



**EUROPA CINEMAS**  
NETWORK REVIEW #19

***CANNES 2011***

***2010 : A STRONGER NETWORK***

***FESTIVAL cheers and fears***

***Above Us Only Sky, BERLIN LABEL***

# 20 years of MEDIA

*Interview de Claude-Eric Poiroux,  
Directeur Général, Europa Cinemas*

## Dans quelles circonstances est né le programme MEDIA ?

Dès 1987, je me souviens de réunions qui avaient déjà lieu à Hambourg dans le « Low Budget Film Festival » dirigé par Dieter Kosslick. J'étais alors distributeur et nous cherchions à nous regrouper pour la sortie de films d'auteurs à l'échelle européenne. En 1988, s'est invitée dans ces discussions Holde Lhoest, qui était chargée de mettre en place un nouveau programme au niveau européen qui allait s'appeler MEDIA. A partir de 1989 les rencontres se sont succédées en Europe, dont celles de Premiers Plans à Angers avec Colette Flesch. La Commission y encourageait les professionnels à présenter des projets. Nous avons créé EFDO pour la distribution, qui a été une des premières initiatives parmi les 19 retenues. Europa Cinemas a été le dernier projet à voir le jour !

MEDIA a ainsi rassemblé et soutenu des propositions élaborées par les professionnels. Il ne s'agissait pas d'un programme pré-établi, mais d'un « work in progress » que structurerait la Commission en fonction des besoins du secteur. C'étaient des professionnels de 12 pays qui rêvaient l'Europe du cinéma ! A partir de 1991, MEDIA s'est pérennisé en rassemblant à Bruxelles une bonne partie des actions engagées sur le terrain. Certaines d'entre elles comme EFDO ont été intégrées à l'administration centrale, d'autres comme Cartoon ou Europa Cinemas ont continué leur activité sur le terrain avec le soutien de MEDIA qui est devenu successivement MEDIA 2, MEDIA PLUS...

## Qu'est que le programme MEDIA a apporté au secteur selon vous ?

MEDIA nous a d'abord permis de nous rencontrer, de dialoguer et de coopérer à l'échelle européenne, ce qui n'était pas évident à l'époque. Mais surtout, sa continuité d'action a eu un

effet très structurant sur l'ensemble de la profession. Je ne connais pas beaucoup d'exemples où une administration européenne va pendant 20 ans maintenir et réinventer une politique cohérente de soutien sans interrompre le dialogue avec les professionnels eux-mêmes. C'est un acquis formidable qu'il ne faut pas compromettre tant dans sa démarche que dans ses résultats. Enfin, MEDIA a servi d'exemple pour certains Etats qui ont développé de façon complémentaire leurs propres mécanismes de soutien à leurs secteurs du cinéma et de l'audiovisuel (tax shelter, crédit d'impôts, commissions du film...).

## Quelle est la place d'Europa Cinemas dans MEDIA ?

Le réseau a commencé à exister en 1992. Il s'agissait d'organiser le marché des salles pour offrir aux distributeurs européens des lieux stratégiques qui allaient mettre en valeur et rentabiliser leurs films auprès du public. Nous avons d'abord choisi d'agir sur la programmation en définissant des objectifs européens aux exploitants qui, en contrepartie, allaient recevoir le soutien communautaire. Une autre préoccupation plus qualitative celle-là, s'est tout de suite imposée : comment améliorer la promotion de ces films auprès du public, notamment les plus jeunes spectateurs ? Par la suite le réseau a ciblé de nouveaux objectifs pour mieux répondre à des nécessités conjoncturelles : soutien à la diversité au moment de l'entrée des 10 nouveaux pays d'Europe centrale, soutien à la projection numérique plus récemment pour favoriser les films européens très concurrencés par les productions américaines, notamment en 3D. Le réseau aujourd'hui compte plus de 2 000 écrans et les exploitants qui le composent sont des acteurs très actifs sur le terrain pour le succès des films produits en Europe.

## Comment voyez-vous le futur de MEDIA ?

Le programme MEDIA est plus que jamais indispensable. L'Europe est devenue de plus en plus libérale et la crise économique risque de remettre en cause la place de l'audiovisuel et de la culture dans les politiques nationales.

Je vois trois priorités :

- **la circulation des œuvres.** Toute la filière de diffusion à l'échelle européenne doit être soutenue, du distributeur à l'exploitant sans oublier les festivals (dont il est particulièrement question dans cette newsletter). Si aujourd'hui les films de plus d'une centaine de cinéastes européens circulent dans de bonnes conditions sur notre continent, c'est largement dû à l'impulsion de MEDIA.

- **l'éducation à l'image.** Nous sommes envahis par une prolifération d'images qu'il faut comprendre et maîtriser. C'est une question de civilisation qui concerne d'abord les jeunes générations. La salle de cinéma doit être un lieu de découverte partagée pour de nouveaux spectateurs très sensibles à la circulation des images dans leurs réseaux.

- **la dimension internationale** avec MEDIA Mundus. Si l'industrie européenne a tout intérêt à s'exporter, nous devons consolider cette politique en offrant aux citoyens européens une diversification de l'offre cinématographique et une ouverture aux autres pays du monde. Grâce à cette réciprocité, l'Europe restera le premier continent du cinéma.

*Editorial réalisé à partir d'un entretien avec le MEDIA Desk France*



*Interview with Claude-Eric Poiroux, General Director, Europa Cinemas*

## In what context was the MEDIA programme born?

I remember that meetings were already being held in Hamburg in 1987 at the « Low Budget Film Festival » directed by Dieter Kosslick. At that time I was a distributor and we were looking to group together to release auteur films on a European scale. In 1988 Holde Lhoest was invited to participate in these discussions, since she had been given the job of setting up a new Europe-wide programme which would be called MEDIA.

From 1989 onwards regular meetings were held across Europe, including those at Premiers Plans Festival in Angers with Colette Flesch. At these, the European Commission encouraged professionals to present projects. We created the EFDO for distribution, one of the first of the 19 successful initiatives. And Europa Cinemas was the last project that came about!

In this way, MEDIA brought together and supported ideas drawn up by professionals. There was no pre-established programme, it was rather a 'work in progress' structured by the European Commission according to the industry's needs. Professionals from 12 countries were dreaming about a Europe of cinema!

As of 1991, MEDIA became established with most of the initiatives and projects brought together in Brussels. Some of the projects, such as the EFDO were integrated into the central administration, whereas others, such as Cartoon or Europa Cinemas, continued their activity on the ground with the support of the MEDIA programme, which became successively MEDIA 2, MEDIA PLUS...

## In your opinion, what has the MEDIA programme brought to the sector?

First and foremost MEDIA allowed us to meet, discuss and collaborate on a European scale, which was not that easy at the time. But above all, its long-term, continuous nature had a very structuring effect on the whole of the profession. I cannot think of many examples of European administrations which manage to maintain and reinvent a coherent policy of support for 20 years without losing touch with the professionals themselves. This is a tremendous achievement, whereas compromising MEDIA's method of functioning would also comprise the results.

MEDIA was used as an example by certain states, which in parallel developed their own support mechanisms for their film and audiovisual industries (tax shelter, tax breaks, film funds...).

## What role does Europa Cinemas play within MEDIA?

The Network came into existence in 1992. The aim was to organise the European exhibition market in order to offer European distributors strategic points where they could give pride of place to their films, as well as secure a return on these with an assured audience. So we chose to approach this via the programming by giving the exhibitors objectives for European screenings who, in return, would receive support from the European Union. Another, more qualitative, concern

was soon raised: how were we to better promote these films to audiences, in particular films aimed at young audiences? The Network then focused on new goals to respond to certain short-term requirements: supporting diversity at the moment of the entry of 10 new member states from central Europe and, more recently, the digital programming bonus to support European films in the face of heavy competition from North-American productions, especially in 3D. Nowadays the Network comprises more than 2,000 screens and the exhibitors that constitute it work actively in their territories to assure the success films produced in Europe.

## How do you envision the future of the MEDIA programme?

The MEDIA programme has never been more essential. With an increasingly market-driven Europe, the standing of the audiovisual sector and culture within national policy finds itself threatened, especially in times of economic crisis. Our priorities are three:

- **The circulation of European films.** Every link in the chain at a European level should be supported, from the distributor to the exhibitor, without forgetting festivals (a subject which we will look at in detail in this edition of the Network Review). If today the films of over a hundred European filmmakers circulate our continent in good conditions, it is largely due to the impetus of the MEDIA programme.

- **Film Education.** We find ourselves invaded by a proliferation of images which we need to be able to understand and control. It's a matter of civilisation which particularly affects the younger generations. Cinemas should be a place of shared discovery for new spectators who are very sensitive to the circulation of images in the networks in which they move.

- **The international dimension** added by MEDIA Mundus. It is important to export the European film industry successfully, and we should consolidate this policy by offering European citizens a diversification of film offer and an opening into other continents. Thanks to this reciprocity, Europe will remain the leading continent for cinema.

*Editorial based on an interview done with the MEDIA Desk France*

**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, Flora Anavi, Marie-Blanche Bétouret, Emily Boldy, Markéta Colin-Hodouskova, Guillaume Gaubert, Mathieu Munoz, Claude-Eric Poiroux, Jean-Baptiste Selliez

**Documentation:** Emilie Boucheteil, Lucas Varone, Claire Soustiel

**Translation:** Cinescript - www.cinescript.com

**Design:** Fake - www.fake.fr / **Print:** Modeste

**Cover:** La Source des femmes

(The Source, by Radu Mihaileanu) - Julian Torrès

© Elzevir Films / Oi Oi Oi Productions / EuropaCorp / France 3 Cinéma / CCE / BIM Distribuzione / Indigo Film / Agora Films



# 2010 Feedback: A stronger Network

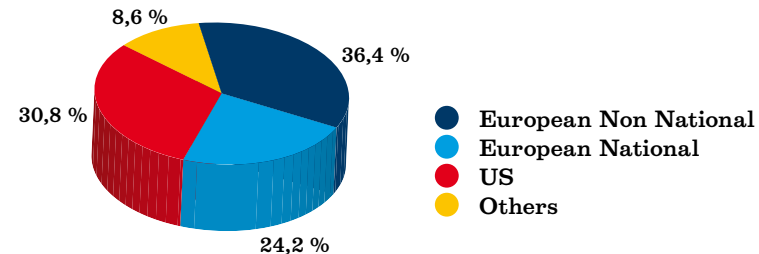
Soul Kitchen



Une vie de chat

## Screenings in the EC Network

Screenings / Séances



### Almost 61 million admissions and 2,000 screens

There have been positive developments for all the indicators for cinemas in the Europa Cinemas / MEDIA Network in 2010. European cinema, accounting for 60.6% of screenings has increased its share of programming by 1.7 points. Whilst the position of non-national European films has seen a slight improvement, the increase is more pronounced for national cinema (up 1.47 point), a development that confirms the good performance of films in their domestic markets, which has been apparent now for several years. American films lose out as a result of this development, with a 2 point drop. They account for 30.8% of screenings. The position of non-European, non-American films remains stable.

In 2010, the 760 cinemas that are members of the Europa Cinemas / MEDIA Network (1,924 screens) saw 61 million admissions (60.88). In early 2011, the Network has over 2,000 screens.

### Près de 61 millions d'entrées et 2 000 écrans

Tous les indicateurs sont à la hausse pour les salles du réseau Europa Cinemas / MEDIA en 2010. Avec 60,6% des séances, le cinéma européen progresse de 1,7 point. Si la place du cinéma européen non national se renforce

légèrement, la hausse est plus marquée pour le cinéma national (de 1,47 point), un mouvement qui confirme la bonne tenue des films nationaux sur leurs marchés d'origine, observée depuis maintenant plusieurs années. Cette évolution se fait au détriment des films américains, qui baissent de 2 points. Ils représentent 30,8% des séances. Quant aux films non européens et non américains, leur position reste stable. En 2010, les 760 salles membres du réseau Europa Cinemas / MEDIA (1924 écrans) pesaient 61 millions d'entrées (60,88). Début 2011, le réseau compte plus de 2000 écrans.

### The impressive diversity of European cinema reflected in the Top 50

European films play a growing role at the top of the league table. The 5 top films in terms of number of screenings are all European. In the Top 50, every second film is European. This equation is confirmed by the box-office takings per film: 6 films in the Top 10 are European.

2009 was characterised by the enormous success of *Slumdog Millionaire* throughout the entire Network. In 2010, the equation is different: several films have been widely screened across Europe, whilst others still have reserve potential to reach more viewers, as they have so far only been released in a limited number of territories.

### La belle diversité du cinéma européen s'affiche dans le classement

La place des films européens se renforce dans le haut du classement. Les 5 premiers films en termes de séances sont ainsi tous européens. Dans le Top 50, un film sur deux est européen. L'équation se vérifie avec les résultats des films : 6 films du Top 10 sont européens.

2009 avait été marquée par le très grand succès de *Slumdog Millionaire* dans l'ensemble du réseau. En 2010, l'équation est différente : plusieurs films ont circulé, certains conservant une réserve de spectateurs, dans la mesure où ils sont sortis sur un nombre encore restreint de territoires.

### 8 films with over 500,000 admissions

At the top of the class, *Soul Kitchen* (DE) is Fatih Akin's second appearance in the list of the Network's top films, after the great success of *Gegen die Wand* (*Head-On*, DE), in 2004. His new comedy, set in contemporary Hamburg, also offers an opportunity to recall *Good Bye, Lenin!* (Becker, DE), which 8 years ago achieved nearly 1.4 million admissions in the Network. Although it did not attain figures quite that high, *Soul Kitchen* nevertheless attracted 953,000 cinemagoers in the Network's cinemas in 25 countries. In particular, it appears at the top of the league table for German cinemas and achieved audience figures of nearly 200,000 in Italy.

Seven other films notched up admissions over the 500,000 mark. *The Concert* (Mihaileanu, FR), attracted 921,000 viewers: 400,000 in Italy, almost 200,000 in Germany, 129,000 in Spain.

Next up are two French films, *Of Gods and Men* (Beauvois) and *The Ghost Writer* (Polanski), with respectively 862,000 admissions (particularly in France, in Italy, in Belgium) and 827,000 admissions (in Polish, Italian, Spanish and French Network cinemas).

It is no surprise that the last Woody Allen, *You Will Meet a Tall Dark Stranger* (GB) can boast more than 700,000 admissions, followed by *The Secret in their Eyes* (Campanella, ES), which in 2010 won the Oscar for Best Foreign Film. The latter was a success in Europa Cinemas film theatres in Switzerland, France, Belgium, Greece, the Netherlands and the United Kingdom. Bringing up the rear, Ferzan Ozpetek's last film, *Loose Cannons* (IT), with 534,000 admissions, is an indicator of good year enjoyed by Italian cinema, whilst *The White Ribbon* (Haneke, AT), Palme d'Or winner two years ago, continued its career in 2010 with 503,000 admissions.



The list of European films that have circulated in the Network this year goes on and on: *I Am Love* (Guadagnino, IT), *An Education* (Scherfig, GB) and to mention *Potiche* (Ozon, FR) not *Mammuth* (Kervern and Delepine, FR). 2010 is definitely representative of European diversity; a diversity that the Network's exhibitors highlight throughout the year.

## 8 films à plus de 500 000 entrées

En tête, *Soul Kitchen* (DE) est la deuxième incursion de Fatih Akin parmi les meilleurs films du réseau, après le grand succès de *Gegen die Wand* (Head-On, DE), en 2004. Cette comédie ancrée dans le Hambourg contemporain est aussi l'occasion de se rappeler qu'il y a 8 ans *Good Bye, Lenin!* (Becker, DE) réunissait près de 1,4 millions d'entrées dans le réseau. Sans atteindre ce score, *Soul Kitchen* attire tout de même 953 000 spectateurs dans les salles du

réseau de 25 pays. Il est notamment en tête des salles allemandes et réalise près de 200 000 entrées en Italie.

Sept autres films réalisent plus de 500 000 entrées. *Le Concert* (Mihaileanu, FR), réunit 921 000 spectateurs : 400 000 en Italie, près de 200 000 en Allemagne, 129 000 en Espagne.

Deux films français suivent, *Des hommes et des dieux* (Beauvois) et *The Ghost Writer* (Polanski), avec respectivement 862 000 entrées (notamment en France, en Italie, en Belgique) et 827 000 entrées (dans les salles polonaises, italiennes, espagnoles ou encore françaises du réseau). Sans surprise, le dernier Woody Allen, *You Will Meet a Tall Dark Stranger* (GB) affiche plus de

700 000 entrées, suivi par l'Oscar 2010 du meilleur film en langue étrangère, *El secreto de sus ojos* (Campanella, ES). Ce dernier fut un succès pour les salles Europa Cinemas de Suisse, France, Belgique, Grèce, des Pays-Bas et du Royaume-Uni. Derrière, le dernier film de Ferzan Ozpetek, *Mine Vaganti* (IT), avec 534 000 entrées, est un indicateur de la bonne année qu'a connu le cinéma italien, tandis que *Der weisse Band* (Haneke, AT), Palme d'Or il y a deux ans, a poursuivi son parcours en 2010 avec 503 000 entrées.

