to a 35mm show. And even though digitalization is touted as reducing costs by eliminating the transportation and production of physical prints, virtual print fees make digital distribution more expensive for a small company like Artcam than traditional copies.

Slovakia has approximately 200 cinemas, of which 31 have been digitalized. Barbora Drobna works for distributor Continental Film, which handles programming for Cinemax cinemas. Each Cinemax multiplex has at least one digital screen. Continental strives to screen as many films in digital as possible, but few European films are available in digital copies. Cinemax audiences saw 1500 screenings of European films in the first nine months of this year, among them Sherry Horman's *Desert Flower*. Drobna says digital copies allowed Cinemax to extend the film's run to more than two months and meet audience demand. The film eventually drew admissions roughly equal to those of *Sex And The City 2*. The Audiovisual Fund has set aside € 170,000 this year for digitization and accepted the first call for applications in early October but no funding has yet been awarded. The conditions are similar to those for Europa Cinemas in terms of percentage European films screened. Drobna says there should be closer cooperation on the European level. Local and European programmes should both support digitization with "strict rules," she says, adding that digitization alone will not save the many small cinemas with structural problems.

En Slovénie, les 16 écrans équipés sont situés dans des multiplexes, qui représentent 90% du marché, affirme Aleš Uhan du Kinodvor. 30 petites salles, le plus souvent détenues par les municipalités, se partagent les 10% restants. Aleš et les autres exploitants ont formé l'Association des Cinémas art et essai slovènes et ont demandé au Ministère de la Culture un soutien à la numérisation, qui a débloqué 250 000€ pour 2011 - assez pour convertir quatre ou cinq salles, selon Aleš. Cette subvention couvrira la moitié des coûts de conversion. Le reste de l'investissement pourrait être assuré par les collectivités et le Fonds européen de cohésion. Un plan de soutien de un million d'euros (non confirmé) pourrait couvrir les quatre années à venir.



Fimfárum 3

99 écrans sont équipés en République tchèque : 45 dans les multiplexes et 54 dans de petites salles. Premysl Martinek, du distributeur Artcam, y voit l'effet du fort soutien mis en place par les municipalités et le Ministère de la Culture. Ce soutien, lancé en 2009, représente 58 millions de couronnes (2,4 millions d'euros). L'Etat couvre la moitié des coûts. Selon Premysl, le soutien devrait se poursuivre en 2011 (400 petites salles attendant de passer au numérique), même si le Ministère ne l'a pas confirmé. Dans la salle, il est peu probable que le public se soucie du numérique, ou même sache que le film est en numérique. Le prix du billet n'est pas différent (un peu plus élevé dans le cas de la 3D). Pour les distributeurs, la numérisation doit réduire les coûts de transport et de production des copies. Or le VPF rend le numérique plus onéreux pour les petites sociétés comme Artcam.

Hungary: The mobilisation of independent professionals for digital projection?

Gábor Böszörményi works for Cinema Csepel in Budapest, in Hungary, where there are 39 art houses with 64 screens altogether. Four of these have been equipped at the owners' expense with DCI technology since 2009, Böszörményi says. One of these is the National Film Theatre in Budapest, which is owned by the state. Two others are owned by local governments and the third by a private company. There are an additional 61 screens in Hungary which employ the e-cinema system, which has 1.2k to 1.4k resolution. The Hungarian government provided €150,000 in 2008 to help art houses install the systems, which are used for local and European films, as they do not meet the standards of American distributors. At present, only 3D films are distributed on DCI systems in Hungary, and with the exception of the four screens mentioned above, the remainder are in multiplexes.



Desert Flower

Art house distributors, therefore, see little point in distributing digitally in Hungary, Böszörményi says. Their position is unlikely to change until nearly all art houses convert to DCI. Böszörményi and other exhibitors have written to the relevant ministries seeking a combined € 1.8 m for digitalization of art house cinemas in 2011 and in each of the two following years. Further support, they hope, would come from local governments and the EU. The exhibitors have had no response, but remain optimistic.

La Slovaquie compte 200 cinémas, dont 31 ont été numérisés. **Barbara Drobna** travaille pour le distributeur **Continental Film** (qui programme les salles Cinemax). Chaque multiplexe Cinemax compte au moins un écran numérique. Continental essaie de passer autant de films en numérique que possible, mais il y a peu de films européens disponibles. Cinemax a projeté 1500 séances de films européens sur les 9 premiers mois de l'année, notamment *Desert Flower* de Sherry Horman. Selon Barbara, le numérique leur a permis de faire durer le film plus de deux mois et de satisfaire le public, aussi nombreux que pour *Sex And The City 2*. Le Fonds audiovisuel a mis de côté 170 000€ et accueilli les premières candidatures début octobre. Aucun soutien n'a pour l'heure été versé. Les conditions ressemblent à celles qui régissent le soutien d'Europa Cinemas et Barbara pense qu'il devrait y avoir une plus grande coopération au niveau européen. Les programmes locaux et européens devraient soutenir la numérisation avec des « règles strictes », selon elle, ajoutant que la numérisation ne sera pas suffisante pour sauver les nombreuses petites salles qui ont des problèmes structurels.

En Hongrie, Gábor Böszörményi travaille pour le cinéma Csepel de Budapest, l'une des 39 salles art et essai (64 écrans) du pays. Quatre salles ont été équipées depuis 2009 aux normes DCI, aux frais de l'exploitant, nous dit Gábor. Notamment le National Film Theatre de Budapest, détenu par l'Etat, deux autres salles étant la propriété des collectivités territoriales. La dernière salle est privée. 61 écrans sont par ailleurs équipés en e-cinema (avec une résolution de 1.2 à 1.4K). Le gouvernement hongrois a en effet apporté 150 000€ en 2008 pour soutenir les salles art et essai projetant des films nationaux et européens et non équipées aux normes des distributeurs américains. A ce jour, seuls les films 3D ont été distribués sur des appareils DCI et, hormis les 4 écrans cités plus haut, toutes les salles équipées en 2K sont dans les multiplexes. Les distributeurs de films d'auteur, par conséquent, ont peu d'intérêt à se lancer, nous dit Gábor. A moins que toutes les salles art et essai se convertissent, leur position est peu susceptible d'évoluer. Gábor et d'autres exploitants ont écrit aux ministres compétents, demandant 1,8 millions d'euros pour 2011 et pour les deux années suivantes. Ils espèrent que les autorités locales et l'UE apporteront d'autres soutiens. Ils n'ont pas encore reçu de réponse mais restent optimistes.

THEODORE SCHWINKE

SINCE the summer of 2009 Europa Cinemas has been supporting activities initiated by Network exhibitors in Central and Eastern Europe. These include a touring programme of European films in Bulgaria and professional meetings on digital technology and mini networks in the Czech Republic and Slovenia. In this spirit a workshop was held from 13-15 September during the **Miskolc International Film Festival** directed by **Tibor Bíró**, a Network exhibitor with two cinemas in this important city in northeast Hungary. The workshop provided an opportunity for the roughly fifty professionals present to assess the situation of independent cinemas and digital projection in the country.

It became clear at the start that the participants considered Hungarian theatres to be behind those of other European countries regarding digital technology.



The multiplexes dominate the market (90%). The independent cinemas carry little weight, especially as they do not act unanimously and, consequently, find it difficult to make their voices heard. The size of the market and the lack of unity prevent the theatres from accessing the VPF mechanism, while the multiplex chains (owned by foreign capital) dictate their VPFs to Hungarian distributors. The independent cinemas receive no public funding, particularly in this electoral period when institutions cannot be sure their mandates will be renewed. In addition, by supporting e-cinema in the Hungarian arthouse cinema network, the government has spread confusion over projection standards.

After talking with their colleagues, the Hungarian participants seemed to have no more doubts about the need to upgrade to 2K. In their view state support is welcome and could be provided in exchange for programming requirements in the form of quotas, for example. Above and beyond digital projection, the participants showed interest in a film classification system such as that of the AFCAE in France, in theatres' activities for educating young audiences and in national plans for film education.

The professionals considered forming an association and setting up a website giving access to the most important documents concerning digital technology. Two people were named as administrators and put in charge of collecting the relevant data. The representative of the Ministry of Culture has promised to oversee the dossier, as long as the exhibitors are in agreement over the point-of-view presented.