Nous pourrions continuer à énumérer les films européens qui ont circulé cette année dans le réseau avec *Io sono l'amore* (Guadagnino, IT), *An Education* (Scherfig, GB) ou encore *Potiche* (Ozon, FR) et *Mammuth* (Kervern et Delepine, FR) : 2010 est sans nul doute représentative de la diversité européenne. Une diversité que les exploitants du réseau valorisent tout au long de l'année.

## Young Audiences: A Cat in Paris, Film of the Year

Just like every year, it is interesting to highlight the films the Network has offered for young audiences, either within the regular screening programmes or in festivals and as part of activities specially organized by film theatres for this group.

In 2010, French films appeared at the top of the league table: *A Cat in Paris* (Gagnol/Felicioli), *Le Petit Nicolas* (Tirard), *Eleanor's Secret* (Monfery, a film that had already been widely screened in 2009) and *Azur & Asmar* (Ocelot) were the films that attracted the largest number of children to screenings in Network cinemas.

Other films that were successful in their home countries also deserve a mention: the German films *The Crocodiles Strike Back* (Ditter) and *Young Goethe in Love* (Stözl), the Czech film *Kooky* (Jan Sverák), *The Man Who Will Come* (Giorgio Diritti) from Italy or the Dutch film *Eep!* (De Jong).

## Jeune Public : Une vie de chat, film de l'année

Comme chaque année, il est intéressant de relever les films que le réseau a proposés au jeune public, que ce soit lors des séances régulières, des festivals ou des activités spécifiquement organisées par les salles.

En 2010, les films français dominent ce classement : *Une vie de chat* (Gagnol/Felicioli), *Le Petit Nicolas* (Tirard), *Kerity, la maison des contes* (Monfery, qui était déjà beaucoup diffusé en 2009) et *Azur et Asmar* (Ocelot) ont été les films qui ont attiré le plus d'enfants dans le réseau.

D'autres films qui ont été des succès dans leur pays méritent d'être cités : les films allemands *Vorstadtkrokodile 2* (Ditter) et *Goethe!* (Stözl), le Tchèque *Kuky se vraci* (Jan Sverák), l'italien *L'uomo che verra* (Giorgio Diritti) ou encore le film néerlandais *Iep!* (De Jong).



## Digital markets

Almost 25 % of the cinemas in the Network are now equipped with at least one digital projector (2K or 4K). Roll-out is of course less rapid than in multiplexes, but the number of screens with digital equipment has nevertheless increased by 75 % in the Network in one year.

In addition to the United Kingdom, where almost all Europa Cinemas theatres now have digital equipment (just a few years after the government support system was established), the Czech Republic and Norway have the highest figures for digital equipment thanks to state support. France is also making headway on equipping cinemas with this technology; here the impact of the introduction of the support mechanism will be felt above all in 2011.

In the aforementioned countries, a growing number of films are available in digital formats. Financial support from Europa Cinemas, which applies to programming of European films, is therefore reaching a higher number of cinemas (80 as against 36 in 2009).

We can therefore note that several markets have indeed developed and observe that national films benefit from the switch to digital. For example, Czech films, such as *Kajinec* (Jakl), rank near the top of the league table for films screened in digital format, as is also the case for Norwegian films in their domestic market (*Nokas*, Skjoldbjærg) or indeed, to a lesser degree, for German and Spanish films in their home markets. Conversely there are grounds for concern in these four countries as it is rare for non-national European films

to be shown as digital prints there.

Nevertheless the success of Raúl Ruiz' last film, *Mysteries of Lisbon* (even though it is a long and demanding film) at screenings in Portuguese and French cinemas in the Network reminds us that digital technology can play an important part in disseminating the best European cinema.

Finally, most cinemas with digital technology are now well-versed in so-called **alternative content**, particularly live screenings of operas. These screenings, which are profitable for the cinemas involved, make it possible to build loyalty amongst new audiences, but they are still a limited phenomenon. Some exhibitors in the Network (for example in Czech Republic) have diversified their activities, successfully investing in this new market.

## Des marchés en numérique

Près d'une salle sur quatre du réseau est désormais équipée d'au moins un projecteur numérique, 2K ou 4K. Le déploiement est bien sûr moins rapide que dans les multiplexes, mais le nombre d'écrans équipés a progressé de 75 % dans le réseau en un an.

Au-delà du Royaume-Uni où, quelques années après la mise en place du programme de soutien de l'Etat, presque toutes les salles Europa Cinemas sont équipées, la part de l'équipement est élevée en République tchèque et en Norvège grâce au soutien de l'Etat. L'équipement progresse aussi en France, où les effets de la mise en place du dispositif de soutien se feront surtout sentir en 2011.

Dans les pays cités, l'offre de films disponibles en numérique s'étoffe. Le soutien financier d'Europa Cinemas, qui s'applique à la programmation de films européens, touche en conséquence davantage de salles (80 contre 36 en 2009).

On peut ainsi considérer que plusieurs marchés sont bel et bien constitués et constater que le numérique profite aux films nationaux. Ainsi, les films tchèques, comme *Kajinec* (Jakl), dominent le top des films diffusés en numérique, tout comme les films norvégiens dans leur pays (*Nokas*, Skjoldbjærg) ou encore, dans une moindre mesure, les films allemands et espagnols dans leurs pays d'origine. En contrepartie, on peut tout de même s'inquiéter, pour ces quatre derniers pays, de la rareté des films européens non nationaux en numérique.

Il reste que le succès, dans les salles portugaises et françaises du réseau, du dernier film de Raoul Ruiz, *Les Mystères de Lisbonne* (malgré sa longueur et, bien sûr, à son échelle), nous rappelle que le numérique peut jouer un rôle important pour la diffusion du meilleur cinéma européen.

Enfin, la plupart des salles qui sont équipées en numérique sont désormais des adeptes des **contenus dits alternatifs**, notamment des transmissions d'opéras en live. Ces séances rémunératrices pour la salle permettent de fidéliser un nouveau public, mais leur nombre reste limité. Certains exploitants du réseau (par exemple en République tchèque) ont diversifié leurs activités en investissant ce nouveau marché avec succès.



### Pina in 3D: the surprise of the 2010 Network Conference in Paris

ONE could say that *Pina* started its career at the Europa Cinemas Conference in November 2010. On Friday 19 November, the 500 seats of **Le Balzac** cinema were filled by Network exhibitors and distributors. They were treated to a 20-minutes sneak preview of *Pina* in 3D, introduced by **Wim Wenders** himself, at that point still in the process of editing the film in Berlin. It was a very inspiring event which illustrated several points from debates of the Conference, such as how the digital medium opens up opportunities for auteur cinema. A few months later, in February 2011, *Pina* was shown at the Berlin Festival and started its international career. Now, the film is doing well in French cinemas, where it is expected to easily pass the 200,000 admissions mark.

**P**INA a, en quelque sorte, démarré sa carrière à la Conférence Europa Cinemas en novembre 2010. Le vendredi 19 novembre, les 500 fauteuils du **Balzac** étaient occupés par les exploitants et distributeurs du réseau. **Wim Wenders** leur offrait en avant-première 20 minutes de son film en 3D dont il faisait au moment même le montage à Berlin. Cet événement a beaucoup marqué les esprits et illustré les propos d'une

partie des débats de la Conférence, à savoir comment le numérique et le relief peuvent ouvrir des perspectives au cinéma d'auteur. Quelques mois plus tard, en février 2011, *Pina* était montré au festival de Berlin et allait démarrer sa carrière internationale. A l'heure où nous écrivons, le film est un succès dans les salles françaises, où il devrait largement dépasser les 200 000 entrées.



Europa Cinemas Conference 2010: Wim Wenders, Claude Miller, Julie Gayet, Claude-Eric Poiroux ©Antoine Legond

# TOP 50

## European films by screenings in the EC Network



- |  |  |   |  |   |
|--|--|---|--|---|
| <b>1</b><br><b>SOUL KITCHEN (DE)</b><br>FATIH AKIN | <b>2</b><br><b>THE GHOST WRITER (FR)</b><br>ROMAN POLANSKI | <b>3</b><br><b>LE CONCERT (FR)</b><br>RADU MIHAILEANU | <b>4</b><br><b>EL SECRETO DE SUS OJOS (ES)</b><br>JUAN JOSÉ CAMPANELLA | <b>5</b><br><b>YOU WILL MEET A TALL DARK STRANGER (GB)</b><br>WOODY ALLEN |
|--|--|---|--|---|

- |  |  |   |
|--|--|---|
| <b>6</b> DES HOMMES ET DES DIEUX (FR)<br>XAVIER BEAUVOIS     | <b>21</b> LUFTSLOTTET SOM SPRÄNGDES (SE)<br>DANIEL ALFREDSON       | <b>36</b> L'ARNACOEUR (FR)<br>PASCAL CHAUMEIL           |
| <b>7</b> MINE VAGANTI (IT)<br>FERZAN OZPETEK                 | <b>22</b> LOURDES (AT)<br>JESSICA HAUSNER                          | <b>37</b> WHITE MATERIAL (FR)<br>CLAIRE DENIS           |
| <b>8</b> IO SONO L'AMORE (IT)<br>LUCA GUADAGNINO             | <b>23</b> LA TÊTE EN FRICHE (FR)<br>JEAN BECKER                    | <b>38</b> GIULIAS VERSCHWINDEN (CH)<br>CHRISTOPH SCHAUB |
| <b>9</b> DAS WEISSE BAND (AT)<br>MICHAEL HANEKE              | <b>24</b> LE PETIT NICOLAS (FR)<br>LAURENT TIRARD                  | <b>39</b> DIE FRISEUSE (DE)<br>DORIS DÖRRIE             |
| <b>10</b> AN EDUCATION (GB)<br>LONE SCHERFIG                 | <b>25</b> THE IMAGINARIUM OF DOCTOR PARNASSUS (GB) - TERRY GILLIAM | <b>40</b> COSA VOGLIO DI PIÙ (IT)<br>SILVIO SOLDINI     |
| <b>11</b> MAMMUTH (FR)<br>GUSTAVE KERVERN / BENOÎT DELÉPINE  | <b>26</b> NOWHERE BOY (GB)<br>SAM TAYLOR-WOOD                      | <b>41</b> DESERT FLOWER (DE)<br>SHERRY HORMAN           |
| <b>12</b> UN PROPHÈTE (FR)<br>JACQUES AUDIARD                | <b>27</b> FLICKAN SOM LEKTE MED ELDEN (SE)<br>DANIEL ALFREDSON     | <b>42</b> MR. NOBODY (BE)<br>JACO VAN DORMAEL           |
| <b>13</b> TAMARA DREWE (GB)<br>STEPHEN FREARS                | <b>28</b> TOURNÉE (FR)<br>MATHIEU AMALRIC                          | <b>43</b> VINCERE (IT)<br>MARCO BELLOCCHIO              |
| <b>14</b> COPIE CONFORME (EU)<br>ABBAS KIAROSTAMI            | <b>29</b> LE REFUGE (FR)<br>FRANÇOIS OZON                          | <b>44</b> ZANAN-E BEDUN-E MARDAN (EU)<br>SHIRIN NESHAT  |
| <b>15</b> LE HÉRISSON (FR)<br>MONA ACHACHE                   | <b>30</b> OCÉANS (FR)<br>JACQUES PERRIN                            | <b>45</b> ANOTHER YEAR (GB)<br>MIKE LEIGH               |
| <b>16</b> SERGE GAINSBOURG, VIE HÉROÏQUE (FR)<br>JOANN SFAR  | <b>31</b> AGORA (ES)<br>ALEJANDRO AMENABAR                         | <b>46</b> COPACABANA (FR)<br>MARC FITOUSSI              |
| <b>17</b> YO, TAMBEN (ES)<br>ANTONIO NAHARRO / ALVARO PASTOR | <b>32</b> COCO CHANEL & IGOR STRAVINSKY (FR)<br>JAN KOUNEN         | <b>47</b> NOTHING PERSONAL (NL)<br>URSZULA ANTONIAK     |
| <b>18</b> POTICHE (FR)<br>FRANÇOIS OZON                      | <b>33</b> VINCENT WILL MEER (DE)<br>RALF HUETTNER                  | <b>48</b> LONDON RIVER (FR)<br>RACHID BOUCHAREB         |
| <b>19</b> L'ILLUSIONNISTE (FR)<br>SYLVAIN CHOMET             | <b>34</b> FISH TANK (GB)<br>ANDREA ARNOLD                          | <b>49</b> WELCOME (FR)<br>PHILIPPE LIORET               |
| <b>20</b> MICMACS À TIRE-LARIGOT (FR)<br>JEAN-PIERRE JEUNET  | <b>35</b> EXIT THROUGH THE GIFT SHOP (GB)<br>BANKSY                | <b>50</b> THE TREE (FR)<br>JULIE BERTUCELLI             |

# Films to look out for: National successes in Network cinemas in 2010

## **The Troll Hunter** (*Trolljegeren*, André Øvredal, Norway)

The Norwegian government wants to conceal from the public the existence of trolls in a remote area of the country. A great success in the Norwegian theatres of the Network, this film follows a group of students as they set out to search for the creatures. Made in the style of a mockumentary and in the tradition of *The Blair Witch Project*, *District 9* and *Cloverfield*, this film blends fantasy, comedy and irony. Seen at Sundance, it has just gone on release in Germany and Turkey. **Le gouvernement norvégien cacherait au public l'existence de Trolls dans une zone reculée du pays. Gros succès dans les salles norvégiennes du réseau, le film suit un groupe d'étudiants qui partent à leur recherche. Sur le mode du faux documentaire et dans la lignée du *Projet Blair Witch*, de *District 9* et *Cloverfield*, ce film qui mêle fantastique, comédie et second degré, passé par Sundance, vient de sortir en Allemagne et en Turquie.**



## **The Solitude of Prime Numbers** (Saverio Costanzo, Italy/Germany/France)

Based on Paolo Giordano's best-selling novel, Costanzo's third feature-length film tells the story of two young people who share two things: they both suffered traumas in their childhood, and both are lonely. The director deconstructs the novel to produce a true piece of cinema which has attracted almost 100,000 film enthusiasts into the Italian theatres of the Network. The film is about to go on release in France and Germany.

Inspiré du bestseller de Paolo Giordano, le troisième long de Costanzo saisit la rencontre de deux adolescents qui, après un traumatisme dans l'enfance, se reconnaissent dans leurs solitudes. Le réalisateur déconstruit le roman, pour produire un vrai objet de cinéma, qui a attiré près de 100 000 spectateurs dans les salles italiennes du réseau. Il s'apprête à sortir en salles en France et en Allemagne.

## **Steam of Life** (*Miesten vuoro*, Joonas Bergvall & Mika Hotakainen, Finland)

Released a year ago in Finland, this little documentary is still touring the festivals and began its international distribution in Sweden, Norway and Poland. And what is it about? Finnish men. And what do Finnish men do? They go to the sauna, talk, sweat. The "best sauna movie anyone's ever likely to see", with "irresistible emotional content" (Variety) represented Finland at the Oscars.

Sorti il y a un an en Finlande, ce petit documentaire n'en finit plus de tourner dans les festivals et a entamé sa distribution internationale en Suède, Norvège et Pologne. Son sujet ? Les hommes finlandais. Et que fait l'homme finlandais ? Il va au sauna, parler, transpirer. Le « meilleur film de sauna que vous êtes susceptible de voir dans votre vie », à « l'émotion irrésistible » (Variety), représentait le pays aux Oscars.



## **Miss Kicki** (Håkon Liu, Sweden/Taiwan)

This co-production starring Pernilla August was a success in the Swedish cinemas of the Network. August's character takes a trip to Taipei with her son in order to renew her emotional ties with him... and to meet a man she got to know on the Internet. Variety recognised aspects reminiscent of the early Wenders in Håkon Liu's feature-length debut. The film has been screened at numerous festivals, particularly gay and lesbian ones - August's son explores both the city and his feelings of love for a young Taiwanese man - and *Miss Kicki* went on release in Denmark, Poland and Germany at the beginning of 2011.

Succès dans les salles suédoises du réseau, cette coproduction est portée par Pernilla August, dont le personnage part à Taipei avec son fils pour renouer les liens... et pour y faire la connaissance d'un homme rencontré sur le net. Variety a vu dans ce premier long de Håkon Liu des réminiscences du Wenders des débuts. Passé par de nombreux festivals, notamment gay et lesbiens - le jeune garçon explore la ville et se lie d'amitié avec un jeune taïwanais -, *Miss Kicki* est sorti début 2011 au Danemark, en Pologne et en Allemagne.