DEPUIS l'été 2009, Europa Cinemas soutient des actions initiées par des exploitants du réseau, en Europe centrale et orientale. Un programme itinérant de films européens a ainsi été soutenu en Bulgarie ainsi que deux rencontres professionnelles autour du numérique et de la mise en réseau des salles en République tchèque et en Slovaquie. Dans le même esprit, se tenait du 13 au 15 septembre, lors du dernier **Festival de Miskolc**, un atelier réunissant une cinquantaine de professionnels venus faire le point sur la situation des salles indépendantes et de la projection numérique en Hongrie. Le festival est dirigé par **Tibor Bíró**, exploitant membre du réseau avec deux salles de cette ville importante du nord-est de la Hongrie.

Les participants ont jugé que les salles hongroises sont, en la matière, en retard par rapport aux autres pays européens. La taille du

marché, dominé à 90% par les multiplexes, et l'absence de fédération des exploitants indépendants, les empêchent d'accéder au mécanisme du VPF, tandis que les chaînes (parfois détenues par des capitaux étrangers) fixent elles-mêmes leur VPF aux distributeurs hongrois. Les pouvoirs publics ne soutiennent pas les indépendants, surtout en cette période électorale où les institutions ne savent pas si elles vont être reconduites. En outre, en soutenant le e-cinema dans les salles art et essai, le gouvernement a pu jeter la confusion sur les standards de projection.

Après avoir échangé avec leurs homologues, les participants ont semblé ne plus émettre de doute sur la nécessité du 2K. Un soutien étatique serait le bienvenu et devrait se faire en contrepartie d'exigences de programmation, sous forme par exemple de quotas de programmation. Au-delà du numérique, les participants se sont montrés intéressés par un système de classification des films tel que celui de l'AFCAE en France, par le travail des salles pour l'éducation du Jeune Public et les dispositifs nationaux d'éducation à l'image.

Les professionnels pourraient se fédérer et mettre en place un site donnant accès aux principaux documents liés au numérique. Deux personnes ont été nommées pour la gestion et la collecte des données. La représentante du Ministère de la Culture a promis de s'occuper de ce dossier, dans la mesure où les exploitants exprimeraient un point de vue commun.

MARKÉTA COLIN-HODOUSKOVA



© Tomáš Vrbenský

Pros and Cons of 3D for independent cinemas

3D accounts for 70% of all digital screens across Western Europe. But there is still resistance to 3D in some quarters, and take up by the independent cinemas has been slow.

UNDOUBTEDLY, the majority of films made and shown in 3D so far have been studio led, the most high profile of course being James Cameron's fantasy adventure film *Avatar*. There have also been animations, such as *Monsters Vs Aliens* and *Toy Story 3*, and now action films, including *Clash Of The Titans* and *Piranha 3D*. But while these films are undoubtedly lining the pockets of the multiplex cinemas that work with the Studios on the VPF model, they are, in the most part, not improving the lot of the smaller arthouse/indie cinemas. "As far as digital 3D cinema goes, it is unfortunately something that is only going to be for a specific type of film, mostly animation and action", says **Enrique González Macho**, president of the independent **Cines Renoir** chain in Spain. But is this perception and reality now changing? **Emily Munro** at the **Glasgow Film Theatre**: "The range of 3D films being produced is increasing and we have to be at the forefront of technological developments, so it is a serious consideration."

David Hancock, senior film analyst at Screen Digest: "This year we have about 10 or 11 independent projects released in 3D, such as *StreetDance*, *Jackass* and animation *Holy Night* from Spain, plus another 50 currently in production, such as the Taiwanese film *3DNA* and Wim Wenders is doing a 3D dance film called *Pina*. So you are starting to see a widening of the 3D production base, partly through interest, but also funding (eg France's CNC providing aid on funds for 3D films and the Spanish government tying subsidies to 3D as well)."

This then brings us to the problem of the costs involved in installing 3D, a common bugbear for independent cinemas. At present there is little obvious financial rationale behind installing digital projectors apart from the fact that everyone

La 3D occupe 70% des écrans numériques d'Europe occidentale. Néanmoins, des objections demeurent, alors que les salles indépendantes s'équipent sur un rythme plutôt lent.

LA majorité des films réalisés et montrés en 3D émanent des studios. *Avatar* en est l'emblème, suivi par plusieurs films d'animation comme *Monsters Vs Aliens*, et *Toy Story 3*, et des films d'action, *Le Choc des Titans* et *Piranha 3D* notamment. Mais, alors que ceux-ci remplissent sans doute les poches des multiplexes, dans le cadre d'accords VPF avec les studios, ils n'ont pour la plupart pas d'effet sur les salles plus petites, art et essai, indépendantes. « Apparemment, la 3D ne va malheureusement concerner qu'un certain type de films, surtout les films d'animation et d'action », explique **Enrique González Macho**, président de la chaîne indépendante **Cines Renoir** en Espagne. Néanmoins, ce constat n'est-il pas en train d'évoluer ? **Emily Munro**, du **Glasgow Film Theatre**: « La production 3D est de plus en plus diversifiée. Comme nous voulons être à la pointe des développements, nous devons suivre le marché de près. »

David Hancock, analyste pour le cinéma chez Screen Digest : « Une dizaine de films indépendants sont sortis en 3D cette année, *StreetDance*, *Jackass* et le film d'animation espagnol *Holy Night* ! par exemple ; une cinquantaine sont en production, notamment le taiwanais *3DNA* et le film de danse de Wim Wenders, *Pina*. Non seulement la 3D rapporte, mais les modes de soutien changent (le CNC, en France, soutient les films en 3D, ce que le gouvernement espagnol ambitionne de faire aussi). »

Ce qui nous mène à la question des coûts d'installation, épouvantail que partagent les salles indépendantes. Rares sont pour l'heure les raisons, d'un point de vue financier, de s'équiper, si ce n'est que tout le monde le fait. Néanmoins, avec l'assaut des projets indépendants en 3D et les premiers résultats de certains films (*StreetDance* a réalisé 18 millions de dollars au Royaume-Uni), l'aspect financier s'éclaircit.

else is doing it. But now with the onset of more 3D indie projects, the financial rationale should be clearer as these films start to make an impact at the box office. *StreetDance 3D*, for example, has taken \$ 18 m in the UK alone.

Other key concerns or complaints about 3D have been openly voiced by noted US film critic **Roger Ebert** who believes 3D is "a waste of a perfectly good dimension", pointing to the surcharge on already expensive tickets, the potential headache effects of watching in 3D, the noticeable darker images than in 2D, its unsuitability for quality adult films, and its limitations for directors in terms of creating a sense of depth in images. All valid viewpoints, but not necessarily ones shared by all.

The surcharge is certainly a deterrent for some audience members. But the simple business rationale for the exhibitors is that if they have a deal with RealD, the major 3D projector lender, in which the company takes a share of the premium ticket price, the exhibitors will be locked into charging it for how long their deal lasts. However, while this is fine for the bigger cinemas offering big budget films, the smaller cinemas might struggle to persuade their audiences to fork out an additional few euros, and takings could be adversely affected. Furthermore, audiences in general won't buy into the premium ticket prices simply because a film is in 3D, the quality has to be good. As for the headaches issue, it is undoubtedly a problem for some audience members, but is much less of a concern than it was when 3D was first introduced back in the 1950s. There have so far been a low-level of complaints thanks to the improved quality of the technology and glasses involved.

There is, however, no doubt that the darkness issue with 3D is a widespread problem. "3D is effectively cutting light by nearly half going through, so the exhibitors do need a brighter system or to operate their current system at full power, which a lot of them don't (they operate at 80%), because the lamp blows a lot quicker at full power," says Hancock. "So from an operational point of view it would cost more money on lamps to make the films lighter, but again if the films are making more money in 3D then it is worth it." Finally, with regards to the difficulty of creating a sense of depth with 3D because everything is thrown at you, again Hancock is dismissive arguing that "With the best types of films made in 3D, such as *Avatar* and *UP*, the sense of depth is actually quite subtle and not in your face."

Film makers are already experimenting with the 3D technology in several different genres, including horror, action, animation and even documentaries. The sooner it becomes a natural part of the film making process for indie film makers, the better it would be for the indie cinemas.

Le célèbre critique de cinéma américain **Roger Ebert** a exprimé d'autres préoccupations. Selon lui, la 3D ne sert qu'à « gaspiller la dimension parfaite ». Il pointe la majoration du prix de billets déjà chers, les maux de tête, les images plus sombres qu'en 2D, son inadéquation avec les films de qualité pour adultes et ses limites pour les réalisateurs, en termes de création et de profondeur des images. Tous ces points, aussi recevables soient-ils, ne sont cependant pas acceptés par tous.

La majoration du billet a certainement un effet dissuasif pour certains spectateurs. Mais les exploitants qui ont un accord, par exemple, avec RealD (leader de la projection en relief), seront forcés de majorer le prix du billet jusqu'à la fin de leurs contrats, pour financer la part du billet prélevée par ce dernier. Si cette pratique s'accorde plutôt bien avec les salles mainstream, les plus petits cinémas pourraient avoir des difficultés à convaincre leur public. En outre, le public acceptera de payer la surcharge uniquement si la qualité y est. Quant aux maux de tête, c'est sans doute un problème pour certains spectateurs, mais il est moins préoccupant que lors de l'introduction de la 3D dans les années 50. L'amélioration de la projection et des verres a limité le nombre de plaintes.

Le problème du niveau de luminosité est quant à lui bien réel. « La 3D diminue la luminosité de la projection de moitié. Les exploitants ont besoin d'un système plus puissant ou de faire fonctionner leurs appa-

reils à pleine puissance, ce qu'ils ne font pas (ils les utilisent à 80%), parce que la lampe s'épuise beaucoup plus vite à pleine puissance », selon David Hancock. « Au final, si l'on fait des films plus lumineux, cela coûte plus cher en lampes. Une fois de plus, cela vaut la peine si les films rapportent. » Enfin, en ce qui concerne la profondeur et les critiques adressées à ces films qui vous « jettent » la 3D au visage, Hancock rejette l'argument car, « avec les meilleurs films faits en 3D, comme *Avatar* et *Up*, l'impression de profondeur est assez subtile ».

Les réalisateurs expérimentent la 3D dans différents genres, films d'horreur, action, animation et documentaires. Plus les réalisateurs indépendants seront rapides à s'approprier la technique, mieux se porteront les salles indépendantes.

CHRIS EVANS



StreetDance

Vision and perception in the film theater

Avatar

Professor Tom Troscianko is an experimental psychologist at the University of Bristol and the founder of the Bristol Vision Institute. He is interested in perception, with regard to how films are 'viewed'. After having worked on the effects of screen size and on "presence" and memory for film, he attended the last Europa Cinemas Bologna session and will be in Paris for the 15th Network Conference.

What is your field of research?

Most of my research is on vision, defined as broadly as possible. I'm interested in how vision works in "natural" environments. Thus, I study how people search for things in the natural world; how birds spot targets when flying around in the forest; how human colour vision owes its properties to the task of foraging for fruit in the rainforest; and, more recently, on what makes us enjoy looking at certain scenes such as sunsets, and what happens when we watch a movie. "Perception" is the process of bringing together sensory information with our prior expectations and other information stored in memory, in order to reach decisions appropriate to whatever course of action we are currently engaged in. Perception involves an active interaction both with the world outside, and with our stored knowledge. The key word here is "active". My wish is to study perception in "real" environments.

Can you establish categories of films based on their ability to 'capture' the viewer's attention?

Perhaps - the depth and time-pattern of presence may provide a "timestamp" of the film; films may vary in their timestamps. That is an interesting idea for future study. We have developed an electronic online measure of presence for a whole audience, and this may be used to categorise films.

Can we consider the size of the screen as a decisive factor in the ability of the film to capture the viewer's attention?

It is certainly a strong factor. Our research showed that increasing screen size raised presence uniformly across different scenes - thus, the increase was similar for low-presence and high-presence scenes. This indicates that presence has a relatively simple physiological basis, probably related to arousal.

Psychologue en sciences expérimentales à l'Université de Bristol et fondateur du Bristol Vision Institute, Tom Troscianko s'intéresse à la vision et à la perception que le spectateur a d'un film. Après avoir travaillé sur le lien entre la taille de l'écran, la "présence" et la mémoire que nous gardons d'un film, il est intervenu lors du dernier séminaire organisé par Europa Cinemas à Bologne et sera à Paris lors de la 15^{ème} Conférence du réseau.

En quoi consistent vos recherches ?

La plupart de mes recherches portent sur la vision, dans une définition aussi large que possible. J'étudie la vision dans un environnement "naturel" : comment s'effectue la recherche par l'individu d'éléments dans son environnement ; comment l'oiseau, au-dessus de la forêt, repère une cible ; comment la vision des couleurs par l'homme doit ses caractéristiques à la recherche des fruits dans la forêt tropicale ; et, plus récemment, à ce qui nous apporte du plaisir lorsque nous regardons certaines scènes comme un coucher de soleil, au processus de vision du film. La "perception" est le processus qui nous amène à rassembler les informations apportées par nos sens, nos attentes et certaines informations stockées dans notre mémoire, dans le but de prendre des décisions par rapport à une action dans laquelle nous sommes engagés. La perception implique une interaction active avec le monde extérieur et avec nos connaissances. « Active » est le mot clé. Mon souhait est d'étudier la perception dans des environnements "réels".

Peut-on établir des catégories de films en fonction de leur « capacité » à capter l'attention du spectateur ?

Peut-être. Etudier la profondeur et la temporalité de la présence peut nous permettre de définir un film par rapport à sa temporalité. C'est une idée intéressante pour de futures études. Nous avons mis en place une mesure en ligne électronique de la présence au film d'un public entier, que nous pourrions utiliser pour catégoriser les films.

La taille de l'écran est-elle déterminante dans la capacité du film à capter l'attention du spectateur ?

C'est un facteur très important. Nos recherches ont montré qu'une hausse de la taille de l'écran entraîne une hausse

Is there a link between types of movies, or specific scenes, and the memory we keep of this movie?

Our work showed that memory for scenes from the film operates differently from presence. Thus, while increasing screen size raises presence in a fairly simple manner, the same increase in screen size has a more complex effect on memory. Thus, memory is based on a richer set of functions, one of which may be "realism"..

Is the 'perception' of an image, and the memory we have of it, related to its aesthetic qualities?

Its aesthetic qualities are an intimate part of its perception. Remember the definition of the term: perception is the whole process of interaction and planning. Imagine this process in its basic form - the decision about whether a potential mate is attractive or not. It would be hard to separate aesthetic judgment from the rest of the process here - it is right at the centre.

Do you think that a film in which the spectator is most 'present' is a film that raises personal questions?

If perception is defined as the process of answering personal questions then it would follow that getting thus involved would be likely to raise presence levels.

Have you addressed the issue of 3D in your research?

No, I have not. Remember that non-stereoscopic films activate a perception of depth too, in the same way as paintings or photos will do. Using cues such as perspective, occlusion, etc (collectively known as pictorial cues to depth). Adding stereo depth certainly produces some striking visual effects, but the question is whether this helps or hinders presence is an open one. I suspect that at the start of one's stereo film viewing experience the effect is negative, because you just attend to the "wow" factor of the display rather than the story. I'm not sure what happens later. I note that previous attempts to develop stereo cinema, eg in the 1960s, failed to stick. There are serious issues with the technicalities of the subject here, in particular the relationship between binocular disparity and the vergence angle of the eyes.

Contemporary Art, amusement parks, or even (olfactory) advertising, appeal to the senses of the viewer and the customer. In comparison, the solicitation of the viewer's senses in the cinema remains limited, don't you think?

I suppose so - but I suspect that a strong factor in favour of cinema is the decision to leave home and go somewhere special (the cinema) to see the film. We should remember that what really makes a good film is a compelling story. Equally, a great film immerses you hugely even without these extra effects.

www.bristol.ac.uk/vision-institute
<http://psychology.psy.bris.ac.uk/people/tomtroscianko.htm>

uniforme de la présence, tant pour les scènes à faible qu'à forte présence. D'où l'idée que la présence repose sur une base psychologique simple, probablement liée à l'excitation.

Y a-t-il un lien entre le type de films ou de scènes du film et le souvenir que nous gardons de ce film ?

Nos travaux ont montré que la mémoire des scènes d'un film ne fonctionne pas comme la présence. Si l'augmentation de la taille de l'écran entraîne une hausse de la présence, elle a un effet plus complexe sur la mémoire. La mémoire est basée sur un ensemble de fonctions plus vaste, notamment, peut-être, le "réalisme".

La perception d'une image et le souvenir que nous en avons sont-ils liés à son caractère esthétique ?

Ses qualités esthétiques sont une part très importante de la perception que nous en avons. Imaginez le processus de la perception dans sa forme la plus simple, à savoir la détermination de l'attraction que nous éprouvons ou non pour un partenaire potentiel. Ici, il serait difficile de séparer le jugement esthétique du reste du processus : il en est le centre.

Un film qui amène le spectateur à s'interroger personnellement ne provoque-t-il pas la plus forte présence ?

Si la perception est définie comme le processus de réponse aux questions personnelles, un film impliquant le spectateur aura un niveau de présence plus élevé.