## **All that I love** (*Wszystko co kocham*, Jacek Borcuch, Poland)

The best film to be shown in the Polish theatres of the Network in 2010, this rock chronicle of the Solidarity era is viewed through the eyes of a young frontman of a punk band. It charmed the French distributor Fondivina, which released it on 20 April. Music, romance, politics and family drama await the cinema-goer. Mateusz Kosciukiewicz, at 25 years of age and with very few film appearances under his belt, is well on the way to becoming a leading Polish actor.

Meilleur film dans les salles polonaises du réseau en 2010, cette chronique rock des années Solidarnosc vue sous l'angle d'un jeune homme leader d'un groupe de punk a séduit le distributeur français Fondivina, qui l'a sorti le 20 avril. Musique, romance, politique et drame familial sont au rendez-vous. Notons qu'en très peu de rôles et à 25 ans, Mateusz Kosciukiewicz est en train de devenir l'un des principaux acteurs polonais.

## **His & Hers** (Ken Wardrop, Ireland)

"A man loves his girlfriend the most, his wife the best, but his mother the longest" (Old Irish proverb). Every time it has been selected for a film festival, this Irish documentary has come away with an important award, notably from Sundance, Galway and Dublin. Based on interviews with 70 women conducted at their homes in the Irish midlands, this was the most successful film at the Irish theatres of the Network in 2010, and, according to Screen, it could go the same way as *Once*. The film went on international release, starting in the UK in March 2011.

« C'est leur petite amie que les hommes aiment le plus. C'est leur femme qu'ils aiment le mieux. Et leur mère le plus longtemps » (proverbe irlandais). A chaque fois qu'il est sélectionné dans un festival, ce documentaire irlandais en revient avec un prix important, notamment à Sundance, Galway et Dublin. Basé sur des entretiens avec 70 femmes, dans leur maison, de la région des Midlands, ce film fut le plus grand succès dans les salles irlandaises du réseau en 2010 et pourrait avoir, selon Screen, le même destin que *Once*. Il a commencé sa carrière à l'international par le Royaume-Uni, en mars 2011.



***If I want to whistle, I whistle (Eu cand vreau sa fluier, fluier, Florin Serban, Romania/Sweden)***

Romanian cinema still has a few surprises up its sleeve. This harsh debut feature in which a young man about to be released from prison jeopardizes his chances of becoming free by opposing his mother, is the best Romanian film of the year (in the country itself and in the theatres of the Network). Produced by the Mitulescu brothers, it owes much of its success to its non-professional cast and its total lack of artifice. It has started to go on commercial release in Europe, and will continue throughout the year.

Le cinéma roumain réserve encore des surprises. Ce premier long, âpre, dans lequel un jeune homme bientôt libéré de prison va compromettre ses chances de libération en s'opposant à sa mère, est le meilleur film roumain de l'année (dans le pays et dans les salles du réseau). Produit par les frères Mitulescu, il doit beaucoup sa réussite à un casting amateur et à l'absence de tout artifice. Il a débuté une distribution commerciale en Europe, qui se poursuivra au cours de l'année.

***Mysteries of Lisbon (Raúl Ruiz, Portugal)***

A pleasant surprise. Despite its length (4h26), Raúl Ruiz's saga received rave reviews and won the affections of those cinema-goers who braved it, particularly in France (almost 100,000 tickets sold) and in Portugal, where the two theatres in the Network that screened it each attracted more than 4,400 audience members. This film undoubtedly benefitted from the programming flexibility provided by digital systems.

Une surprise réjouissante. Malgré sa durée (4h26), cette saga de Raúl Ruiz, avec une critique dithyrambique, a conquis les spectateurs qui s'y sont risqués, notamment en France (près de 100 000 entrées) et au Portugal, où les deux salles du réseau qui l'ont programmé ont attiré chacune plus de 4 400 spectateurs. Le film a certainement bénéficié de la souplesse de programmation due au numérique.



***Vincent wants to Sea (Vincent will Meer, Ralf Huettner, Germany)***



The surprise hit of the German Film Awards, this comedy was the second biggest success of the year, having been seen by one million cinema-goers. It came away from the national awards with a number of prizes, including Best Film. It is also one of the year's best films in the theatres of the Network, with 164,000 admissions. This tragicomic road movie follows the journey of a threesome who have escaped from a mental hospital. Vincent, a sufferer of Tourette's Syndrome, and his two companions, as they try to reach the sea on the Italian coast. The film is about to go on release in Israel and South Korea. Surprise aux Prix du Cinéma allemand, cette comédie, deuxième plus gros succès de l'année avec un million de spectateurs, en est repartie avec plusieurs récompenses, dont celle du meilleur film. C'est aussi l'un des meilleurs films allemands de l'année dans les salles du réseau, avec 164 000 entrées. Ce road-movie tragicomique suit les pérégrinations d'un trio échappé d'une clinique psychiatrique. Vincent, frappé du syndrome de Tourette, et ses deux acolytes, cherchent à rejoindre la mer en Italie. Le film sort bientôt en Israël et en Corée du sud.



***Tirza (Rudolf van den Berg, Netherlands)***

The large average number of tickets sold at the 22 Dutch theatres of the Network that screened this film (62,000 admissions) shows that this adaptation of the best-selling novel by Arnon Grunberg was much-awaited. The central character is a divorced father who sets out to search for his daughter, who has disappeared in Niger. This film was chosen to represent the Netherlands at the Oscars but has not yet gone on release outside of the Benelux countries.



Forte moyenne d'entrées dans les 22 salles hollandaises du réseau qui ont programmé ce film (62 000 entrées), signe que cette adaptation d'un best-seller d'Arnon Grunberg était attendue. Le personnage central en est un père divorcé, qui part à la recherche de sa fille, disparue au Niger. Sélectionné pour représenter les Pays-Bas aux Oscars, il n'a pas encore franchi les frontières du Benelux.

# Coming soon

**Bologna Young Audiences Seminar 2011: "Competing for attention & success Educating through creativity"**



This year's Bologna Young Audiences Seminar will take place **from Saturday 25 – Wednesday 29 June 2011**. Europa Cinemas has been organizing this film education event every year since 2005 in collaboration with the **Cineteca di Bologna** within the framework of **Il Cinema Ritrovato**, festival dedicated to archive films. Chaired by **Ian Christie** (Film historian and Vice-president of Europa Cinemas) and run by **Madeleine Probst** (Watershed Media Centre, Bristol), this year's seminar will reflect upon how the participants can best place themselves competitively as well as develop creative film education strategies. This event will enable participating Network members to share good practice techniques as well as ideas for successful Young Audience programming and activities. Registration deadline: **Friday 3 June 2011**. For more information: [www.europa-cinemas.org](http://www.europa-cinemas.org)

Le séminaire Jeune Public de Bologne aura lieu **du samedi 25 au mercredi 29 juin 2011**. Chaque année depuis 2005, Europa Cinemas organise ces Ateliers en partenariat avec la **Cinémathèque de Bologne** dans le cadre du Festival **Il Cinema Ritrovato**, consacré au cinéma de patrimoine. Au cours de cet événement dirigé par **Ian Christie** (Historien du cinéma et Vice-président d'Europa Cinemas) et animé par **Madeleine Probst** (Watershed Media Centre, Bristol), les participants réfléchiront à la manière dont ils peuvent se positionner face aux offres concurrentes et de développer une politique d'éducation à l'image en faisant appel à la créativité. Ce rendez-vous permettra aux membres du réseau qui participeront d'échanger bonnes pratiques et stratégies de programmation et d'animation en direction des jeunes spectateurs.

Date de limite de candidature - **vendredi 3 Juin 2011**.

Plus d'info sur [www.europa-cinemas.org](http://www.europa-cinemas.org)

**16<sup>th</sup> Europa Cinemas Network Conference, 17-20 November, Athens**

Following last year's meeting in Paris, **Athens** will host the 16th Europa Cinemas Network Conference this coming 17-20 November. The programme will consist of four days of screenings, debates and workshops on questions such as audience renewal - focusing on young and school audiences (the Net generation) – and the transition to digital cinema within European distribution and exhibition. More than 500 professionals comprising of exhibitors, distributors, producers and sales agents from all over Europe are expected to attend.

Registrations online from July [www.europa-cinemas.org](http://www.europa-cinemas.org)

Après Paris en 2010, c'est **Athènes** qui accueillera du 17 au 20 novembre prochain la 16<sup>ème</sup> Conférence du Réseau Europa Cinemas. Au programme, quatre jours de projections, débats et ateliers sur les questions du renouvellement du public - en particulier les jeunes et les scolaires à l'ère d'Internet - ainsi que la transition vers le cinéma numérique des secteurs de la distribution et de l'exploitation en Europe. Plus de 500 professionnels, exploitants, distributeurs, producteurs et exportateurs originaires de toute l'Europe sont attendus.

Inscriptions en ligne dès juillet [www.europa-cinemas.org](http://www.europa-cinemas.org)

**New applications for Europa Cinemas / MEDIA 2012**

The Committee of Experts will examine new applications in October 2011, for entry into the Network in January 2012. The application period is open from **1 July to 31 August 2011**. Please read the MEDIA Guidelines on the website for the support scheme and the conditions for eligibility.

**Cinemas of the following countries can apply:** Austria, Belgium, Bulgaria, Croatia, Cyprus, Czech Republic, Denmark, Estonia, Finland, France, Germany, Greece, Hungary, Iceland, Ireland, Italy, Latvia, Liechtenstein, Lithuania, Luxembourg, Malta, The Netherlands, Norway, Poland, Portugal, Romania, Slovakia, Slovenia, Spain, Sweden, Switzerland and the United Kingdom.

Le Comité d'experts qui étudiera les nouvelles candidatures se tiendra en octobre 2011. Il concerne les salles qui intégreront le réseau en janvier 2012. Les salles peuvent candidater du **1<sup>er</sup> juillet au 31 août 2011**. Nous vous invitons à lire les lignes directrices MEDIA sur notre site. Elles détaillent les mécanismes du soutien et critères d'éligibilité.

**Cette procédure est ouverte aux salles des pays suivants :** Allemagne, Autriche, Belgique, Bulgarie, Chypre, Croatie, Danemark, Espagne, Estonie, Finlande, France, Grèce, Hongrie, Irlande, Islande, Italie, Lettonie, Liechtenstein, Lituanie, Luxembourg, Malte, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République tchèque, Roumanie, Royaume-Uni, Slovaquie, Slovénie, Suède et Suisse.



# Festival CHEERS AND FEARS

Cinespagnol, Nantes, 2011 © Natalia Verbeke by Jerónimo Álvarez

*The Europa Cinemas Network boasts an incredibly diverse range of festivals varying in length, quality and budgets and covering every possible genre. Chris Evans assesses what they offer, how they're supported and any setbacks they face.*

When you consider that Europa Cinemas is present in more than half of all European towns of more than 150,000 inhabitants, and that each theatre is likely to host or organize at least one film festival (in some cases more than 10!), it is hard to get your head around the number and range of film festivals that are available, some of which you've probably never heard of. So how do they all manage to compete in such a congested calendar and will we see some fall by the wayside in this troubled economic climate?

As one leading UK distributor points out: "We have to attend all the main festivals such as Cannes, Berlin and Toronto, and then select a couple from the smaller festivals, which might have a particular interest to us. Just from those alone, we can end up spending about eight months of the year on the road."

## Originality and reputation

With regards to the Europa Cinemas Network of festivals, there are two obvious key drawcards for attendees... originality and reputation. In some cases, they have both, such as the **International Scientific Film Festival/ Film Festival of Fine Arts** in Szolnok in Hungary and **Ghent Film Festival** in Belgium, which has the theme of music. "We started the fine arts festival in 1969 and the scientific festival in 2001 and are unique in Hungary because we are the only festival to combine the two subject matters," says festival manager **Eva Demeter**. "Both festivals have grown in stature, and the cinema that hosts them (**Tisza Mozi**) becomes an international cultural focal point during the events. We have filmmakers, tourists, teachers and students from all over who come and enjoy not just the films, but also exhibitions, conferences, workshops and concerts during the festivals."

**Wim De Witte**, film programmer at the Ghent festival says: "We have been running since 1974 and our main focus is on the impact of music on cinema. Each year we present around 100 feature films from all over the world, and tie in several activities, such as concerts, screenings of silent films with music, masterclasses, workshops and film music seminars, such as Stephen Warbeck last year talking about how he scores films."

*Le réseau Europa Cinemas peut se féliciter de l'incroyable diversité de ses festivals, en termes de durée, de qualité et de budgets. Ils mettent à l'honneur tous les genres possibles. Chris Evans se propose d'étudier ici la programmation de ces festivals, d'identifier leurs soutiens et les difficultés auxquelles ils sont confrontés.*

Si on considère qu'Europa Cinemas est présent dans plus de la moitié des villes européennes de plus de 150 000 habitants, et que chaque cinéma du réseau est susceptible d'accueillir ou d'organiser au moins un festival (dans certains cas plus de 10 !), il est difficile d'imaginer le nombre et la variété de ces festivals, dont certains vous sont certainement inconnus. L'environnement est dès lors très concurrentiel et l'offre de festivals arrive à saturation dans un climat économique difficile. Dans ce contexte, comment les festivals peuvent-ils réussir à s'imposer sur le marché ? Certains resteront-ils au bord de la route ?

Comme le souligne l'un des principaux distributeurs au Royaume-Uni : « Nous devons assister à tous les grands festivals, Cannes, Berlin et Toronto, et ce n'est qu'après que nous choisissons d'aller à quelques autres festivals moins connus, qui peuvent présenter un intérêt particulier pour nous. Rien qu'avec ces événements, nous pouvons passer jusqu'à huit mois par an sur la route. »

## L'originalité et la réputation

En ce qui concerne les festivals du réseau Europa Cinemas, il y a deux critères clés pour faire venir les participants... l'originalité et la réputation. Dans certains cas, ces deux conditions sont réunies, comme pour le **Festival international du film scientifique** et le **Festival du film des Beaux-Arts**, à Szolnok en Hongrie, ou encore le **Festival de Gand** en Belgique, dédié à la musique. « Nous avons commencé le festival des Beaux-Arts en 1969 et le festival scientifique en 2001. C'est un événement unique en Hongrie, notamment parce qu'il combine les deux sujets », explique **Eva Demeter**, manager du festival. « Les deux festivals ont pris de l'ampleur, et le cinéma qui les accueille – **Tisza Mozi** – devient alors un centre d'attention de la culture internationale. Nous recevons des cinéastes, des touristes, des enseignants et des étudiants du monde entier qui viennent apprécier non seulement des films, mais aussi des expositions, des conférences, des ateliers et des concerts. »





The large majority of Europa Cinemas' festivals are targeted at the public, with a sprinkling of industry figures who attend, offering audience members the chance to see films that perhaps they wouldn't normally get the chance to see. Good examples of this are the **Asian Film Festival in the Czech Republic**, which takes place at the **Kino Svetozor** cinema in Prague, the **French Film Festival in Romania** at the cinema **Elvire Popesco in Bucarest**, and the **Ecran Total summer festival** at the Cinema **Arenberg** in Brussels, which recently dedicated a whole section of the festival to films dealing with mental illness.

"Most of the people that come to our cinema are educated, middle class people, but it is always great to see the diverse cultural backgrounds of those in attendance during the festivals. For example there are several Russians who come for the **Russian Film Festival**

and a number of students for the **Jedensvet** human rights festival, which always involves a lot of interesting Q&A debates sparked by the films' subject matters," says **Radim Habartik**, manager of the Kino Svetozor. "We always try to find English subtitle prints for the films as well because there are a lot of international people working in Prague who at-

tend the festivals at our cinema." **Bernard Noel**, co-organiser of the **Ecran Total** festival, says: "We do try to tackle as many themes as possible in our line-up. This approach clearly works as we always get bigger audience numbers during the festival than we do on ordinary days at the cinema."

### To tackle as many themes as possible

The cinema Elvire Popesco in Bucharest is in the unusual position of being managed and programmed by the French Institute in Romania, and so having a French Film Festival is a natural fit for the cinema. Interestingly, no Romanian public institute is involved in the festival. "We have been running the festival for a long time uninterrupted and attract a lot of young people and industry figures, although because Romania is not a very attractive market, French stars hesitate to attend the festival," says **Laurentiu Bratan**, programmer for the cinema. "We are actually about to renovate the cinema and so we will think about new formulas of programming, which are more attractive and interactive."