Avez-vous pris en compte la 3D dans vos recherches ?

Non. Les films en 2D activent une perception de la profondeur, tout comme une peinture ou une photographie, via les indices laissés par la perspective, l'occlusion, etc. (communément appelés indices pictorialistes de profondeur). La profondeur de la 3D produit certainement des effets visuels saisissants, mais la question de savoir si cela aide ou gêne la présence reste ouverte. Je pense qu'au début du film, l'expérience de la 3D est négative : vous vous laissez gagner par le côté spectaculaire plutôt que de vous concentrer sur l'histoire. Je ne suis pas sûr de ce qui advient ensuite. Je note que les précédentes tentatives pour développer la 3D, dans les années 60, n'ont pas abouti. L'aspect technique de ce sujet implique des questions très sérieuses, notamment la relation entre la disparité binoculaire et l'angle de convergence des yeux.

L'art contemporain, les parcs d'attraction ou la publicité (publicité olfactive) font appel aux sens du spectateur et du client. La sollicitation des sens du spectateur au cinéma ne reste-t-elle pas limitée ?

Je suppose que oui, mais je pense qu'un facteur important en faveur de la salle de cinéma est la décision de quitter le domicile et de se rendre à un endroit déterminé. Et n'oublions pas que ce qui fait vraiment un bon film, c'est une histoire fascinante. Un grand film vous transporte, sans avoir besoin d'effet supplémentaire.

The European Film Scene in Latin America

While there have undoubtedly been some great standout European hits across all of South America in recent years, such as *Cell 211*, *The Secret In Their Eyes* and *Slumdog Millionaire*, the key to films' success or failure lies in its country of origin, genre and in which country it is being shown.

THE film's language is rarely an issue: the assumption that Spanish films have an instant advantage over other European countries due to the common language is actually inaccurate. "Just because a film is Spanish doesn't mean it will travel better in South America. Sometimes it's even harder because they don't understand our accents, humour, cultural references and the slang words we use," says **Gorka Bibao**, a sales agent at leading Spanish outfit DeAPlaneta. Furthermore, unlike in several European countries, there is a strong tradition of subtitled films in South America cinemas, so the audience is used to watching foreign-language films. "That said, Spanish language productions allow us to have wider possibilities of distribution in small territories as the P&A costs are lower," says **Lucero Garzon**, sales executive for Spanish and latin-American films at French outfit Pyramide International, who sold Catherine Corsini's film *Partir*, starring Kristin Scott Thomas, and Silvio Soldini's latest film *Cosa Voglio Di Più*, to most South American countries with success at the box office.

While language isn't necessarily a factor, the genre, the quality of the director and cast, and its festival awards are very important to a film's success. "It's undeniable that a well known cast will be far more attractive for distributors," says Garzon. "As for genres, romantic comedies are appreci-

Si certains films européens ont été de vrais succès en Amérique latine ces dernières années, tels *Cellule 211*, *Dans ses yeux* ou *Slumdog Millionaire*, on constate que le succès (ou l'échec) d'un film repose sur l'adéquation entre son pays d'origine, son genre et le pays dans lequel il est distribué.

LA langue d'un film est rarement problématique. Aussi, l'idée selon laquelle les films espagnols auraient un avantage sur les autres films européens est peu pertinente. « Le simple fait qu'un film soit espagnol ne garantit pas son succès en Amérique latine. C'est parfois même un handicap, notamment en raison de décalages linguistiques, humoristiques, culturels », explique **Gorka Bibao**, vendeur chez le leader espagnol DeAPlaneta. En outre, à la différence de nombreux pays européens, il existe une longue tradition du sous-titrage. Le public est donc habitué à regarder des films en VO. « Ceci étant, la langue espagnole, en nous permettant de réduire les coûts de sortie (copies, affiches), nous donne des opportunités sur les petits territoires », commente **Lucero Garzon**, directrice des ventes pour l'Amérique latine chez le vendeur français Pyramide International. En témoignent les films *Partir* (Catherine Corsini) avec Kristin Scott Thomas et le dernier film de Silvio Soldini, *Ce que je veux de plus*, qui ont trouvé des acheteurs dans la plupart des pays latino-américains avec, à la clé, un succès au box-office.

Si la langue du film n'est donc pas nécessairement un facteur prédominant, le genre, la renommée du réalisateur, le casting et les récompenses en festival contribuent nettement au succès du film. « Il est indéniable que la présence d'acteurs connus au générique séduira davantage les distributeurs », ajoute Garzon. Quant au genre, les co-

ated in most countries and horrors are popular in Mexico." There is a particularly strong relationship between Spain and Mexico when it comes to horror films. Spanish director Juan Antonio Bayona's horror *The Orphanage*, produced by Spain's Rodar Y Rodar and Mexican film maker Guillermo Del Toro, made a huge impact at the Mexican box office. Co-operations between European and South American producers can certainly help boost a film's profile in both territories. For example, Juan Jose Campanella's excellent romantic thriller, *The Secret In Their Eyes*, was a co-production between Spain's Tornasol Films and Argentina's Haddock Films, and went on to take more than \$10m at the box offices in both countries, and won the foreign language Oscar.

Elba McAllister, head of **Cineplex**, which distributes films in Colombia, Mexico, Costa Rica and Ecuador, is convinced of the merits of dramas: "When we look for indie films from Europe and Asia we look for dramas, since they perform better. For example, Germany's *The Lives Of the Others* was a huge success across all of South America. We picked it up when hardly anyone knew about it from the market at Cannes, then it won the Oscar and exploded.



Leaving (Partir)

Likewise, Daniel Monzon's prison drama *Cell 211*, which we picked up at Toronto, and has now made a killing at the box office. I try to find quality films which will move the audience before they win awards, when they are cheaper, and then hope that they succeed. It takes normally about six to eight months between buying a film at the festivals, such as Cannes, and releasing it in South America."

médies romantiques sont appréciées dans la plupart des pays et le Mexique fait la part belle aux films d'horreur. » En la matière, il existe d'ailleurs une relation particulièrement forte entre l'Espagne et le Mexique. Le film d'horreur *L'Orphelinat* de l'Espagnol Juan Antonio Bayona, co-produit par les Espagnols Rodar Y Rodar et le réalisateur mexicain Guillermo Del Toro, a fait un carton au Mexique. A n'en pas douter, la coopération entre producteurs européens et sud-américains propulse la carrière d'un film sur les deux territoires. Par exemple, l'excellent polar romantique de Juan Jose Campanella, *Dans ses yeux*, est une co-production entre les Espagnols de Tornasol Films et les Argentins de Haddock films : dans les deux pays cumulés, le film a généré plus de 10 millions de dollars de recettes. L'Oscar du meilleur film étranger lui a été décerné.

Chez **Cineplex**, société de distribution en Colombie, au Mexique, Costa Rica et en Equateur, la directrice **Elba McAllister** est convaincue des qualités des comédies dramatiques. « Lorsque nous cherchons des films indépendants européens ou asiatiques, c'est ce genre que nous cherchons car il rencontre le plus de succès. Le film allemand *La vie des autres*, par exemple, a été un énorme succès dans toute l'Amérique latine. Et pourtant, quand nous l'avons acquis au Marché de Cannes, on en parlait à peine. Puis il a remporté l'Oscar du meilleur film étranger et ça a été la ruée. De la même manière, *Cellule 211*, le drame carcéral de Daniel Monzon que nous avons acheté à Toronto est maintenant un énorme succès. J'essaie de trouver des films de qualité qui captiveront le public et ce, avant qu'ils ne remportent des récompenses, lorsqu'ils sont moins chers. En espérant bien sûr qu'ils rencontreront leur public. Il faut compter 6 à 8 mois entre l'achat d'un film dans un festival comme Cannes et sa sortie en Amérique latine. »

Le distributeur argentin **Distribution Company** a lui aussi eu de bons résultats avec des films récompensés. « Les grosses productions indépendantes *Slumdog Millionaire* et *Bienvenue chez les Ch'tis* ont par exemple très bien marché. Tout comme de plus petits films tels que *Les Citronniers* ou *Va, vis et deviens* (tous deux prix du public de la sélection Panorama à Berlin) », explique **Paula Zupnik**, directrice des acquisitions. Malheureusement, tous les films n'ont pas le succès escompté par distributeurs et exploitants. « Le film de Martin Provost, *Séraphine*, a été très décevant », ajoute McAllister. « La critique l'a encensé et pourtant le public n'a pas accroché. Nous avons fait une grosse campagne marketing, avec notamment des peintures du film mises en vente dans les universités. Si le public a aimé ces peintures, il ne s'est pourtant pas déplacé pour voir le film. »

Le principal obstacle au succès des films européens en Amérique latine est la prédominance des productions hollywoodiennes, qui représentent parfois jusqu'à 85% du marché. C'est le cas au Brésil.

Argentinian outfit **Distribution Company** has also had success with award winners. “We’ve done well with bigger indie titles such as *Slumdog Millionaire* and *Welcome To The Sticks*, as well as with smaller titles like *Lemon Tree* and *Live And Become* [both winners of the panorama audience award at the Berlin Film Festival],” says **Paula Zupnik**, head of acquisitions at Distribution Company. However, not all films perform as distributors and exhibitors expect. “Martin Provost’s film *Seraphine* was very disappointing for us,” says McAllister. “The critics loved it, but the audience wasn’t moved. We did a big marketing campaign, involving paintings from the film being sold at universities, which they loved, but then they didn’t pay for the tickets to go and see the film.”

One of the major stumbling blocks to European films having success in the region is the fact that Hollywood blockbuster films dominate the local box offices, taking as much as 85% of the market share in territories like Brazil.

There’s also a huge concern about the dangerous levels of piracy, which affect theatrical exploitation and DVD sales, and are putting off producers and distributors from releasing films in the region. Of the 10 countries on the International Intellectual Property Alliance’s Priority Watchlist for serious piracy offenders worldwide, four are from Central and South America (Mexico, Argentina, Costa Rica and Chile).

There’s also the obvious problem of too few independent cinemas across the region. “We have less than 10 independent cinemas in Argentina. While this is definitely not sufficient, but the demand is too low, and blockbusters dominate,” says **Rosa Conditto** at Argentinian distributor Primer Plano. In Brazil, national cinema agency ANCINE is trying desperately to rectify the problem of lack of space for indie titles, by looking to build hundreds of new cinemas across the country in cities where there are currently very few or no cinemas, and show a diverse range of titles.

Meanwhile, Europa Cinemas is doing all it can to encourage more European films being shown in South America by providing funds worth up to €20,000 to cinemas within their network across the territory, based on the success of the films at the box office. Plus an additional fund for distributors also worth up to €20,000 for each European film release within the territory. “Europa Cinemas has given a great opportunity to exhibitors and distributors by creating a network that makes sure indie films are shown,” says McAllister. “In Central America, we’ve also started a programme with Cinemark of showing European films for a couple of weeks at each of their cinemas in Costa Rica, Ecuador and Colombia.”

CHRIS EVANS

La piraterie est aussi un vrai sujet d’inquiétude car elle affecte l’exploitation commerciale en salles et en DVD et décourage les producteurs et distributeurs de sortir les films dans la région. Des 10 pays désignés par l’Organisation mondiale de la Propriété intellectuelle à surveiller en priorité en raison de leur fort taux de piraterie, 4 se situent en Amérique latine (le Mexique, l’Argentine, le Costa Rica et le Chili).



Tricks (Szuczaki)

La région manque par ailleurs, c’est une évidence, de salles indépendantes. « En Argentine, on ne compte que 10 cinémas indépendants. C’est bien sûr insuffisant, mais il n’y a pas de demande et les blockbusters dominent », déplore **Rosa Conditto** chez le distributeur argentin Primer Plano. Au Brésil, l’ANCINE (Agence nationale pour le cinéma) essaie de résoudre le problème du manque d’écrans pour les films indépendants en construisant des centaines de nouveaux cinémas pour montrer des films diversifiés dans les villes qui comptent peu de salles, voire aucune.

Parallèlement, Europa Cinemas continue d’encourager la diffusion des films européens en Amérique latine, avec notamment des subventions qui peuvent atteindre 20 000 € pour les salles de cinéma participantes, calculées sur la base du nombre d’entrées. Un soutien est également apporté aux distributeurs de films européens (jusqu’à 20 000 € par sortie). « Avec son réseau de distributeurs et d’exploitants, Europa Cinemas offre une vraie chance de circulation aux films indépendants », confie McAllister. « En Amérique centrale, en collaboration avec Cinemark, nous avons lancé un programme qui prévoit la diffusion de films européens pendant 2 ou 3 semaines, dans chacun de leurs complexes du Costa Rica, d’Equateur et de Colombie. »

Brazil: Ancine wants more Cinema Near You

Chris Evans talks to Alberto Flaksman at Brazil’s national cinema agency ANCINE about their new project called Cinema Near You (Cinema Perto de Você), which intends to build cinemas in the most needy parts of the country.

How will Cinema Perto de Você work? It’s a programme for financing the development of new cinemas in smaller cities, particularly in the North, where we don’t have movie theatres. In Brazil, we have a population of 190 million people, but only 2,300 cinema screens, most of which are concentrated in the big cities like Rio and Sao Paulo, and we want to improve that situation. There has been a large decline in the number of cinemas since the 1970s, due partly to the large penetration of colour TV and later VHS in Brazil. Furthermore, the country went through several economic crises, which meant the theatre owners decided to sell them. Interestingly they were bought by the banks, supermarkets, and evangelical groups.

Has the situation changed? In the past the number of cinemas dipped much lower - there was a moment when the number went below 1,500 - but it recovered a little when people started building multiplexes situated in the big cities, to cater to the wealthy locals and showing mostly Hollywood films. What we’ve noticed is that in the last 5 years there has been a very quick growth of lower middle classes, but they tend to live in smaller towns and cities where there are no theatres and we think there’s a potential market for cinemas there.

How will you finance the project? Is the intention to provide a wide variety of films? We will have about R\$ 300m (€128m) in loans and investment contracts from the Audiovisual Fund (FSA) and a further R\$200m (around €85m) from

the Bides bank through the Procult programme, as well as funding and backing from the Ministry of Culture. 600 theatres should open over the next four years. At present, the Brazilian cinema market is split between about 80% American films, 15% Brazilian and 5% for the others. But we think the Brazilian public should be exposed more to European, Latin American and Asian films.

Do you know if European companies can get involved in the scheme? Definitely. There’s a Spanish company already in talks with Brazilian exhibitors. We want as many companies involved as possible to encourage diverse programming in these cinemas.

.....

Alberto Flaksman de l’Agence nationale pour le cinéma (ANCINE) parle à Chris Evans du projet Cinema Perto de Você (Le cinéma près de chez vous) dont l’objectif est de construire des salles dans les zones les moins équipées.

Comment fonctionne Cinema Perto de Você ? C’est un programme qui finance l’ouverture de nouvelles salles de cinéma dans les petites villes du Brésil, en particulier au nord, où il n’y en a pas. On compte 2300 écrans pour 190 millions d’habitants, la plupart concentrés dans les grandes villes comme Rio et Sao Paulo. Nous voulons réduire ce déséquilibre. Il y a eu un fort déclin du nombre de salles dans les années 70, en raison notamment de la déferlante de la télévision couleur puis de la VHS. En outre, les nombreuses crises économiques qu’a connues le pays ont poussé les exploitants à vendre leurs salles. Étonnamment ce sont des banques, des supermarchés ou des groupes évangéliques qui les ont rachetées.

La situation a-t-elle évolué ? Elle s’est aggravée. Le parc est tombé à 1 500 salles. La situation s’est légèrement améliorée avec l’ouverture de multiplexes pour les classes aisées, dans les grandes métropoles et à programmation majoritairement américaine. Ces 5 dernières années, les classes moyennes ont fortement augmenté. Mais ces populations habitent dans les petites et moyennes villes, où l’on ne trouve pas de salles. Nous sommes convaincus qu’il y a là un marché.

Comment financez-vous ce projet? L’objectif est-il aussi de proposer une plus grande variété de film au public ? Nous disposons de 300 millions de reais (128 millions d’Euros), issus de prêts et contrats d’investissements du Fonds audiovisuel. 200 millions de reais supplémentaires (58 millions d’Euros) nous proviennent de la Bides Bank dans le cadre du programme Procult. Enfin, le Ministère de la Culture nous soutient. 600 salles devraient ouvrir dans les 4 ans. Aujourd’hui, 80% du marché va aux films américains, 15% aux films brésiliens et 5% aux autres films. Nous sommes convaincus que le public brésilien doit avoir la possibilité de voir davantage de films européens, latino-américains ou asiatiques.