**Wim De Witte**, programmateur du festival de Gand explique: « Notre festival existe depuis 1974. Depuis, nous nous concentrons sur l'influence de la musique sur le cinéma. Chaque année, nous présentons une centaine de longs métrages du monde entier et organisons plusieurs activités telles des concerts, des projections de films muets mis en musique, des master classes, ateliers et séminaires sur la musique de film. L'année dernière par exemple, Stephen Warbeck est venu échanger sur sa façon de composer une musique de film. »

La majorité des festivals Europa Cinemas sont destinés au grand public même si une poignée de professionnels y participent. Pour les spectateurs, c'est une occasion unique de voir un film auquel ils n'auraient pas eu accès autrement. Ainsi du **Festival du film asiatique de Tchèque** – au cinéma **Kino Svetozor** à

Prague – du **Festival du film français en Roumanie** – accueilli dans la salle **Elvire Popesco** à Bucarest – et du **festival d'été Ecran Total** au cinéma **Arenberg** à Bruxelles. Ce dernier festival en particulier a récemment consacré une section entière de sa compétition aux films traitant des maladies mentales.

« Si la plupart de nos spectateurs font partie de la classe moyenne et sont des initiés, il est toujours intéressant pour nous, lors des festivals, d'aller à la rencontre de spectateurs différents, aux origines culturelles variées. Ainsi, il y a souvent des spectateurs russes qui assistent au **Festival du cinéma russe**. Les étudiants viennent nombreux au Festival des droits de l'homme. Ce dernier est alors l'occasion d'intéressants débats sur les questions soulevées par les films », affirme **Radim Habartik**, gérant du cinéma **Kino Svetozor**. « Nous essayons toujours de projeter des copies sous-titrées en anglais car la ville compte de nombreux étrangers qui viennent assister à nos festivals ». **Bernard Noel**, co-organisateur du festival **Ecran Total**, nous dit : « Nous essayons d'aborder des thèmes aussi variés que possible au sein de notre programmation. Et cela fonctionne : nous recevons toujours plus de spectateurs pendant le festival que lors des projections régulières. »

La salle Elvire Popesco à Bucarest a un statut particulier : sa gestion et sa programmation sont assurés par l'Institut français de Bucarest. Avoir un festival du film français est donc un choix naturel pour la salle. Aucune organisation publique roumaine n'est impliquée dans le festival. « Cela fait maintenant un

Aside from the mainly public orientated festivals within the Europa Cinemas Network, there is also the **Sofia Meetings in Bulgaria**, which specifically targets the film industry and is flourishing, despite the incredible competition from other bigger industry festivals. It takes place in March and runs in the last three days of the **Sofia International Film Festival**. These meetings allow European film makers the chance to pitch their projects, often second films, at any stage of development or production, to sales agents, producers, distributors and financiers, including major banks from Germany. "The sales agents/financiers/buyers etc sit in the audience and listen to the pitches of the directors/producers, and then have organized meetings with the filmmakers afterwards to discuss the projects further," says **Mira Staleva**, head of the Meetings and deputy director of the Sofia festival. "The attendance levels have risen considerably since the Meetings began eight years ago. Attendees tell us it is great because, unlike other co-production forums, they get the chance to really focus on particular projects rather than being inundated as they are at Cannes or Berlin."

As **Yves Marmion**, chairman of the European Film Academy, points out: "You don't need to be in Cannes, or Venice, or Berlin in order to do business or meet people anymore. I think that the pitching sessions at the Sofia Meetings are also quite interesting and valuable for a lot of young talents and producers." The Meetings are also a natural organic fit with the Sofia festival, which is co-hosted by the Cinema House, and has also grown in stature over the years. It is now the biggest festival in Bulgaria and also attracts the interest of some industry figures, especially to its line-up of local titles. "The Bulgarian and Balkan titles are often world premieres and from promising directors, and so inevitably attract the attention of sales agents and buyers," says Staleva.

long moment, sans interruption, que nous organisons ce festival. Il attire beaucoup de jeunes mais aussi des professionnels. Cependant, parce que la Roumanie n'est pas un marché très attrayant, les stars françaises hésitent à venir », se désole **Laurentiu Bratan**, programmateur du cinéma. « Nous sommes sur le point de rénover la salle : ce sera pour nous l'occasion de réfléchir à de nouveaux choix de programmation, plus attractifs et interactifs.

### Aborder des thèmes aussi variés que possible

Outre ces festivals principalement orientés vers le public, on relève aussi, au sein du réseau Europa Cinemas, les **Sofia Meetings, en Bulgarie**. Ces Rencontres ciblent spécifiquement les professionnels

du cinéma. L'événement est en plein essor, et ce malgré la concurrence d'autres festivals à l'offre similaire. Elles ont lieu en mars pendant les trois derniers jours du **Festival international du film de Sofia**. Ces réunions sont l'occasion pour les cinéastes européens de présenter leurs projets – souvent des deuxièmes films – à tout stade de

développement ou de production, à des vendeurs, producteurs, distributeurs et financiers – notamment de grandes banques allemandes. « Les vendeurs, les financiers et les acheteurs, assis dans le public, écoutent les présentations des réalisateurs et des producteurs. Des réunions sont ensuite organisées pour discuter plus en profondeur de ces projets », explique **Mira Staleva**, directrice des Rencontres et directrice adjointe du festival de Sofia. « Le taux de fréquentation a augmenté considérablement depuis les premières Rencontres, il y a huit ans. Nous avons de très bons retours des participants qui, comme ils le disent eux-mêmes, à la différence d'autres forums de coproduction, apprécient d'aborder en profondeur et de façon particulière les projets présentés, sans se sentir submergés comme à Cannes ou à Berlin. »

**Yves Marmion**, président de l'Académie des films européens le confirme : « Il n'est plus nécessaire d'être à Cannes, Venise ou Berlin, pour conclure des accords ou faire de nouvelles rencontres. Je pense que les sessions de présentations de projets, telles qu'elles sont organisées aux Sofia Meetings, sont aussi très



Off Plus Camera, Krakow, 2011



Cornerhouse, Manchester





Transilvania International Film Festival (TIFF), Cluj-Napoca, Romania

This is also the case for the **Transilvania International Film Festival** in Romania thanks to the rise in popularity of the New Wave of local filmmakers, most notably **Cristian Mungiu**, whose Palme D'Or winner *4 Months, 3 Weeks, 2 Days*, proved to be a huge success all over the world. "When we started our Romanian Days strand at the festival we barely had one or two local films to screen. Now we have several, and we attract buyers and festival representatives so there is opportunity for industry networking," says **Tudor Giurgiu**, president of the festival.

### A strong competition

But where these festivals tend to face problems is with their main competition line-ups, because the majority of the films they show have already appeared at other bigger festivals beforehand, such as Cannes, Toronto etc, which decreases their appeal for the key buyers. The costs involved can be prohibitive. "It is hard to get the films you want because the sales agent fees are too high, they charge the same for us as they do for Cannes," admits **Staleva**. "It is also therefore hard to persuade the sales agents and distributors to attend. But we find ways, such as this year: we had 50 distributors thanks to the help of Europa Distribution who held their annual workshop at the Sofia meetings."

A lot of the festival organisers have to think up ever more innovative initiatives or activities to keep the money and attendees rolling in. Aside from the obvious Q&As, workshops, masterclasses and panel discussions, there are also educational incentives. One festival particularly big on this is the **Vienna International Children's film festival in Austria**, which takes place at the **Votiv Kino** cinema. "We organize a special festival preview for teachers, usually in October, a month before the festival," says **Michael Roth**, head of the festival. "At this special preview two members of the festival team present short extracts of the films and hand out our booklet with study guides

intéressantes et mêmes précieuses pour beaucoup de jeunes talents et producteurs. » Les Rencontres sont également conçues comme un accompagnement professionnel naturel du festival de Sofia. Ce dernier, organisé conjointement avec le **Cinema House**, s'est beaucoup développé au fil des ans. Il est aujourd'hui le plus grand festival de films en Bulgarie et attire, notamment par sa programmation de titres locaux, l'intérêt des professionnels. « Les films bulgares et des Balkans sont souvent des films de réalisateurs prometteurs, avec des plans de sortie internationaux, attirant forcément l'attention des vendeurs et des acheteurs », explique **Mira Staleva**.

### Une forte concurrence

Le **Festival international du film de Transylvanie** en Roumanie suscite le même engouement, grâce notamment à la nouvelle popularité de la Nouvelle Vague des cinéastes roumains, notamment **Cristian Mungiu**. Son film, *4 mois, 3 semaines, 2 jours* couronné de la Palme d'Or, a été un succès dans le monde entier. « Quand nous avons débuté Les Journées Roumaines, un des programmes du festival, nous avions à peine un ou deux films locaux à l'écran. Aujourd'hui, nous attirons les acheteurs et les délégations d'autres festivals. Cet événement est pour nous une véritable opportunité d'enrichir notre réseau de professionnels », explique **Tudor Giurgiu**, président du festival.

Malgré leur dynamisme, ces festivals font face à une forte concurrence au niveau de la programmation : beaucoup de leurs films ont souvent déjà été projetés dans d'autres festivals, à Cannes ou Toronto par exemple. Deux conséquences à cela : les festivals ont plus de difficulté à attirer les acheteurs clés tandis que les coûts de location des films peuvent être exorbitants. « Il est difficile d'obtenir les films souhaités parce que les prix des vendeurs internationaux sont trop élevées, ils nous facturent le film au même prix que pour Cannes », admet **Mira Staleva**. « Dans ces

conditions, il est difficile de convaincre les vendeurs comme les distributeurs d'assister à nos événements. Mais nous trouvons des solutions. Cette année nous avons accueilli 50 distributeurs grâce à l'aide d'Europa Distribution, qui a organisé son atelier annuel au cours des Rencontres de Sofia. »

Similar educational initiatives are run at several other festivals on the circuit, such as the **Spanish Film Festival in Nantes**, France, which takes place at the **Cinema Katorza**; the **Era New Horizons** festival for challenging films in Poland; and the **Viva Spanish & Latin American festival** at the **Cornerhouse** Cinema in Manchester, England. "We do study sessions for schools and colleges, working with the curriculum, offering the opportunity for students to see the films at the Viva festival, work through a specially designed booklet and then have the opportunity to discuss the films in Spanish with their peers and lecturers, and sometimes with the film makers themselves afterwards," says **Rachel Hayward**, programme manager at the Cornerhouse.

### Educational incentives

Study guides are also handed out at the **Spanish Film Festival in Nantes**, which has proved to be a hugely popular event on the Cinema Katorza's calendar since it was started back in 1991 by Pilar Martinez-Vasseur, a Spanish teacher of history at Nantes University and Jean-Serge Pineau, ex-director of the cinema. "It was originally meant mostly for students and teachers, who do still attend, but we have since expanded the festival to make it more professional, including competition sections, and are now gaining recognition from the public and industry here in France and in Spain and elsewhere, which was reflected by the Gonzales Sinde Prize we were awarded by the Spanish cinema academy in 2007 for our work", says **Cécile Menanteau**, director of the Cinema Katorza.

### Des activités éducatives

Les équipes de ces festivals doivent alors mettre en place des initiatives toujours plus innovantes et des activités attractives pour conserver les fonds de soutien et assurer la venue des participants. Au-delà des tables rondes, ateliers, débats et master classes, les festivals mettent en place des activités éducatives. Le **Festival International du film pour enfants de Vienne** (Autriche), qui a lieu au cinéma **Votiv Kino**, est, à cet égard, particulièrement dynamique. « Nous organisons une avant-première du festival, pour les enseignants, généralement en octobre, un mois avant le festival », explique **Michael Roth**, directeur du festival. « A cette occasion, deux membres de l'équipe du festival présentent de courts extraits des films sélectionnés et distribuent notre livret, qui contient entre autres de nombreuses ressources pédagogiques pour les enseignants. En outre, pendant le festival, nous avons instauré un jury d'enfants qui attribue des prix. Même si l'Autriche n'est qu'une partie du marché du film allemand, notre festival est bien connu de l'industrie cinématographique locale, notamment parce que les médias autrichiens couvrent l'évènement avec enthousiasme. »

## An ongoing battle to find public and private funding

However, for the majority of the cinemas that host these festivals it remains an ongoing battle to find public and private funding to support their events and the activities within them. Governments across Europe are tightening their belts, and in a lot of cases cultural support is considered well down on their list of priorities. Furthermore, private sponsors are also reigning in their funds and in some cases pulling out of supporting festivals all together. Cinema heads and festival organizers have to work harder than ever to get the money they need to keep the festivals going.

“Securing funding from state bodies is always uncertain, but is particularly difficult for everyone at the moment,” says **Roman Gutek**, head of distributor **Gutek Films** in Poland and director of the **Era New Horizons festival**, which specializes in films that take on challenging subjects. “It is about finding a balance between the artistic needs of the festival and the commercial needs of the sponsors, which is difficult. Getting foreign guests over to Wroclaw can be expensive.”



Spanish Film Week, 2011, Poland

Des initiatives similaires, à but éducatif, sont proposées dans plusieurs autres festivals du réseau : c'est le cas pendant le **Festival de cinéma espagnol de Nantes**, en France, qui a lieu au cinéma **Katorza** ; lors du festival polonais **Era New Horizons** ; ou encore lors du festival **Viva Spanish & Latin American** au cinéma **Cornerhouse**, à Manchester, en Angleterre. « Nous organisons des sessions d'étude, pour les écoles et les collèges, dans le cadre des programmes scolaires. Nous offrons ainsi aux élèves la possibilité de voir les films du festival Viva et de les étudier ensuite via des brochures spécialement conçues. C'est aussi l'occasion de discuter des films entre eux et avec leurs enseignants, en espagnol, et parfois même de rencontrer les réalisateurs », explique **Rachel Hayward**, directrice de la programmation du **Cornerhouse**.

## Un combat permanent pour trouver des financements publics et privés

Le **festival de cinéma espagnol de Nantes** édite également des brochures pédagogiques. Ce festival a été lancé en 1991 par **Pilar Martinez-Vasseur**, d'origine espagnole, professeur d'histoire à l'Université de Nantes, et **Jean-Serge Pineau**, ex-directeur du cinéma **Katorza**. Aujourd'hui, c'est un événement très populaire et particulièrement important pour la salle. « Destiné à l'origine aux étudiants et aux enseignants, le festival conserve toujours ce public initial mais a su élargir sa cible et s'orienter davantage vers les professionnels, notamment via la mise en place de différentes sections de compétitions. Ces dernières sont en train de gagner la reconnaissance du public et des professionnels du secteur, en France, en Espagne et partout dans le monde. Nos efforts ont été officiellement reconnus puisqu'en 2007, nous avons obtenu le **Prix Gonzales Sinde**, attribué par l'Académie du cinéma espagnol pour notre travail », se félicite **Cécile Menanteau**, directrice du **Katorza**.

Toutefois, pour la majorité des salles de cinéma qui accueillent ces festivals, le combat est permanent : pour trouver les financements publics et privés permettant de produire ces événements et leurs activités. Or, les gouvernements européens font face à des restrictions budgétaires importantes. Dans ce contexte, les soutiens aux événements culturels sont situés bien bas dans la liste des priorités. Quant aux financements privés, ils décident de manière unilatérale d'accorder ou non des aides et dans certains cas retirent leur soutien aux festivals dans leur ensemble. Les directeurs et les équipes organisatrices de ces événements sont alors obligés de travailler plus dur que jamais pour obtenir l'argent dont ils ont besoin pour maintenir en place leurs festivals.



Cinespagnol, Nantes, 2011 © Carlos Saura by Jorge Fuembuen

**Era New Horizons** has so far done a good job of balancing the two sides, as **Jakub Duszynski** at **Gutek Films** notes: “We pick up titles from **Era New Horizons**. It is a great festival because the programming is good, and the guests and general atmosphere is great. It is a place where serious cinema goers go to see films they wouldn't otherwise be able to watch and discover new names. There are also a bunch of key buyers that attend.”

But others are really struggling with the lack of financial support. “We get funding partly from the local municipalities to cover functional expenses and some festivals costs, but it is not very much,” says **Eva Demeter at the Scientific festival in Hungary**. “We are also supported by the National Cultural Fund, but we no longer get money from the Hungarian Motion Picture Foundation because it went bankrupt. Each year we find some sponsors, but we need to receive more funds to be able to organize the event according to how we planned it.”

This is a sentiment supported by **Pieter van Haeften** who helps organize the **Festiberico at the Filmhuis Lumen** in Delft, in Holland, which shows Spanish and Portuguese films. “We have received for some editions a little support from the local government, but we do not feel the local government really appreciates the festival. The support for the festival mainly comes from an enthusiastic group of volunteers (Spanish and Portuguese people living in Delft and the surroundings) who together with us at the **Filmhuis Lumen** organize the festival.” This lack of funding has caused great frustration among some festival organizers. “It seems that we have to explain our goals each and every year over and over again,” says **Roth** at the children's festival in Austria. “The local government of Vienna is our main sponsor, but most of the money goes to the Viennale, Vienna's International Film Festival, held in October.”