Les entreprises européennes peuvent-elles prendre part au projet ? Tout à fait. Une société espagnole est déjà en pourparlers avec des exploitants brésiliens. Nous souhaitons impliquer autant de sociétés que possible afin d’encourager une offre diversifiée de films.

www.ancine.gov.br/cinemapertodevoce



Cinema in China

Three Questions to Christine Pernin

Claude-Eric Poiroux and Fatima Djoumer's first trip to Beijing and Shanghai last July allowed them to visit several theatres and to establish contact with the first distribution and exhibition company to open a three-theatre complex in Beijing with the intention of opening up to European cinema. Beijing's "Broadway Cinematheque" has now joined Europa Cinemas International for the next MEDIA Mundus. Christine Pernin, who represents Unifrance in China, has lived in Beijing for over ten years and is very familiar with the state of cinema there.

What is the situation of cinema in China and, more precisely, how is the screenage evolving in this country of 1.3 billion inhabitants?

It's difficult to obtain precise knowledge about the state of the Chinese market. So you can really only talk in ballpark figures and refer to several sources. The number of cinemas is currently around 1,500, with more than 5,000 screens. Distribution is organised around the seven largest cities, where 50 multiplexes take in 40% of total revenues. Foreign firms can now invest in cinema construction but very few actually succeed in doing so, because of the complex administrative and protectionist red tape. With less than 10 screens the multiplexes are medium-sized, and their standing corresponds perfectly to the malls that house them. The number of screens in the country is, of course, totally insufficient, but government directives are encouraging the construction of new cinemas and the renovation of existing ones.

How is the market structured, and what films are shown to the public?

Officially, cinema in China remains a state monopoly, and so the usual rules of competition don't apply. The Film Bureau is under the control of the government and China Film Group controls production, distribution and exhibition. Foreign film releases are subject to a quota system for import and programming and are limited to around twenty titles per year. The American majors get the biggest slice of the pie. Each year only 2 or 3 European films make it onto the

Un premier déplacement à Pékin et Shanghai de Claude-Eric Poiroux et Fatima Djoumer en juillet dernier, a permis de visiter plusieurs salles et de nouer des contacts avec une première société de distribution et d'exploitation qui vient d'inaugurer à Pékin un complexe de 3 salles avec l'objectif de s'ouvrir au cinéma européen. La "Broadway Cinematheque" de Pékin vient ainsi de rejoindre Europa Cinemas International pour le prochain MEDIA Mundus. Christine Pernin représente Unifrance en Chine, vit à Pékin depuis plus de 10 ans et connaît bien la situation du cinéma dans le pays.

Quelle est la situation du cinéma en Chine, et plus précisément comment évolue le parc de salles dans ce pays d'1,3 milliards d'habitants?

Il est difficile de connaître précisément l'état du marché chinois. On ne peut donc parler qu'au conditionnel en faisant référence à plusieurs sources. Le nombre de cinémas serait actuellement de 1 500 pour plus de 5 000 écrans. La distribution s'organise autour des 7 plus grandes villes où 50 multiplexes feraient 40% des recettes totales. Les sociétés étrangères sont désormais autorisées à investir dans leur construction mais très peu y parviennent, vu les complexités administratives et protectionnistes. Les multiplexes sont de taille moyenne, avec moins de 10 écrans, et leur standing s'accorde parfaitement à celui des malls qui les hébergent. Le nombre d'écrans est bien sûr très insuffisant dans le pays mais le mot d'ordre du gouvernement encourage à la construction de nouvelles salles et à la rénovation de salles existantes.

Comment se présente le marché ? Quels films sont offerts au public ?

Le cinéma en Chine reste officiellement un monopole d'état et ne répond donc pas aux règles habituelles de la concurrence. Le bureau du cinéma dépend du gouvernement et China Film Group régit la production, la distribution et l'exploitation. Les sorties de films sont soumises à un système de quotas d'importation et de programmation de

screens, a recent example being Luc Besson's *The Extraordinary Adventures of Adèle Blanc-Sec*, which is set to top 2 million admissions. The running times of foreign titles are conditioned by the massive releases of Chinese films such as *Aftershock* last July, a spectacular movie about the Tangshan Earthquake which came out on 4,000 screens with more than 20 million admissions. Censorship is unavoidable but fluctuates. Violence, sex and politics are especially targeted.

How do you gauge the prospects for European cinema, in particular?

Several events can allow audiences to see European titles that don't benefit from national releases. For example, the European cinema and French Film Festivals show several subtitled films each year. These films are authorised for



Aftershock

festival release and can be shown in several large cities. We regularly host delegations of European filmmakers and actors who have no trouble meeting audiences at such events. The fact that the first "arthouse" cinema complex has opened in Beijing (the three screens of the Broadway Cinematheque), following the example of Hong Kong, leads one to think that China is starting to open up to international films other than blockbusters. The Broadway owners' intention to join Europa Cinemas International confirms their desire to direct their programming toward European films. Certainly, this will also depend on the factors discussed above. But this new opportunity looks set to attract motivated audiences, who until now have had to resort to piracy to satisfy their curiosity.



Broadway Cinematheque

films étrangers, limités à une vingtaine de titres. Les majors américaines s'arrogent la plus grande part du gâteau. Chaque année, n'arrivent sur les écrans que 2 ou 3 films européens, comme, tout récemment, *Adèle Blanc-sec* de Luc Besson, qui va dépasser les 2 millions d'entrées. La durée d'exploitation des titres étrangers est conditionnée par la sortie massive de films chinois, comme en juillet dernier, *Aftershock*, grand spectacle sur les tremblements de terre, qui est sorti sur 4 000 écrans et dépasse les 20 millions d'entrées. La censure est incontournable mais fluctuante. Violence, sexe et politique sont particulièrement encadrés.

Quelles perspectives, notamment pour le cinéma européen?

Plusieurs événements peuvent offrir au public des titres européens qui ne bénéficieront pas de sorties nationales. Ainsi, le Panorama du cinéma européen ou celui du cinéma français montrent chaque année plusieurs films sous-titrés, autorisés pour une diffusion de type festival pouvant d'ailleurs circuler dans plusieurs grandes villes. Nous recevons régulièrement des délégations de réalisateurs ou d'acteurs européens qui rencontrent sans difficultés le public de ces manifestations. Le fait qu'aujourd'hui se soit ouvert à Pékin, après Hong-Kong, le premier complexe cinématographique de type "Art et Essai" (les 3 écrans du Broadway Cinematheque), laisse présager un commencement d'ouverture à des films internationaux autres que des blockbusters. L'intention des propriétaires de cette salle de rejoindre Europa Cinemas International confirme leur volonté d'orienter leur programmation vers les films européens. Certes il faudra faire avec le contexte évoqué plus haut. Mais cette opportunité nouvelle devrait attirer un public motivé, qui n'avait jusqu'alors que le piratage pour satisfaire sa curiosité.

BERLINALE – PANORAMA

When We Leave (Die Fremde, Germany)

SALES agent Telepool/Cinepool first presented **Feo Aladag's** *When We Leave* in its lineup at 2009 Cannes Film Festival. "It was the whole package, and especially the screenplay, that stood out as unique and top-notch," recalls **Irina Ignatiew**, EVP International.

Even though Telepool felt the film had competition potential for the Berlinale, "the Panorama sidebar was the ideal platform to present the film to an international audience." Since its premiere in Berlin in February 2010, the film has been invited to more than 40 international film festivals, with Aladag often accompanying her feature debut to meet audiences and journalists in person.

Praised by the Label jury in Berlin as "an emotionally powerful and profoundly human film", *When We Leave* has won several festival prizes for Best Film (including The Founders Award for Best Narrative Feature at the Tribeca Film Festival) and picked up German Film Awards for Best Feature and Best Actress (for lead actress Sibel Kekilli) in April. Majestic Filmverleih released it in Germany in April and clocked up over 115,000 admissions, while Turkey's Ozen Film opened the film on May 21 and had posted 17,289 admissions by the end of September.

To date, deals have been sealed with ABC/Cinemien (Benelux), HGC Entertainment (China), Discovery Films (ex-Yugoslavia), Accent Film (Australia/New Zealand), Olive Films (US), and Mongrel Media (Canada), with further sales expected. "Cinepool is a boutique operation, we don't specialize in any particular genre," Ignatiew explains. "We judge each project on its own merits. Ultimately, it's about finding original material that resonates internationally. That means that, along with the director and cast, the script has to convince."

Germany has entered the film as its national entry for the 2011 Academy Awards' Foreign Language Film category, the jury describing it as "an extraordinarily well written, atmospherically precise and moving film with outstanding acting performances." As Ignatiew notes, the Oscar entry has brought the film "additional international buzz and requests from many buyers around the globe."

.....

C'EST à Cannes 2009 que la société de ventes Telepool/Cinepool a présenté pour la première fois à son line-up le film de **Feo Aladag**, *When we leave*. « C'est l'ensemble du projet, en particulier le scénario, qui s'est révélé unique, excellent », se souvient **Irina Ignatiew**, vice-présidente

exécutive pour l'international. Même si Telepool pensait que le film avait le potentiel pour aller en compétition à Berlin, « la section Panorama était la plateforme idéale pour présenter le film à un public international. » Depuis sa première à Berlin en février 2010, le film a été invité à plus de 40 festivals internationaux, Feo Aladag l'accompagnant souvent pour le présenter au public et aux journalistes.

Encensé par le jury du Label Europa Cinemas à Berlin, qui a vu en lui « un film profondément humain, émotionnellement puissant », *When we leave* a remporté plusieurs fois le prix du meilleur film (notamment au Festival du Film de Tribeca) et a obtenu en avril, aux German Film Awards, les prix du meilleur film de fiction et de la meilleure actrice (Sibel Kekilli). En Allemagne, le film a été distribué en avril par Majestic Filmverleih, réalisant plus de 115 000 entrées. Il est sorti le 21 mai en Turquie (Ozen Film), attirant 17 289 spectateurs à fin septembre.

À ce jour, des contrats ont été signés avec ABC/Cinemien (Benelux), HGC Entertainment (Chine), Discovery Films (ex-Yougoslavie), Accent Film (Australie/Nouvelle Zélande), Olive Films (USA) et Mongrel Media (Canada). D'autres ventes sont attendues. « Cinepool est géré comme une boutique, nous ne nous spécialisons pas dans un genre particulier », explique Ignatiew. « Nous jugeons chaque projet selon ses qualités propres. En fin de compte, il s'agit toujours de trouver un matériel original avec une résonance internationale. Aussi, au-delà du réalisateur et des acteurs, le scénario doit être convaincant. »

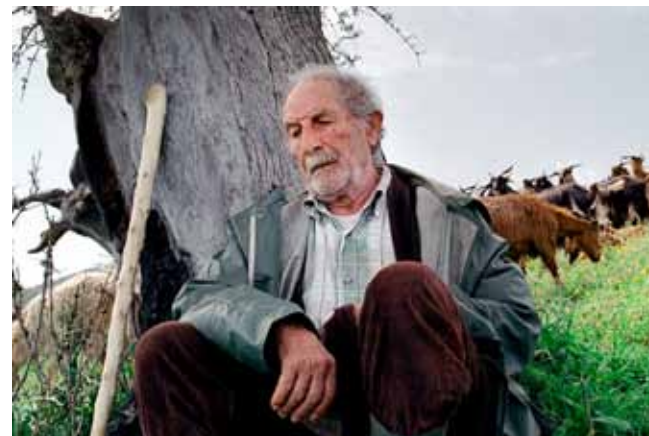


Le film a été sélectionné pour représenter l'Allemagne à la nomination au meilleur film étranger des Oscar 2011, le jury le décrivant comme « extraordinairement bien écrit, décrivant précisément une atmosphère, émouvant, grâce à un jeu d'acteurs remarquable. » Comme le remarque Ignatiew, cette sélection a apporté au film « un écho international et des demandes de nombreux acheteurs dans le monde entier. »

CANNES – DIRECTORS' FORTNIGHT

Le Quattro Volte (Italy)

PREMIERING in Cannes' Directors' Fortnight sidebar, writer-director **Michelangelo Frammartino's** *Le Quattro Volte* was co-produced by Essential Filmproduktion, the Berlin-based production arm of the film's sales agent Coproduction Office.



Coproduction Office's **Philippe Bober** had previously handled sales of Frammartino's first film *Il Dono* in 2003 and says that serving as a co-producer was "a logical continuation of the excellent relationship that started with *Il Dono*, and also a company tradition since we develop long-term relationships with our directors. We are already working with Michelangelo on the development of his next project."

"The fact that the film was selected for the Directors' Fortnight has been very important for its marketing," Bober continues, pointing to two "very positive experiences" in the past with *Japón* and *12:08 East of Bucharest* which had also screened in this section. "As far as sales are concerned, Cannes played a crucial role for us since most of the deals were made during the festival or shortly after," he recalls. "We closed a few deals in Toronto - for example, the sales of US rights to Lorber - but their interest for the film started in Cannes. The same can be said for the Canadian rights sold to D-Films."

Indeed, deals have been closed for more than 25 territories, with France's Les Films du Losange opening the film in French cinemas on 29 December. Other launches will follow in early 2011 by Belgium's Lumiere, Germany's NFP, Spain's Alta Classics and the Netherlands' FilmMuseum, among others. "*Le Quattro Volte* is characteristic of the films presented in Coproduction Office's lineup since it has a strong content emphasized by a meticulous and inventive aesthetic sensibility," Bober notes. "We like to work with directors who pay great attention both to the content of the film as well as its visual aspect."

ECRIT et réalisé par **Michelangelo Frammartino**, présenté en première à la Quinzaine des Réalistes, *Le Quattro Volte* a été coproduit par Essential Filmproduktion, la filiale basée à Berlin de la société de ventes Coproduction Office.

Philippe Bober, directeur de Coproduction Office, avait géré les ventes du premier film de Frammartino, *Il Dono*, en 2003. Avoir été coproducteur de son nouveau film est pour lui « une continuation logique de l'excellente relation entamée avec *Il Dono*, et c'est une tradition de l'entreprise de développer une relation à long terme avec nos réalisateurs. Nous travaillons déjà avec Michelangelo sur le développement de son prochain projet. »

« Sa sélection à la Quinzaine des Réalistes a été très importante pour son marketing », continue Philippe Bober, soulignant les deux « expériences très positives » rencontrées dans le passé avec deux films déjà présentés dans cette section, *Japón* et *12h08 à l'Est de Bucarest*. « Concernant les ventes, Cannes a joué un rôle crucial : la plupart des contrats ont été signés pendant le festival ou peu de temps après », se souvient-il. « Nous avons conclu quelques contrats à Toronto - par exemple, la vente des droits américains à Lorber - mais leur intérêt pour le film a débuté à Cannes. On peut dire la même chose pour le Canada, dont les droits ont été vendus à D-films. »

Des contrats ont été passés dans plus de 25 pays, avec notamment Les Films du Losange, qui lancera le film dans les salles françaises le 29 décembre. D'autres sorties suivront début 2011, par Lumière en Belgique, NFP en Allemagne, Alta Classics en Espagne et FilmMuseum aux Pays-Bas, entre autres. « *Le Quattro Volte* est typique des films présentés par Coproduction Office. Il a un contenu fort, accentué par une sensibilité esthétique méticuleuse et inventive », note Bober. « Nous aimons travailler avec des réalisateurs qui font très attention tant au contenu du film qu'à son aspect visuel. »

KARLOVY VARY *Just Between Us (Neka ostana medja nama, Croatia)*



SALES agent WIDE Management picked **Rajko Grlic**'s film up at an early stage after having previously worked with him on *Border Post*. "Just Between us is part of our philosophy to follow the directors we like and to work with them in a long term relationship," WIDE's **Loïc Magneron** says. "The film corresponds exactly with our editorial line: author films, but open to a wide audience." Premiering at the Karlovy Vary International Film Festival, Rajko Grlic's black comedy about infidelity and mortality took home the Grand Jury's prize for Best Director as well as earning the Europa Cinemas Label. During the festival, Magneron sold the film to France and Romania, "and the awards helped us to sell the film to South Korea."

Described by the Europa Cinemas Label jury as having "a fine balance between comedy and psychological drama", *Just Between Us* has already been released in Croatia, Slovenia and Serbia and will open in France at the beginning of 2011 (Kanibal distribution).

The film was the big winner at this year's edition of the Croatian national film festival in Pula where the film won seven Golden Arenas, including Best Film and Best Director, and has also picked up prizes at festivals in Montenegro and Serbia. "The film has been strongly requested by other festivals and it is sure to help sell it worldwide," Magneron adds. "Two main territories are already in negotiation and we should close a deal in Japan."

"The main element when I acquire a film is the emotional aspect," he explains. "If a film or a documentary is not moving or does not show me emotion, then the film is not for me." WIDE's other titles from Eastern Europe include the Polish Oscar entry *All That I Love* and Alice Nellis' *Mamas & Papas*.