« Obtenir un engagement financier de la part des institutions publiques a toujours été délicat, mais c'est particulièrement difficile aujourd'hui pour tout le monde », affirme **Roman Gutek**, à la tête de la société de distribution polonaise **Gutek Films** et directeur du festival **Era New Horizons**, spécialisé dans les films qui abordent des sujets complexes. « Il s'agit de trouver un équilibre, souvent difficile, entre les besoins artistiques du festival et les attentes commerciales de ses sponsors. Faire venir des participants étrangers à Wroclaw peut nous revenir cher. »

**Era New Horizons** a jusqu'à présent réussi à préserver cet équilibre, comme le remarque **Jakub Duszynski**, de **Gutek Films** : « Nous prenons certains des films projetés à **Era New Horizons**. Il s'agit vraiment d'un festival de qualité : la programmation est bonne, les invités semblent satisfaits et l'ambiance générale est très agréable. C'est un événement pour les amoureux de cinéma qui peuvent découvrir des films qu'ils n'auraient pas pu voir autrement, de nouveaux noms. De nombreux acheteurs sont également présents. »

Mais d'autres festivals se débattent vraiment avec leurs difficultés financières. Pour **Eva Demeter**, du **Festival scientifique de Hongrie**, « une partie de nos frais de fonctionnement et certains coûts du festival sont financés par les municipalités locales, mais cela n'est pas assez. » Elle précise ensuite : « nous sommes également soutenus par le Fonds culturel national, mais nous ne recevons plus du tout de financement de la Fondation hongroise Motion Picture, qui a fait faillite. Chaque année, des sponsors nous financent, mais nous avons besoin de recevoir davantage de fonds pour être en mesure d'organiser l'événement tel que nous l'envisageons. »

## Digital projection: a necessary move

Some are seriously concerned by the lack of both public and private funds available. “We rely on government funds here in France, but they have been reduced recently due to new regional reforms, and it is very difficult to access private money, especially if you are a small festival. Only ones like Cannes can benefit from it,” says **Dominique Bax**, who organizes the interesting **Theatres Au Cinema** festival, which takes place mostly at the **Magic Cinema** in Bobigny and offers film adaptations from theatre or literature.

Another chief bugbear for the art house cinemas is converting their screening rooms to digital, which is a costly, but clearly necessary move to run the festivals properly.

“We are trying to get digital projectors for our cinema **Kino Pod Baranami**, because for the various festivals we help run, the problem is we ask about the availability of films, and sometimes they are only available in digital,” says **Maria Magdalena Gierat**, manager of this cinema in Krakow.

That said, art house cinemas in Poland and the Czech Republic are in the fortunate position of having government backed schemes offering up to 50% of the costs towards digital projectors. Art house cinemas in other European countries are not so lucky.

However, even for those cinemas fortunate to have a combination of both 35mm and digital projectors available there are still headaches that arise organizing the festivals. “We have to be careful in which cinemas we

Ce sentiment est partagé par **Pieter van Haeften**, qui aide à l’organisation du **Festiberico**, festival de films espagnols et portugais au **Filmhuis Lumen de Delft** en Hollande. « Certaines années, il nous est arrivé de recevoir des financements du gouvernement local mais ce dernier ne semble pas véritablement souhaiter soutenir le festival. Ce sont essentiellement des bénévoles enthousiastes, espagnols et portugais vivant à Delft et ses environs, qui le soutiennent et participent avec nous à son organisation. » Ces difficultés à trouver des financements ont pu provoquer de grandes frustrations chez certains organisateurs de festivals. « Nous avons la sensation qu’il nous faut chaque année expliquer et justifier nos objectifs, encore et encore », dit Michael Roth, du festival de films pour enfants, en Autriche. « Le gouvernement de Vienne est notre partenaire principal, mais la majeure partie de son financement est destinée à la Vienne – festival international du film de Vienne – qui se tient en octobre.

## Le numérique, une étape nécessaire

Certains organisateurs sont sérieusement inquiets du peu de fonds publics et privés disponibles. « En France, nous comptons sur les aides du gouvernement mais elles ont été récemment réduites, en raison notamment des réformes de décentralisation. Par ailleurs, il est très difficile d’avoir accès à des fonds privés, surtout en tant que petit festival. Seuls des événements comme Cannes peuvent en bénéficier », explique **Dominique Bax**, qui organise **Théâtres au Cinéma**, un festival particulièrement intéressant proposant des adaptations cinématographiques de pièces de théâtre ou d’œuvres littéraires, dont les projections ont lieu principalement au **Magic Cinéma de Bobigny**.



Magic Cinema, Bobigny

Écran Total, Arenberg, 2011



programme the films for the Ghent festival,” explains **De Witte**. “For example, last year we had a film that was announced weeks before the festival as a 35mm, but when it arrived it was an HD Cam tape. It was scheduled in a cinema that only had 35mm, so we had to bring in a video projector at the last minute, which is costly and complicated because the projector booths are often quite small.”

## Challenging themes

Further complications can sometimes arise with the types of films that are chosen for the festival line-ups, as was clearly illustrated recently at the Sitges genre festival in Spain where festival director Angel Sala was issued with a lawsuit by the Barcelona Public Prosecutors accusing him of screening child pornography in the form of Srdjan Spasojevic’s controversial movie **A Serbian Film**. The news was certainly an eye opener for the Sofia festival where the film was also screened, but no official complaints were made at that festival. Horror films, and in turn the festivals that show them, inevitably are the ones which can spark the greatest controversy due to their violent content. But also festivals with challenging themes have created a stir, such as those that tackle gay and lesbian films or hard hitting documentaries.

Les salles art et essai ont bien d’autres difficultés. Afin de pouvoir donner leur pleine ampleur aux festivals qu’elles accueillent, les salles doivent s’équiper de projecteurs numériques, ce qui, bien qu’essentiel, représente un investissement important.

« Nous essayons d’obtenir des projecteurs numériques pour notre cinéma **Kino Pod Baranami**. C’est nécessaire pour le bon fonctionnement des différents festivals auxquels nous participons. Parfois, lorsque nous nous renseignons sur la disponibilité des films, nous réalisons qu’ils ne sont distribués qu’en copie numérique », explique **Maria Magdalena Gierat**, gérante de cette salle polonaise, à Cracovie.

Cela dit, les cinémas art et essai en Pologne et en République tchèque bénéficient d’aides gouvernementales, soutenant jusqu’à 50% des coûts de l’équipement numérique. Les salles art et essai de bien d’autres pays européens n’ont pas cette chance.

## Des thèmes audacieux

Cependant, bien des casses têtes subsistent pour les organisateurs de festivals, même lorsqu’ils sont accueillis dans des salles équipées pour le 35mm et pour le numérique. « Nous devons faire bien attention à la salle choisie pour la projection d’un film pour le festival de Gand », explique **Wim De Witte**. « Par exemple, l’an dernier, des semaines avant le festival, un film était annoncé en 35 mm. Or, lorsque la copie est arrivée, il s’agissait d’une copie numérique HD. Il était programmé dans un cinéma qui n’avait qu’un projecteur 35 mm, nous avons donc dû louer un projecteur vidéo à la dernière minute, ce qui est coûteux et compliqué parce que les cabines de projection sont souvent de petite taille. »

D’autres complications peuvent parfois survenir, à la suite des choix de programmation du festival. Ce problème a été récemment illustré au festival de genre de Sitges en Espagne. Le directeur du festival Angel Sala a été poursuivi par le parquet de Barcelone, l’accusant de pornographie, avec la projection de **A Serbian film**, de Srdjan Spasojevic. Cette décision a sûrement été éclairante pour les organisateurs du festival de Sofia, où ce film a également été projeté, même si aucune plainte officielle n’a été déposée. Les films d’horreur, et les festivals qui les présentent, peuvent ainsi déclencher de fortes controverses en raison de leur contenu violent. C’est aussi le cas des festivals aux thèmes parfois difficiles, comme les festivals de films gays et lesbiens et ceux qui programment des documentaires chocs.

Last year the **Indonesian gay film festival** called **Q!** in Jakarta was marred by protests from a hardline Islamic group called Islamic Defenders Front, some of whom threatened violence and demanded that screenings be stopped. “[Fortunately] We’ve not had any backlash to our gay and lesbian festival, **About Love Among Others**. In fact it is well attended by a wide variety of people, although not funded that great,” says Gierat at the Kino Pod Baranami cinema, organizers of the festival.

## Festivals on the road

As for promoting the festivals in their home country and abroad, cinema heads and filmmakers are coming up with ever more imaginative ways of getting people to see their films. “We have **Sofia Festival On The Road** where we travel all year round to small cities, even without cinemas, to screen the festival films,” says Staleva. “We are in a dramatic time in Bulgaria where we don’t have many cinema theatres, and so we have this alternative form of distribution where we travel to meet the audiences. In some cases there are people who have never been to film screenings and they are 26 years old. There used to be good infrastructure in the 1980s (3,600 screens) and so there are cinema halls still kept in some form. If they don’t have the screens, then we bring the screens and projectors with us.”

A similar scheme takes place in Romania after the **Transylvania festival** where filmmakers “take their titles in a caravan and tour up and down the country showing them along the way. It was the filmmakers of **4 Months, 3 Weeks and 2 Days**, who started this off,” says Giurgiu. A more formal approach is taken by the organizers of the **Era New Horizons** festival. “We have the New Horizons Association which also acts as a distributor. The association buys 7 films from the festival, including the four key award winners, and then travels to 20 cities across the country to show them. The numbers of viewers is generally pretty limited, with the occasional exceptions, such as Steve McQueen’s **Hunger** which had more than 20,000 admissions, but it is a good way of promoting the festival and then we sell the titles on DVD on our site,” says Roman Gutek.

L’année dernière, le **festival du film gay et lesbien indonésien, Q!**, à Jakarta, a été marqué par des protestations d’un groupe islamique radical – Islamic Defenders Front – dont certains membres ont violemment menacé la direction et revendiqué la suppression des projections. « [Heureusement], nous n’avons pas eu de réactions négatives sur notre festival gay et lesbien, **About Love Among Others**. Même s’il n’est pas très bien financé, un très large éventail de spectateur assistent à cet événement », affirme **Maria** du Kino Pod Baranami, organisateur du festival.

En ce qui concerne la promotion des festivals dans leur pays d’origine et à l’étranger, les directeurs de cinéma et cinéastes s’allient pour trouver des stratégies toujours plus innovantes afin d’amener les films à trouver leur public. « Nous avons mis en place le programme **Sofia Festival On The Road**. Nous voyageons toute l’année pour projeter les films du festival dans les petites villes, même là où il n’y a pas de salles de cinéma », se félicite Mira Staleva. « Nous sommes dans une phase dramatique pour le cinéma en Bulgarie : comme nous n’avons pas assez de salles, nous avons développé cette forme alternative de distribution où nous voyageons pour aller à la rencontre du public. Dans certaines villes, certains n’ont jamais pu assister à des projections de films alors qu’ils ont déjà 26 ans. Nous bénéficions d’une bonne infrastructure dans les années 1980 – 3 600 écrans – quelques salles de l’époque sont donc en partie conservées. Néanmoins, certains équipements de salles étant devenu obsolète, nous apportons parfois écrans et projecteurs. »

## Des festivals itinérants

Une initiative similaire a été mise en place en Roumanie. A la fin du **Festival de Transylvanie**, les cinéastes « prennent leurs films dans une caravane et parcourent le pays de long en large pour les projeter ». Ce sont les réalisateurs de **4 mois, 3 semaines et 2 jours** qui ont initié ce mouvement », explique Giurgiu. Une approche plus formelle a été adoptée par les organisateurs du festival **Era New Horizons**. « L’association **Era New Horizons** a développé un rôle de distributeur. Elle achète sept films du festival, y compris les quatre lauréats principaux, puis organise leurs projections dans 20 villes du pays. Le nombre de spectateurs est en général assez limité. Il faut cependant noter une exception pour le film **Hunger** de Steve McQueen, qui a réuni plus de 20 000 personnes. Ces projections sont un excellent moyen de promouvoir le festival, mais aussi de vendre nos titres en DVD sur notre site », explique Roman Gutek.



Era New Horizons 2009 © Klearchos Kapoutsis

Other festivals are also taking full advantage of the Internet to reach their audiences, aside from providing their own striking webpages. A lot of them have their own facebook or twitter pages. They also send out emails to regular customers, and in the case of the Kino Svetozor offer interviews with filmmakers through skype. Demeter in Hungary would even like to “establish an online TV platform offering the festival films, which would be run from the database of the festival.”

Going forward, the biggest challenge for all these festival and events organisers is persuading financiers to back them and the public of the worth of going to the cinemas to see art house and small independent films at a time when illegal downloading is rampant across Europe and Multiplexes are springing up everywhere offering bigger commercial titles. Time will tell which can survive.

Chris Evans

## Facebook, Twitter & Skype

De nombreux festivals savent également profiter pleinement des possibilités liées à Internet pour atteindre leur public. Au-delà de la création d’un site Internet dédié à leurs activités, beaucoup ont leur propre compte Facebook ou Twitter et n’hésitent pas à envoyer des courriels aux spectateurs réguliers. Le cinéma Kino Svetozor offre même la possibilité, dans certains cas, d’avoir un entretien, à travers Skype, avec des cinéastes du festival. Eva Demeter en Hongrie souhaiterait même « établir une plate-forme de visionnage en ligne, gérée à partir de la base de données du festival, offrant la possibilité de regarder les films du festival ».

A l’avenir, un double défi se présente pour les organisateurs de festivals et d’évènements : d’une part, il s’agit de persuader les partenaires, publics comme privés, de les soutenir ; d’autre part, il leur revient de convaincre le public de l’importance d’aller au cinéma pour y voir des films d’auteur. Ce dernier défi est d’autant plus important que se développent dans toute l’Europe les offres de téléchargement illégal et alors que les multiplexes fleurissent, offrant davantage de films commerciaux. Le temps nous dira ceux qui survivront.

# Festival Scope: Online film festivals for professionals

“The main objective of Festival Scope is to support independent cinema and filmmakers by increasing access and reducing costs for all parties through an innovative service,” says former Celluloid Dreams executive Alessandro Raja about the internet platform he set up last year with Mathilde Henrot (ex-MK2) and in collaboration with Lucie Kalmar (ex-Wild Bunch).

Raja explains that Festival Scope is the first service to introduce the concept of “festivals on demand” for film professionals and points out that they differ from online databases “as we do not have any ambition to build a video archive but only wish to present new titles (even though we regularly present focuses on filmmakers with several of their films). Like a festival is different than a market, we don’t accept all the films.” Moreover, Festival Scope cannot be equated with an online virtual market since there are no transactions taking place on the platform. “We are different from traditional online screening rooms, as

« Festival Scope a pour objectif de soutenir le cinéma et les réalisateurs indépendants grâce à un service innovant qui assure un meilleur accès aux films à un coût réduit ». C’est ce qu’affirme Alessandro Raja, ancien cadre chez Celluloid Dreams, à propos de la plateforme Internet qu’il a créée l’année dernière avec Mathilde Henrot (ex-MK2) et Lucie Kalmar (ex-Wild Bunch).

COMME l’explique Alessandro, Festival Scope est le premier service à mettre en œuvre l’idée de « festivals à la demande » pour les professionnels. Il ne s’agit pas de mettre en ligne une base de données « car nous ne voulons pas constituer une base d’archives, mais seulement présenter de nouveaux films (même si nous mettons régulièrement en avant plusieurs films d’un même cinéaste). De la même manière qu’un festival n’est pas un marché, nous n’acceptons pas tous les films. » Et Festival Scope n’est pas non plus un marché virtuel : aucune transaction n’est effectuée sur la plateforme. « Nous

we also curate and promote the films: linking to the festivals creates visibility for the films and guarantees a high quality programming,” Raja continues. “We promote the films, not only via our weekly newsletter *Festival Scope Selects*, but also using viral marketing and direct contact with professional.”