Le choix de représenter le film de **Rajko Grlic** a été fait assez tôt par WIDE Management, la société de ventes ayant déjà travaillé avec lui sur son film précédent, *Border Post*. « *Just Between Us* s'inscrit dans notre philosophie de suivre les réalisateurs que nous aimons et de travailler avec eux sur le long terme », déclare **Loïc Magneron** de WIDE. « Le film correspond exactement à notre ligne : des films d'auteur mais ouverts à un large public. » Lors de sa première au Festival International du Film de Karlovy Vary, cette comédie noire sur l'infidélité et la mortalité est repartie avec le prix du meilleur réalisateur et le Label Europa Cinemas. Pendant le festival, Magneron a vendu le film en France et en Roumanie, « et les prix nous ont aidés à vendre le film en Corée du Sud. »

Descrit par le jury du Label comme présentant « un bel équilibre entre comédie et drame psychologique », *Just Between Us* est déjà sorti en Croatie, en Slovénie et en Serbie et sortira en France début 2011 (Kanibal distribution).

Le film a été le grand gagnant du Festival du film national croate de Pula, y glanant 7 Golden Arenas, notamment ceux du Meilleur Film et du Meilleur Réalisateur. Il a également été primé par des festivals au Monténégro et en Serbie. « Le film est très demandé par d'autres festivals et cela aidera bien sûr à le vendre dans le monde entier », ajoute Magneron. « Deux territoires importants sont en négociation et nous devrions bientôt signer pour le Japon. »

« L'élément principal quand j'achète un film est l'aspect émotionnel », explique-t-il. « Si un film ou un documentaire n'est pas émouvant ou ne me montre pas d'émotion, alors le film n'est pas pour moi. » WIDE compte aussi à son line-up deux autres films d'Europe de l'est, le polonais *All That I Love*, sélectionné pour les Oscar, et *Mamas & Papas* d'Alice Nellis.

MOSTRA - VENICE DAYS *The Clink of Ice (Le Bruit des Glaçons, France)*

"THE quality and originality of the cast, and the relationship with the director" were key factors that made Wild Bunch's production arm decide to co-produce **Bertrand Blier**'s latest feature *The Clink Of Ice (Le Bruit des Glaçons)*, according to Wild Bunch's **Vincent Maraval**. He had previously handled many of the politically incorrect French director's films when he worked at Studio Canal and had then taken on Blier's *How Much Do You Love Me?* at Wild Bunch.

The pitch black comedy about cancer and alcohol opened this year's Venice Days and was awarded the Europa Cinemas Label. The jury described the film as having "the same energy and freedom of spirit shown in his earlier films like *Les Valseuses*. Brilliantly made and performed, the film never preaches and is sure to be enjoyed and spark debate around European arthouses."

Maraval explains that the selection to the Venice Days was "very good for the notoriety of the film and its French release. We also like this selection because there are not too many films and each one is very well presented." Wild Bunch's French theatrical distribution arm released *The Clink of Ice* in French cinemas on 25 August - with over 700,000 admissions so far. The sales agent had initially started selling the film at the Unifrance Rendez-Vous in Paris last January and has since closed deals with around 15 territories, including Germany, Benelux, Canada, Mexico, Russia and China. The sales drive is set to continue at the American Film Market (AFM) in November and the next Unifrance Rendez-Vous.

« LA qualité et l'originalité de la distribution, la relation avec le réalisateur » ont été les principaux critères qui ont décidé la filiale de production de Wild Bunch à coproduire le dernier film de Bertrand Blier, *Le Bruit des glaçons*, selon **Vincent Maraval**. Ce dernier avait précédemment géré de nombreux films du réalisateur français politiquement incorrect lorsqu'il travaillait à Studio Canal. C'est pourquoi il avait pris le film de Blier, *Combien tu m'aimes ?*, une fois à Wild Bunch.

Cette comédie très noire sur le cancer et l'alcool a fait l'ouverture des Giornate degli Autori, où il a remporté le Label Europa Cinemas. Selon le jury, le film a « la même énergie et liberté d'esprit que ses films plus anciens comme *Les Valseuses*. Brillamment réalisé et joué, le film ne fait pas la morale. Il sera sans aucun doute apprécié et déclenchera un vif débat dans les cinémas art et essai européens. »

Selon Maraval, la sélection des Giornate degli Autori était « très bonne pour la notoriété du film et sa sortie française. Nous aimons aussi cette sélection car il n'y a pas trop de films et chacun d'eux est très bien présenté. » La filiale française de distribution de Wild Bunch a sorti *Le Bruit des glaçons* dans les cinémas français le 25 août - avec plus de 700 000 entrées à ce jour. Wild Bunch avait commencé à vendre le film aux Rendez-Vous d'Unifrance, à Paris, en janvier dernier et a depuis signé avec une quinzaine de pays, y compris l'Allemagne, le Benelux, le Canada, le Mexique, la Russie et la Chine. Les ventes vont continuer au Marché du Film américain (AFM) en novembre et aux prochains Rendez-Vous d'Unifrance.



OUR LABEL JURY MEMBERS IN 2010

We would like to kindly thank all the members of the jury of this year!
Merci aux exploitants du réseau qui ont été jurés du Label cette année !

PANORAMA - BERLIN

- Christophe Maffi
Le Navire (Aubenas, France)
- Laure Bacqué
Reserva cultural (São Paulo, Brazil)
- Mark Cosgrove
Watershed (Bristol, United Kingdom)
- Iris Praefke
Movimiento Kino (Berlin, Germany)

CANNES - DIRECTORS' FORTNIGHT

- Line Daugbjerg Christensen
Ost for Paradis (Arhus, Denmark)
- Margit Vremmert
Kino Sõprus (Tallinn, Estonia)
- Kwangmo Lee
Arthouse MOMO (Seoul, South Korea)
- Claus Philipp
Filmhouse Kino - Stadtkino (Vienne, Austria)

KARLOVY VARY

- Leonidas Papageorgiou
Trianon Filmcenter (Athens, Greece)
- Pavel Škapík
Kino Drahomira (Karlovy Vary, Czech Republic)
- Fernanda Silva
Audiotorio Municipal Charlot (Setubal, Portugal)
- Daniela Bacanu
NCCR (Bucharest, Romania)

MOSTRA - VENICE DAYS

- Koen Van Daele
Kinodvor (Ljubljana, Slovenia)
- Davide Rampin
Multisala Pio X - Excelsior (Padova, Italy)
- Catherine Lemaire
Churchill - Le Parc - Sauvenière (Liege, Belgium)
- Stefan Paul
Kino Arsenal - Kino Atelier (Tübingen, Germany)

If you would like to be a member of the jury for the Europa Cinemas Label in 2011, feel free to contact Stéphanie Dufour.

Si vous souhaitez être membre du Jury du Label Europa Cinemas en 2011, merci de contacter Stéphanie Dufour.

sdufour@europa-cinemas.org,
+ 33 (0)1 42 71 87 70

Contents

02 – OPENING INTERVIEW
Mrs ANDROULLA VASSILOU

04 – EUROPA CINEMAS AWARDS 2010

08 – FOCUS ON YOUNG AUDIENCES

08 – Finding the future audience?
10 – They have a dream
13 – Interview with Emily Munro
14 – Kids are king at the Studio des Ursulines
16 – Interview with Alex de Ronde
17 – 27 Times Cinema: 27 identities, 1 Europe
18 – Snapshots of Europe

20 – EUROPEAN FILM PREVIEWS

22 – BELGIUM

26 – DIGITAL CINEMA

26 – Central and Eastern Europe: Waiting for go-dough
29 – Hungary: The mobilisation of independent professionals for digital projection?
30 – Pros and cons of 3D for independent cinemas
32 – Vision and perception in the film theatre

34 – EUROPA CINEMAS INTERNATIONAL

34 – The European film scene in Latin America
37 – Brazil: ANCINE wants more Cinema Near You
38 – Cinema in China – Three questions to Christine Pernin

40 – EUROPA CINEMAS LABEL

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](#),
[Theodore Schwinke](#), [Nathalie Baranger](#),
[Emily Boldy](#), [Emilie Boucheteil](#), [Markéta
Colin-Hodouskova](#), [Claude-Eric Poiroux](#),
[Jean-Baptiste Selliez](#)

Documentation: [Marie-Blanche Bétouret](#),
[Stéphanie Dufour](#), [Guillaume Gaubert](#),
[Bastian Sillner](#), [Lucas Varone](#)

Translation: [Cinescript](#)

www.cinescript.com

Design: [Fake](#) – www.fake.fr

Print: [Modeste](#)

Cover: [27 Times Cinema](#), [Venice Days](#), 2010

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

Europa Cinemas 2011:
68 countries – 566 cities – 1005 cinemas – 2778 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