Since being launched in September 2010 during the Venice Film Festival, Festival Scope has developed partnerships with several film festivals around the world, and the network now includes more than 40 festivals: the Berlinale, Rotterdam, Locarno, Melbourne, Guadalajara, San Francisco, Montreal Nouveau Cinéma, Sarajevo, Valdivia... Festival Scope also works with co-production markets like CineMart presenting the previous films of the filmmakers who have a project there, “thus allowing professionals to prepare and follow up the co-production meetings for industry professionals who have confirmed their attendance and to attract the ones who still haven’t.”

sommes différents des salles virtuelles traditionnelles car nous jouons le rôle de sélectionneur et faisons la promotion des films : en nous associant aux festivals, nous augmentons leur visibilité tout en garantissant une programmation de qualité », poursuit-il. « Nous communiquons sur les films avec notre newsletter hebdomadaire *Festival Scope Selects*, mais aussi par du marketing viral et des contacts directs avec les professionnels. »

Depuis son lancement en Septembre 2010 lors de la Mostra, Festival Scope a développé des partenariats avec plus de 40 festivals du monde entier, dont la Berlinale, Rotterdam, Locarno, Melbourne, Guadalajara, San Francisco, Le nouveau Cinéma de Montréal, Sarajevo, Valdivia. Festival Scope travaille également avec des marchés de coproductions comme CineMart en proposant les précédents films des cinéastes qui y présentent un nouveau projet. « Ainsi les professionnels sont mieux préparés aux rencontres avec les participants qui ont confirmé leur présence et peuvent attirer les indécis. »

« Nous ne souhaitons travailler qu’avec les festivals les plus intéressants pour les professionnels, notamment en raison de leur programmation », explique Alessandro, ajoutant que la plateforme vient de démarrer « un nouveau partenariat prometteur » avec la Quinzaine des Réalistes et la Semaine de la Critique. « L’idée est de ne pas nous contenter de projeter les films de leur compétition une fois le festival terminé, mais de mettre à disposition les précédents films des réalisateurs sélectionnés. »

A ce jour, près de 2 500 professionnels se sont inscrits pour utiliser ce service, rendu possible grâce au financement de MEDIA Mundus, des projets pilotes de MEDIA ainsi que du CNC

“We tend to work only with festivals that are relevant to film professionals, especially because of their programming,” Raja explains, adding that the platform has now entered into “a new exciting partnership” with Cannes Directors’ Fortnight and Critics’ Week. “The idea is not only to present on Festival Scope a selection of their films right at the end of the Festival, but we also want to present a selection of their previous films before the Festival starts.”

So far, almost 2,500 professionals have registered to use the service which was made possible thanks to financing from the MEDIA Pilot Projects and MEDIA Mundus as well as the CNC and Oséo. Festival Scope is currently in the Beta stage and completely free, but the platform’s business model is “based on an annual subscription that professionals would need to pay to access all functionalities and watching films, a sort of festival pass.” Raja notes that most of the professionals who have signed up to screen the 500-odd features, shorts and documentaries are festival programmers, buyers, producers looking for new talent, with a few carefully selected film critics. “A few exhibitors also use our service, especially those who do not have easy access to festivals because of distance. In this sense, we help not only sales agents but also distributors and exhibitors lowering their risks. Still, we would love to welcome more exhibitors to attend Festival Scope!”, he says.

**Pour accéder au service, les professionnels peuvent adresser leur demande en indiquant leur nom, entreprise, activité professionnelle et pays à : [join@festivalscope.com](mailto:join@festivalscope.com)**



Alessandro Raja

et d’Oséo. Le site est actuellement en phase Beta, entièrement gratuit, mais le modèle économique de la plateforme est « basé sur un abonnement annuel pour accéder à toutes les fonctionnalités et pour voir les films, un peu comme une accréditation à un festival. » Alessandro note que la plupart des professionnels qui ont souscrit pour regarder les 500 longs métrages, courts métrages et documentaires disponibles sont des programmeurs de festivals, des acheteurs ou des producteurs à la recherche de nouveaux talents, ainsi que quelques critiques de films, soigneusement sélectionnés. « Quelques exploitants de salles se servent également de notre plateforme, en particulier ceux qui n’ont pas un accès facile aux festivals en raison de la distance. Nous aidons non seulement les vendeurs, mais aussi les distributeurs et les exploitants à réduire leur prise de risques. Nous aimerions cependant que davantage d’exploitants participent ! », dit-il.

Martin Blaney

**To access the service, professionals can send a request with their name, company, professional activity and country to [join@festivalscope.com](mailto:join@festivalscope.com)**



Radim Špaček

The next Prague Indian Film Festival will take place from 6th - 9th October 2011 in three cinemas in the center of Prague. It will be preceded by a "Bollywood Summer", with Indian films being screened at open-air festivals all over the country. We interviewed the festival director, Radim Špaček. He is also a film director whose feature film *Walking too fast* won 5 Czech Lions and 3 Czech Critics' awards in 2011.

#### Could you explain the festival's origins?

In 2003, three friends and Czech Bollywood aficionados with a desire to watch some new Hindi movies met in Prague. We had the idea of screening some Indian films at the FAMU (Film Academy) and inviting some other friends and fans of India. We were astonished by its success and decided to repeat it the following year in a regular cinema (Aero and later Světozor). Cinema Aero had been, since the late nineties, the only genuine arthouse cinema in Prague with real artistic vision. As an independent filmmaker, I used to go there very often to screen my films. One year later the same company reopened another venue, Cinema Světozor, in the city centre, and it became our festival's home. The atmosphere in the cinema is always very welcoming, and during the festival we want the audience to feel free to eat, drink or shout and sing as well as if they were in a real Indian cinema. The feedback was very encouraging, and the second year saw a vertiginous rise in audience numbers, which has kept growing ever since.

#### Could you give us a quick introduction to the festival?

In the first few years we tended to show famous films which never made it to Czech screens – like the legendary film, *Mughal-e-Azam* (1960), or the biggest box office hit of all time in India: *DDLJ (Dilwale Dulhaniya Le Jayenge)*, 1995). We were almost working through a back-log of 'must-sees'.

Le prochain Prague Indian Film Festival aura lieu du 6 au 9 octobre 2011 dans trois cinémas du centre de Prague. Il sera précédé par un festival d'été dans des festivals en plein air du pays. Radim Špaček, son directeur, est aussi réalisateur. Son film *Walking too fast* a remporté 5 Lions tchèques et 3 prix de la critique tchèque en 2011.

#### Quelle est l'origine du festival ?

En 2003, trois amis tchèques, fans des films de Bollywood, se sont réunis avec l'envie de regarder de nouveaux films Hindis. Nous avons eu l'idée de projeter les films à la FAMU (Académie du cinéma) et d'inviter des amis et fans de l'Inde. Nous avons été étonnés par le succès et avons continué l'année suivante dans une salle de cinéma régulière (l'Aero puis le Světozor). Depuis la fin des années 90, l'Aero était la seule salle art et essai avec une véritable vision artistique. En tant que cinéaste indépendant, j'y ai souvent montré mes films. Un an plus tard, la société a repris une autre salle, le Světozor, dans le centre de la ville. C'est devenu le nouveau lieu d'accueil du festival. L'atmosphère y est toujours chaleureuse. Nous voulons que le public s'y sente libre de manger, boire, crier ou chanter, comme dans un vrai cinéma indien. Les réactions sont très sympathiques. Dès la deuxième année le nombre de spectateurs a fortement augmenté et le festival n'a pas cessé de se développer.

#### Pouvez-vous le présenter ?

Durant les premières années, nous projections des films célèbres qui n'avaient pas atteint les écrans tchèques – comme le légendaire *Mughal-e-Azam*, sorti en 1960, ou le plus gros succès du box-office indien, *DDLJ (Dilwale Dulhaniya Le Jayenge)*, 1995). Nous ressentions une sorte de devoir de montrer les incontournables. Mais ces dernières années, nous nous sommes concentrés sur les tendances contemporaines du cinéma indien, montrant des thrillers, documentaires,

But in the last few years we have focused on contemporary trends in Indian cinema, offering thrillers, documentaries, children movies or real-life stories, instead of "masala" movies. The programme has also expanded, with two new sections dedicated to independent and regional films, and documentary films. The audience is quite diverse. Members of the small Indian and South-East Asian community in Prague are regular festival-goers, as well as students, foreigners, travellers of all ages, and professionals from the film and entertainment industries. It is very well received by the 'normal audience', but there is a lack of what we would call a 'cinophile audience'. I would say they are still prejudiced and think that Indian films are too easy and odd.

#### How do you select the films? How does the festival work?

There is someone in the team who is in charge of scouting out new films. Then other members also watch them and we decide which films we like the most. We have contributors in India, such as Karan Bali, curator of our documentary section. The price can also be a factor. Our small budget is a limit, of course, so we probably won't ever invite any real

films pour enfants et films proches de la vie réelle, soit autre chose que les films « masala ». Le programme s'est étoffé avec deux nouvelles sections consacrées aux films indépendants et régionaux et aux documentaires. Le public est aujourd'hui assez diversifié. Les membres de la petite communauté indienne et de l'Asie du sud-est de Prague viennent régulièrement, ainsi que les étudiants, les étrangers, les voyageurs de tous âges, ainsi que des professionnels de l'industrie du film et du divertissement. Nous avons de très bons retours du public « normal », mais nous manquons de ce que nous pourrions appeler un « public expert ». Je dirais que le public a encore des a priori et pense que les films indiens sont trop simples et bizarres.

#### Comment sélectionnez-vous les films ? Comment le festival fonctionne-t-il ?

Un membre de l'équipe choisit les nouveaux films, d'autres membres les regardent et nous débattons ensemble. Nous avons des collaborateurs en Inde, comme Karan Bali, qui sélectionne les documentaires. Le prix que nous coûte le film est aussi à prendre en compte. Notre petit budget nous



Poster, 2009



Om Shanti Om (Farrah Khan, IN)

big Bollywood star, although there was an exception two years ago: Kabir Bedi visited our festival and enjoyed it very much (he is enormously popular in Czech Republic because of the *Sandokan* TV series). I think that the majority of his fans don't even know he's Indian!

#### What are your plans for the future of the festival?

We want to make Indian cinema in general, and Bollywood films in particular, popular in our country, so that a visit to our festival isn't the only opportunity for the Czech audience to see an Indian film on the silver screen. We would like to keep our festival as an annual showcase of the best and most interesting in Indian cinema, including regional movies (such as Tamil, Bengali, Marathi) or some really "new wave" debuts, which have nothing to do with Bollywood. The festival's success grows year on year, and it is partly responsible for the growing popularity of Bollywood and Indian cinematography across Central and Eastern Europe. We have been contacted by teams in Serbia, for example, who wish to promote Indian cinema with our help.

limite, bien sûr, et nous n'inviterons probablement jamais une vraie star de Bollywood. Kabir Bedi, venu il y a deux ans, est une exception. Il était très content. Mais il est très populaire en République tchèque en raison de la série télé *Sandokan*. Je pense que la majorité de ses fans ne savent même pas qu'il est Indien !

#### Comment voyez-vous l'avenir du festival ?

Nous voulons que les films indiens, en général, et les films de Bollywood en particulier, deviennent populaires ici, de sorte que le festival ne soit plus la seule occasion pour le public de voir ces films en salle. Nous tenons à ce que le festival demeure une vitrine annuelle des meilleurs films récents, y compris des films régionaux (parlés en tamoul, bengali, marathi) et présente des films de la "nouvelle vague" qui n'ont rien à voir avec Bollywood. Chaque année, la popularité du festival grandit. En partie grâce à lui, le cinéma indien est de mieux en mieux connu en Europe centrale et orientale. Nous avons ainsi été contactés par des Serbes, qui souhaitent faire la promotion du cinéma indien avec notre aide.

Markéta Colin-Hodouskova

# Magyar Filmunió:

## Working closely with festivals around the globe

The situation confronting the Hungarian cinema world is highly unstable as a result of the political changes that have occurred in the country. Production, exhibition, institutions... subsidies and budgets are frozen and although the film industry has mobilised to respond to this, the immediate future of the profession looks highly uncertain. Yet for the last dozen or so years, a new generation of Hungarian filmmakers has broken into the international arena. Films by directors such as Kornél Mundruczó, György Pálfi, Benedek Fliegauf, Ágnes Kocsis or Szabolcs Hajdu, characterised by original and innovative cinematography, have shaped the face of Hungarian cinema, and are frequently screened in the Network's film theatres. This recognition would not have been possible without the professionalism of the Magyar Filmunió (organisation for the international promotion of Hungarian cinema). Éva Vezér, on the Europa Cinemas Board of Experts, is its Director General. Marta Bényei, part of the team, works in close collaboration with festivals and shares her views with us on new developments in the festival world.

### How do you work with festivals?

Personal contacts are very important. Every year we have a stand at Berlin and at Cannes, giving us an opportunity to establish new contacts and meet the festival representatives and our other partners. The Hungarian Film Week, which

Le milieu du cinéma hongrois est dans une situation très instable en raison des changements politiques intervenus dans le pays. Production, exploitation, institutions... les subventions et budgets sont gelés et, malgré la mobilisation, l'avenir proche de la profession est très incertain. Or depuis une dizaine d'années, une nouvelle génération de cinéastes hongrois a éclos au niveau international. Les films de Kornél Mundruczó, György Pálfi, Benedek Fliegauf, Ágnes Kocsis ou encore Szabolcs Hajdu, ont donné le visage d'une cinématographie originale, novatrice, le plus souvent diffusée dans les salles du réseau. Cette reconnaissance n'aurait pu se faire sans le professionnalisme du Magyar Filmunió, l'organisme de promotion du cinéma hongrois à l'étranger. Éva Vezér, experte auprès d'Europa Cinemas, en est la Directrice générale. Marta Bényei y travaille en lien étroit avec les festivals et nous donne ici son point de vue sur leur évolution.

### Comment travaillez-vous avec les festivals ?

Nous avons un stand chaque année à Berlin et à Cannes où nous avons l'occasion de lier de nouveaux contacts et de rencontrer les représentants des festivals et nos partenaires. La Semaine du Film Hongrois, traditionnellement organisée en février depuis 41 ans mais dont l'organisation est compromise cette année, était un forum déterminant du point de vue du parcours festivalier des films hongrois. Elle donne à

has traditionally been organised during February for the last 41 years, but which is having organisational difficulties this year, was a crucial forum in terms of the festival careers of Hungarian films, as it offered the film business and our partners from abroad an overview of the bulk of Hungarian productions.

### Can you identify particular developments in the festival circuit?

We have noticed an increase in the number of festivals. In the case of *films d'auteur*, festivals increasingly play the role of distribution. On the other hand, the appearance of "on-line festivals" means we need to establish new procedures, for circulation of films is no longer constrained by geographic boundaries. However, as soon as a film is screened on-line without geographic restrictions, it cannot be considered anywhere as a first-run film. However, festival organisers want to attract audiences with premieres. At the same time, on-line circulation can, in theory, mean larger audience numbers... A suitable strategy needs to be developed in conjunction with producers.

### Are Hungarian films circulating more widely within the festival circuit?

Until the start of this year, the figures were increasing. In the current situation, festival participation is suffering due to budgetary restrictions. We therefore aim to maximise participation of Hungarian films at the most important festivals. We attempt to show each new film to the selection teams from the major festivals – the Budapest Week helped us enormously. After the Berlin-Cannes-Venice triumvirate – to cite only the top festivals in Europe – "the" optimal festival has to be found for each film in every region or country.

### Does digital projection have an impact on your work?

Not yet. Digital projection could reduce the costs of presenting films, compared with the exorbitant expenses involved in transporting prints.

### What can we wish you for Cannes 2011?

Wish us good luck above all. For the past year, Hungarian cinematic production has been on hold. We can just hope that Magyar Filmunió can carry on. You can also keep your fingers crossed for us, in the hope that the merits and importance of Hungarian cinematography, its filmmakers, its talents will be recognized and that the international activities that are the diplomacy of the film world will find the necessary support in the future.

la profession et à nos collègues étrangers un aperçu d'une grande partie de la production hongroise.

### Percevez-vous une évolution en ce qui concerne les festivals ?

Nous percevons une augmentation de leur nombre. Les festivals assurent de plus en plus la fonction de la distribution surtout pour les films d'auteur. D'autre part, l'apparition des « festivals en ligne », implique la mise en place de nouvelles procédures, car la diffusion perd ses limites géographiques. Mais, aussitôt qu'un film est projeté en ligne sans restrictions géographiques, il ne peut plus être considéré nulle part comme inédit. Or les organisateurs veulent attirer leur public avec des premières. En même temps, la diffusion en ligne peut signifier, en théorie, un grand nombre de spectateurs... Une stratégie adéquate doit-être élaborée avec les producteurs.

### Est-ce que les films hongrois circulent davantage dans les festivals ?

Jusqu'à ce début d'année, les chiffres augmentaient. Dans la situation actuelle, la participation festivalière souffre des restrictions budgétaires. Notre but est donc de maximaliser la participation des films hongrois aux festivals les plus importants. Nous essayons de montrer chaque nouveau film aux sélectionneurs des plus grands festivals – la Semaine de Budapest nous y aidait énormément. Après le triumvirat Berlin-Cannes-Venise – pour ne citer que l'Europe – il faut trouver dans chaque région ou pays « le » festival optimal pour chaque film.

### La projection numérique a-t-elle un effet sur votre activité ?

Pas encore. Le numérique pourrait diminuer les frais de présentation des films par rapport au coût de transport exorbitant des copies.

### Que pouvons-nous vous souhaiter pour Cannes 2011 ?

Depuis un an, la production cinématographique hongroise est pratiquement bloquée. Nous ne pouvons qu'espérer que Magyar Filmunió pourra continuer son activité. Souhaitons que les mérites et l'importance de la cinématographie, de ses auteurs, de ses talents soient reconnus et que l'activité internationale qu'est la diplomatie du film reçoive le soutien nécessaire dans le futur.

Jean-Baptiste Selliez



Magyar Filmunió in Cannes, 2010





The Island (Kalev, BG) – Directors' Fortnight 2011

# Broadening out the Sofia Meetings

*Interview with Mira Staleva, Head of Sofia Meetings and Deputy Director of the Sofia International Film Festival*

## Tell us about the Sofia Meetings and the festival

The Sofia Meetings were set up 8 years ago and give filmmakers the chance to pitch their new projects to prospective buyers, producers and financiers. We had 80 project submissions this year. 26 were chosen. It is obviously a smaller co-production market than Berlin or Cannes, but professionals like the fact they have more time to focus on particular projects. The Meetings take place in the Grand Hotel Sofia, which is central and close to the cinemas we use for the Sofia festival. As for the festival it is the biggest in Bulgaria, and has a wide selection of films, including local titles from promising directors which attract the interest of the international industry more and more.

*Entretien avec Mira Staleva, Directrice des Rencontres de Sofia et Directrice déléguée du Festival International du Film de Sofia.*

## Parlez-nous des rencontres de Sofia et du festival

Les Rencontres de Sofia existent depuis huit ans. Les cinéastes peuvent y présenter leurs projets à des acheteurs, producteurs et investisseurs potentiels. 80 projets nous ont été soumis cette année. 26 ont été sélectionnés. C'est de toute évidence un marché de coproduction plus petit que ceux de Cannes ou Berlin, mais les professionnels apprécient d'y trouver le temps de se concentrer sur des projets précis. Les Rencontres ont lieu au Grand Hotel, central et à proximité des salles dans lesquelles a lieu le Festival de Sofia. Ce dernier est le plus grand de Bulgarie et présente une large sélection de films, notamment des films locaux de réalisateurs prometteurs qui attirent de plus en plus l'attention de l'industrie internationale.



Mira Staleva

## How are you funded?

We are mainly funded by the MEDIA Programme. The National Film Centre of Bulgaria gave a bit less this year. Local authorities are also our partner. But times are tough and you never know what you'll receive from one year to the next. We are talking to the national institutes and Ministry of culture about helping with funding. I think the Sofia Meetings should be taken into account by the national policy because it promotes the industry. Furthermore there's an educational part: workshops for young people teach them how to pitch projects.

## Is there much demand from local audiences to see arthouse films?

There is not a great deal of demand for arthouse films in Bulgaria. We only have three arthouse cinemas in Sofia. The biggest is the **Cinema House** (within the Europa Cinemas Network), which has 300 seats and is a vital part of the festival. We hold panel discussions and Q&As there. Recently we welcomed Volker Schlöndorff and his cinematographer on *Tin Drum*. The Festival and Meetings prove there is an interest for arthouse films. But it is hard to make people come in the cinemas.

## How do you promote the Sofia festival locally and abroad?

With the **Sofia Festival On The Road**, we go in small cities all the year round, even in the cities without cinemas, to screen the films of the festival. We like to promote our brand. We are also part of **Operation Kino**: we screen films from three other festivals (Transilvania, Sarajevo, Istanbul). In return they screen films from our festival.

## Plans for the future?

We want to offer alternative content in our cinemas. We would probably screen opera and football at the Cinema House, especially after the success, at our festival, of the screening of *My Mate Manchester United*, a documentary by Stefan Valdobrev which shows a Bulgarian guy who legally changed his name to "Manchester United".

**The organizers of the Sofia Meetings are planning to extend their event to include non-MEDIA countries from next year, thanks to the support of MEDIA International.**

## Quels sont vos financements?

Nous sommes principalement financés par le Programme MEDIA ainsi que par le CNC bulgare, qui nous a donné un peu moins cette année, et par les autorités locales. Mais les temps sont durs et vous ne pouvez jamais savoir ce que vous recevrez d'une année sur l'autre. Nous essayons d'obtenir des financements des instituts nationaux et du Ministère de la Culture. Les Rencontres de Sofia devraient faire partie de la politique nationale car elles font la promotion de l'industrie et comprennent un volet éducatif. Nous mettons en place des ateliers pour les jeunes qui leur enseignent comment lancer un projet.

## En matière de films d'auteur, existe-t-il une demande importante de la part du public?

La demande pour les films d'auteur, en Bulgarie, est faible. Sofia ne compte que trois cinémas art et essai. Le plus grand est le **Cinema House** (300 fauteuils, membre d'Europa Cinemas). Il est au cœur du festival. S'y tiennent des débats et des entretiens, notamment avec Volker Schlöndorff, venu récemment parler du *Tambour* avec son directeur de la photographie. Le festival et ses rencontres sont la preuve de l'intérêt porté aux films d'auteur. Mais il est difficile d'attirer le public, dans les salles de cinéma, pour voir ces films.

## Comment faites-vous la promotion du Festival de Sofia, dans le pays et à l'étranger?

Avec le **Sofia Festival on the Road**, nous voyageons toute l'année dans les petites villes, même les villes dépourvues de salles, pour diffuser les films du festival. Nous aimons promouvoir notre marque. Nous faisons également partie de l'initiative **Operation Kino** : nous projetons des films provenant de trois autres festivals (Transilvania, Sarajevo, Istanbul). En retour ils programment des films de notre festival.

## Des projets?

Nous souhaitons proposer des contenus alternatifs dans nos cinémas. Nous souhaiterions sans doute projeter des opéras et du football au Cinema House, plus particulièrement après le succès de *My Mate Manchester United*, ce documentaire projeté au Festival, qui suit un Bulgare qui a légalement changé son nom pour « Manchester United ».

Chris Evans

**Les organisateurs des Rencontres de Sofia projettent d'étendre leur événement pour prendre en compte les pays hors-MEDIA l'année prochaine, grâce au soutien de MEDIA International.**



Premiers Plans 2010, Nanni Moretti © Sandrine Jousseau

Each January, the Angers Premiers Plans film festival, directed by Claude-Eric Poiroux, plays host to young European filmmakers. The main competition screens feature-length first and second films and one or more retrospectives are devoted to great figures of European cinema. In 2011 this honour went to Barbet Schroeder and Bruno Ganz. Additionally, the festival has spawned Ateliers of Jeanne Moreau, workshops held in July for young directors preparing for their first feature-length film. Interview with Isabelle Tarrieux, director of Les 400 Coups film theatre, one of the festival's locations.

Chaque année au mois de janvier, le festival Premiers Plans d'Angers, dirigé par Claude-Eric Poiroux, accueille les jeunes cinéastes européens. La compétition principale présente des premiers et seconds longs métrages. Une, voire plusieurs rétrospectives, sont consacrées à de grands personnages du cinéma européen. En 2011, Barbet Schroeder et Bruno Ganz étaient à l'honneur. Le festival a en outre engendré les Ateliers de Jeanne Moreau, qui accueillent au mois de juillet de jeunes réalisateurs qui se préparent à réaliser leur premier long métrage. Entretien avec Isabelle Tarrieux, directrice de la salle Les 400 Coups, l'un des lieux d'accueil du festival.

#### What is the role of Les 400 Coups in the Premiers Plans festival?

The festival originated at Les 400 Coups film theatre 24 years ago and very soon its objective was to attract a wider audience and to join forces with the other film theatres in the city. The festival now has four screening venues: the Gaumont multiplex (in one of its 12 theatres), Gaumont Variétés (two of its five), Les 400 Coups (two of its seven), and Centre de Congrès (one 1,300-seat theatre), complemented by other more experimental locations for the screening of videos.

At Les 400 Coups we provide the large 240-seat theatre and a 110-seat theatre for use by the Festival. In all the projection rooms in the complex, there is a mixture of 35 mm and 2K digital equipment.

The festival tailors its programme schedule to the capacity of the theatres. For Fanny Ardant, Volker Schlöndorff, Bruno Ganz or Barbet Schroeder, preference is given to the Gaumont 500-seat film theatre. Les 400 Coups screens more auteur films attracting a smaller audience; nevertheless, the theatre is fully booked for most screenings.

#### What benefits does the festival bring to Les 400 Coups?

To begin with, a degree of chaos since we are inundated by films every week. Removing two theatres from traditional programme schedules does present

problems for the scheduling team. But with this issue resolved it is clear that, for nine days, the film theatre offers a great range of films and events, thus attracting a more diverse audience. This is, therefore, an exceptional point in the year, with each screening becoming an event presented by a director, an actor or a critic. The Premiers Plans festival attracts many young people and thus reinforces activities for young audiences at Les 400 Coups. So this is an interactive collaboration. Festival and film theatre join forces, one providing a brand image and the other providing diversification, giving a more festive feel to the location over the ten-day period.

#### Quelle est la place des 400 Coups dans le Festival Premiers Plans ?

Le Festival est né aux 400 Coups il y a 24 ans, mais, très vite, son objectif a été d'élargir son audience et d'associer les autres salles de la ville. Aujourd'hui, le festival est implanté dans quatre lieux de projection : le multiplexe Gaumont (une salle sur douze), le Gaumont Variétés (deux salles sur cinq), les 400 Coups (deux salles sur sept) et le Centre de Congrès (une salle de 1300 places), auxquelles s'ajoutent d'autres lieux plus expérimentaux pour la diffusion vidéo.

Aux 400 Coups, nous mettons à la disposition du Festival la grande salle de 240 places et une salle de 110 places.

Dans toutes les cabines du complexe, l'équipement est mixte - 35mm et numérique 2K.

Le festival adapte sa programmation aux capacités des salles. Quand le festival reçoit Fanny Ardant, Volker Schlöndorff, Bruno Ganz ou Barbet Schroeder, ils préfèrent la salle de 500 places du Gaumont. Les 400 Coups sont spécialisés dans des films plus pointus et de moins grande audience, ce qui ne l'empêche pas de refuser des spectateurs à la plupart des séances.

#### Qu'est-ce que le festival apporte aux 400 Coups ?

Un peu de désordre d'abord, puisque chaque semaine nous sommes submergés de films. Soustraire deux salles à la programmation traditionnelle n'est pas sans poser de problème à l'équipe de programmation. Mais, cette question résolue, il est évident que le cinéma offre pendant neuf jours une large palette de films et d'événements qui lui permet de diversifier son audience. C'est donc un moment exceptionnel de l'année où chaque séance devient un événement présenté par un réalisateur, un acteur ou un critique. Premiers Plans attire beaucoup de jeunes et conforte ainsi les 400 Coups dans leur activité Jeune Public. C'est donc une collaboration interactive. L'un et l'autre, festival et salle, conjuguent leurs forces, l'image de marque de l'un et la diversification de l'autre pour donner à un lieu une coloration plus festive pendant 10 jours.



Premiers Plans 2011 © Pierre Cadinot



# Kino Pod Baranami:

## A FESTIVAL TREASURE TROVE

Silent film festival

On the path of the numerous festivals that take place in Poland, stands the Kino Pod Baranami (3 screens), a true institution in Krakow, the second largest city in Poland. The cinema received the Europa Cinemas Award for its programming in 2009. Festivals, created or hosted by the cinema, represent one fifth of its programming. Its director, Maria Magdalena Gierat, answers our questions.

Sur la route des nombreux festivals de cinéma qui ont lieu en Pologne, se dresse le Kino Pod Baranami (3 écrans), véritable institution de Cracovie, 2ème plus grande ville de Pologne. La salle avait reçu le Prix Europa Cinemas pour sa programmation en 2009. Un cinquième de celle-ci est réalisée lors de festivals, créés ou accueillis par la salle. Sa directrice, Maria Magdalena Gierat, répond à nos questions.

### Which festivals do you host and organize and what are they about?

The main festival which we organize ourselves is the Silent Film Festival, during which silent films are screened accompanied by a wide range of music genres (jazz, traditional, hip hop, orchestra...). We've had 12 editions so far, held every December. Sometimes a musician coming to the festival will say which film he wants put on. The festival is 4 days long and we screen 10 or 11 films, mostly at the Kino Pod Baranami cinema, but sometimes in other interesting places, such as when we screened *Joan Of Arc* in a church. We also host festivals such as *Off Camera*, which shows independent films

from festivals like Sundance, and since it is financed by TV money, the organizers can afford to invite guests, and organise workshops and a competition for independent films with an award worth \$100,000. We host the **Krakow Film Festival** for shorts and documentaries, for which we hope to organise some silent film screenings this year as an accompanying event to help promote our silent film festival. There is the **Spanish Film Week** and the **Latin-American Film Festival**, and recent festivals have included a festival about Pina Bausch and a **gay and lesbian** film festival called *About Love Among Others* (not well funded but well attended!). We also hold **Afghan** and **Palestinian** film festival events.

### Who attend these festivals?

The silent film festival is mostly attended by students and older people. For our Spanish Film Week we get a lot of Spanish people, and a wide variety of local and international people for our other festivals. The audiences are growing and diversifying thanks to our Facebook page.

### Do you get much support from the regional authorities?

The regional authorities don't have much money for small festivals, only for the bigger ones. There are ten big festivals in Poland which are supported by regional funds, whereas we generally

turn to the Polish Film Institute and the Ministry of Culture for help. The funding from Europa Cinemas is also vital. Without these we would struggle.

### What problems do you face at the cinema and with the festivals?

We are trying to get digital projectors for the cinema because we are often faced with the problem that some festival films are only available on digital, which means we can't take them. We would also like to build more screens, but this is difficult because we are located on the second floor of a historic building.

### Quels festivals accueillez-vous ?

Le principal festival que nous organisons nous-même est le festival du cinéma muet, dont la 12ème édition aura lieu en décembre. Les projections sont accompagnées de musiques de genres variés (jazz, traditionnel, hip hop, orchestre). Certains musiciens choisissent les films qu'ils projettent. Le festival dure 4 jours. 10 ou 11 films sont programmés, principalement au Kino Pod Baranami, mais aussi dans quelques lieux intéressants. Nous avons projeté *Jeanne d'Arc* dans une église, par exemple.

Par ailleurs, nous accueillons des festivals comme *Off Camera*, qui montre des films indépendants passés à Sundance. Il est financé par la télévision, ce qui lui permet d'avoir des invités, de proposer des ateliers et une compétition pour les films indépendants avec un prix d'une valeur de 100 000 \$. **Le Festival du film de Cracovie** présente quant à lui des courts-métrages et documentaires. Cette année nous voudrions y organiser des séances de films muets : cet événement à part nous permettrait en outre de faire la promotion de notre propre festival.

**La Semaine du cinéma espagnol** et **le Festival du film latino-américain** passent aussi dans nos locaux. Nous avons accueilli un festival sur Pina Bausch et **le festival gay et lesbien, About Love Among Others**. Ce dernier



Maria and Bozena Gierat

ne dispose pas d'un budget important mais les spectateurs y sont nombreux ! Des festivals du film **afghan** et **palestinien** ont également eu lieu chez nous.

### Quel est le public de ces festivals ?

La majorité des spectateurs du festival du film muet sont des étudiants ou des personnes âgées. La Semaine du film espagnol attire des spectateurs espagnols. Les autres festivals attirent un large éventail d'habitants de la ville ou d'étrangers. Notre public grandit et se diversifie grâce à Facebook.



South-East Asian Film Festival, 2010

### Recevez-vous un soutien important de la part des autorités régionales ?

Elles n'ont pas beaucoup d'argent pour les petits festivals, seulement pour les plus gros. 10 gros festivals sont ici soutenus par les régions. Nous nous adressons aussi à l'Institut du film polonais et au Ministère de la Culture. Le soutien d'Europa Cinemas est également vital. Sans ces derniers nous aurions beaucoup de difficultés.

### A quels problèmes êtes-vous confronté dans le cinéma et avec les festivals ?

Nous essayons d'obtenir des projecteurs numériques. Pour plusieurs festivals, les films mis à notre disposition sont disponibles uniquement en numérique. A l'heure actuelle nous ne pouvons pas les projeter. Nous aimerions également ouvrir d'autres écrans. Mais c'est difficile car nous sommes situés au second étage d'un palace historique.

Chris Evans

# CINEMAS AND BUSINESSES FORM POSITIVE PARTNERSHIPS in Brazil

Espaço Unibanco, São Paulo



FOR a long time, the relationship between private businesses and film theatres was confined to companies renting cinema spaces for private functions or buying tickets for members of their boards. Yet film theatres, and in particular those of the Europa Cinemas Network, can offer a large number of advantages for businesses: they are often to be found in busy, central locations, housed in impressive historical buildings, with a local presence and a strong identity, and of course they attract a wide range of people with varied interests. So it is natural that brands should see in cinemas a valuable vehicle to communicate their public image.

For some time now, sports arenas have followed this route, with the practice of 'naming', in which a stadium (the Allianz Arena in Munich, for example) or other events arenas (the O2 Arena in London) bear the name of their sponsors. This practice has not yet taken on in a major way among European cinemas, although there are a few exceptions. For example, the eyewear brand Persol has forged partnerships with several cinemas. Examples from our Network have included the **Cinema Farnese** in Rome and the **Balzac** in Paris since September 2009.

PENDANT longtemps, les relations entre sociétés privées et salles de cinéma se sont cantonnées à des locations d'espace pour des soirées privées ou des achats de places pour les comités d'entreprise. Pourtant les salles de cinéma, et tout particulièrement celles du réseau Europa Cinemas, ont pour les entreprises de nombreux atouts : une situation souvent centrale dans des artères passantes, des bâtiments prestigieux et historiques, une implantation locale et une identité forte, et bien sûr un public varié et curieux. Il est donc naturel que les marques voient dans les salles de cinéma un vecteur privilégié de leur image auprès du public.

Les enceintes sportives ont depuis un moment déjà emprunté cette voie, à travers la pratique du « naming », qui voit un stade porter le nom d'un mécène (l'Allianz Arena de Munich, par exemple), ou encore des salles de spectacle (O2 Arena à Londres). La pratique n'a pas encore massivement gagné les cinémas européens, à quelques exceptions près. Ainsi la marque de lunettes Persol a noué des partenariats avec plusieurs salles de cinéma : par exemple, dans le réseau, le **Cinema Farnese** à Rome ou le **Balzac** à Paris depuis septembre 2009.

While this is something rather new in Europe, it is a practice that is well established in other parts of the world, and particularly in Brazil, which was one of the pioneers in this field. "For us, sponsoring began in 1985 with the **Cineclub** in Rio de Janeiro," explains **Adhemar Oliveira**, exhibitor of more than 30 theatres in Brazil, 17 of them in the Europa Cinemas International Network. "And in 1993 we concluded our first naming agreement, with the **Espaço Banco Nacional de Cinema**. Today, more than a dozen of our theatres have naming agreements, mainly with the Unibanco Group." Of course, such agreements go beyond simply naming, as the sponsors also benefit from the screening of a trailer of about thirty seconds' length before each film, discount for their customers and employees and an agreed number of exclusive private previews per year.

Contrary to popular belief, this kind of partnership can be applied to all kinds of film theatres – including single-screen arthouse cinemas – and all types of companies. "Our 25 years of cooperation with a bank, an airline, a bookshop and even a water utility company, has always been based on the fundamental principle of free programming."

There is a legitimate fear that such partnerships could impinge on the exhibitor's programming choices. Adhemar Oliveira has always tried to avoid that trap. "Like marriage, sponsoring requires that both partners always stick to the rules they defined at the outset. With the bank that has sponsored us from the beginning, we have always been careful not to comment on interest rates, and the bank has never interfered with our programming!"

*The longer the relationship lasts, the greater are the returns for the company in terms of image.*

This is also in the interest of the sponsoring company, because the longer the relationship lasts, the greater are the returns for the company in terms of image. "Short-term partnerships tend to be negative for both the sponsor and the cinema. On the other hand, in the long term, a sponsoring company can develop its relationship with the public in collaboration with the exhibitor. After all, a happy cinema-goer is the key to success for the partner company, and for the cinema as well, of course!"

Une nouveauté en Europe donc, mais une habitude bien ancrée dans d'autres pays du globe, et notamment au Brésil, qui fait figure de précurseur en la matière. « Le sponsoring a commencé pour nous en 1985 avec le **Cineclub** à Rio de Janeiro », nous explique **Adhemar Oliveira**, exploitant de plus de 30 salles au Brésil, dont 17 font partie du réseau Europa Cinemas International. « C'est en 1993 que nous avons conclu le premier accord de naming, avec l'**Espaço Banco Nacional de Cinema**. Aujourd'hui plus d'une dizaine de nos salles ont un accord de naming, principalement avec le groupe Unibanco ». Bien entendu l'accord ne s'arrête pas à ce « naming », puisque les sponsors bénéficient également d'un trailer d'une trentaine de secondes avant chaque film, de réductions pour les clients et employés de la société et d'un nombre défini d'avant-premières privées exclusives durant l'année.

*Plus la relation est durable, plus les retombées en termes d'image sont positives.*

Contrairement à une idée reçue, ce type de partenariat peut s'appliquer à tous les types de cinéma - y compris des mono-écrans « art et essai » - ... et à tous les types d'entreprises: « Notre expérience depuis 25 ans avec une banque, une compagnie aérienne, une librairie, et même une société de distribution d'eau, est basée sur le principe fondamental de la liberté de programmation ».

On pourrait légitimement craindre que ces partenariats viennent empiéter sur les choix de programmation de l'exploitant. Adhemar Oliveira a toujours veillé à éviter ce travers : « Le sponsoring, comme le mariage, demande une attention constante au respect des règles qui ont été définies au départ. Avec la banque qui nous parraine depuis le début, nous avons toujours veillé à ne pas nous prononcer sur des histoires de taux d'intérêts et la banque ne s'est jamais mêlée de programmation ! ».

Il en va de l'intérêt même du sponsor. Car plus cette relation dure, plus les retombées en termes d'image sont positives : « Les partenariats de courte durée ont tendance à être négatifs tant pour le mécène que pour le cinéma. En revanche, sur le long terme, le sponsor peut faire évoluer sa relation avec le public, en collaboration avec l'exploitant. Après tout, un spectateur heureux est la clé du succès pour l'entreprise partenaire...et pour la salle bien entendu ! ».

Guillaume Gaubert

# Countries outside *MEDIA*: The expanding scope of distribution support

In its seventh year, the distribution support programme funded by *MEDIA* and coordinated by Europa Cinemas has expanded its horizons even further to foster dissemination of European films outside Europe.

THIS is demonstrated, on the one hand, by funding granted to firms based in Taiwan, Israel or Lebanon, which had never before benefited from this mechanism based on support for expenditure on print fees and promotion. In addition, in 2010 the ceiling for support was increased to € 20,000, which constitutes substantial encouragement for distributors, who are stepping up their P&A investments in response and notch up an average of 17 prints per film release (compared with 13 in 2009).

## Growing scope of promotional activities

In 13 countries in Latin America, Asia and around the Mediterranean, Europa Cinemas provided support through this mechanism for around 60 releases in 2010. Amongst these 50 titles from 10 European countries, distributors gave pride of place to British films, with *Looking for Eric* (Loach) screening in Korea and Mexico, *Chéri* (Frears) in Japan, *Hunger* (McQueen) in Mexico and *The Descent II* (Harris) in India. Italian films were also well-represented, with the release of *Vincere* (Bellocchio), *La Pivellina* (Covi and Frimmel) and *Cosa Voglio Di Piu* (Soldini) in Argentina, *Come Dio Comanda* (Salvatores) in Korea, not to mention *Io, don Giovanni* (Saura) and *Caravaggio* (Longoni) in Japan.

La septième année d'action du programme de soutien à la distribution financé par *MEDIA* et coordonné par Europa Cinemas a élargi toujours plus son horizon pour favoriser la circulation des films européens en dehors de l'Europe.

EN témoignent d'une part les soutiens accordés à des sociétés implantées à Taiwan, en Israël ou au Liban, qui n'avaient jusqu'alors jamais bénéficié de ce mécanisme reposant sur une aide aux dépenses en frais de copie et promotion. D'autre part, depuis 2010, le plafond maximum de soutien a été porté à 20 000 €, représentant un encouragement substantiel pour les distributeurs, qui en regard intensifient leurs investissements en P&A et affichent une moyenne de 17 copies par sortie (contre 13 en 2009).



Dans 13 pays d'Amérique latine, d'Asie et du bassin méditerranéen, Europa Cinemas a donc accompagné une soixantaine de sorties en 2010. Parmi ces 50 titres issus de 10 pays européens, les distributeurs ont fait la part belle aux films britanniques avec la présence de *Looking for Eric* (Loach) sur les écrans coréens et mexicains, *Chéri* (Frears) au Japon, *Hunger* (McQueen) au Mexique ou *The Descent II* (Harris) en Inde. Les films italiens n'ont pas non plus été en reste avec la sortie de *Vincere* (Bellocchio), *La Pivellina* (Covi et Frimmel) et *Cosa Voglio Di Piu* (Soldini) en Argentine, *Come Dio Comanda* (Salvatores) en Corée ou encore *Io, don Giovanni* (Saura) et *Caravaggio* (Longoni) au Japon.

## Multiplication des supports de promotion

Finally, other releases of note in Latin America include the release of the Portuguese films (*Aquele querido Mês de Agosto/This Dear Month of August* by Gomes and *Belle Toujours* by Oliveira), the Dutch film *The Last Days of Emma Blank* (Van Warmerdam) and the Belgian film *Moscow Belgium* (Van Rompaey).

Make no mistake, however: whilst this diversity does testify to a certain vitality, European films still have to hold their own against Hollywood productions, which are promoted particularly energetically in the aforementioned territories. The growing scope of promotional activities made possible by Europa Cinemas support, coupled with the creative talent of distributors (competitions, exhibitions and concerts, partnerships with restaurants, universities, etc.) is definitely a strong defensive structure that calls for continued consolidation.

Enfin, notons la présence sur le continent latino-américain des films portugais (*Aquele querido Mês de Agosto* de Gomes ou *Belle Toujours* de Oliveira), du film néerlandais *The Last Days of Emma Blank* (Van Warmerdam) ou du belge *Moscow Belgium* (van Rompaey).

Mais ne nous y trompons pas : si cette diversité témoigne d'une certaine vitalité, les films européens continuent de devoir faire face aux productions hollywoodiennes, particulièrement féroces sur ces territoires. La multiplication des supports de promotion que permet le soutien d'Europa Cinemas, alliée à l'imagination fertile des distributeurs en la matière (concours, expositions et concerts, partenariats avec des restaurants, des universités, etc.) représente bel et bien un rempart qu'il faut continuer de consolider.

Marie-Blanche Bétouret

# Europa Cinemas International in 2010: A growing network

BY welcoming more than 170 cinemas in Asia, Latin America and the Mediterranean region in 2011, the Europa Cinemas International (ECI) project has now reached its cruising speed. With effect from this year it is funded as part of the MEDIA Mundus programme which develops audiovisual cooperation between Europe and the rest of the world.

In 2010 more than 3,100,000 people passed through the doors of these cinemas to go and see a European film. Amongst the champions at the box office, a special mention must go to the 2009 Palme d'Or winner, *The White Ribbon*, released in almost all the participant countries, as well as *Little Nicolas* (134,000 admissions) or *The Ghost Writer* and its 98,000 fans.

In Europe, where more than 300 network cinemas take part in the ECI project, the most watched films from partner countries include *The Last Station* (Russia), *Biutiful* (Mexico), *Ajami* (Israel) or *Poetry* (South Korea). A very rich diversity and testament to the richness of programming in Europa Cinemas Network cinemas which devote on average 8% of their screenings to these films.

EN accueillant plus de 170 salles d'Asie, d'Amérique latine et de Méditerranée en 2011, l'action Europa Cinemas International (ECI) prend désormais son rythme de croisière. A compter de cette année, ECI est soutenue dans le cadre du programme MEDIA Mundus, qui développe la coopération audiovisuelle entre l'Europe et le reste du monde.

L'année 2010 qui vient de s'achever aura vu près de 3 100 000 spectateurs franchir les portes de ces cinémas pour y découvrir un film européen. Parmi les champions du box-office, citons notamment la Palme d'Or 2009, *Das Weisse Band*, sorti dans presque tous les pays participants, mais aussi *Le Petit Nicolas* (134.000 entrées) ou *The Ghost Writer* et ses 98 000 amateurs.

En Europe, où plus de 300 cinémas du réseau participent à ECI, parmi les films des pays partenaires les plus vus on notera *The Last Station* (Russie), *Biutiful* (Mexique), *Ajami* (Israël) ou encore *Poetry* (Corée du Sud). Une très grande diversité qui témoigne de la richesse de la programmation des salles du réseau Europa Cinemas qui, rappelons-le, consacrent en moyenne 8% de leurs séances à ces films.

ral, nous garantissons deux semaines de programmation, alors que la pratique en Corée pour les circuits est de ne garantir qu'une semaine. Parfois, nous privilégions une multiprogrammation, avec deux ou trois titres en alternance, plutôt qu'un plein programme, surtout si le film fonctionne avec le bouche à oreille ».

Dans cette optique, les réseaux sociaux et les nouvelles technologies, particulièrement populaires en Corée, sont largement utilisés, car ils permettent « de faire une promotion efficace à moindre coût et surtout de tester la réaction du public ». Un public qui est d'ailleurs amené à partager ses impressions autour des films, grâce à



Taipei Film House, new member in 2011

## In South Korea, multiplexes

are also interested in European cinema

SINCE 2004, South Korea's leading cinema network of more than seventy multiplexes, CGV, has had one screen dedicated to showcasing independent and European cinema in nine of its establishments. These screens known as MovieCOLLAGE, which participate in the Europa Cinemas International programme, are given a specific label and have an assigned programming team: "the original idea was to be able to present a diversified range of films to the audience in our cinemas, throughout the year, and within a dedicated space," programme director Ki-Myung Kang explains to us.

This approach is also in response to a willingness to occupy a segment of the market that saw significant growth in the country at the start of the noughties – that of independent films. But where some of the multiplexes are happy merely to show these films as they do any mainstream title, CGV decided to opt for targeted support, making available to distributors a share of its substantial dynamic marketing resources, through the dissemination of trailers, flyers, standees, websites, etc.

Another advantage of having one screen dedicated to independent cinema is to enable longer film screenings: "we generally guarantee two weeks of programming, whilst the multiplexes in Korea only tend to guarantee a week. Sometimes, we give priority to multiprogramming, with two or three titles being screened alternately, rather than a full programme schedule, particularly if the film works by word of mouth."

From this perspective, the social networks and new technologies, particularly popular in Korea, are widely used because they make it possible "to ensure cheaper, efficient promotion and, in particular, to test the audience's reaction." An audience that is otherwise encouraged to share its impressions on films through regular meetings, known as 'Cinema Talk', which bring together cinema critics, actors, filmmakers and teachers, around special screenings.

DEPUIS 2004, CGV, premier circuit de salles en Corée du Sud avec plus de 70 multiplexes, accueille dans 9 de ses établissements un écran dédié au cinéma indépendant et européen.

Ces écrans, appelés MovieCOLLAGE et qui participent au programme Europa Cinemas International, bénéficient de leur propre label et équipe de programmation : « L'idée de départ était de pouvoir présenter au public de nos cinémas des films différents, tout au long de l'année, et au sein d'un espace spécifique », nous explique Ki-Myung Kang, la directrice de ce programme.

Cette approche répond aussi à une volonté d'occuper un segment du marché, celui des films indépendants, qui a connu une croissance importante au début des années 2000 dans le pays. Mais là où certains multiplexes se contentent de programmer ces films comme ils le font pour les titres « mainstream », CGV a décidé d'opter pour un accompagnement privilégié en mettant à la disposition du distributeur une partie de son importante force de frappe marketing, à travers la diffusion de bandes annonces, flyers, standees, site Internet...

L'un des autres avantages de disposer d'un écran consacré au cinéma indépendant est de permettre une plus longue exposition des films : « en géné-

# Die Fremde breaks through INTO THE EUROPEAN PUBLIC SPACE

For the Festival of Europe, the European Parliament has placed the winner of the 2010 LUX Prize, *Die Fremde* (When We Leave, which was awarded Europa Cinemas Label at the Panorama at the 2010 Berlin International Film Festival), at the heart of a vast operation being carried out throughout the European Union. For Europa Cinemas this is a second partnership with the European Parliament after the invitation issued during Giornate degli Autori/Venice Days to 27 young European filmmakers (27 Times Cinema). Bertrand Peltier, administrator responsible for the LUX Prize, explains.

**What does this 'Day of European Films', based on the film by Feo Aladag, consist of?**

The event does not actually take place over one single day. It involves the screening of the same film, *Die Fremde*, subtitled in the 23 European languages, across the EU's 27 Member States, around the same period of time: when the Festival of Europe takes place, on 9 May. This event is a response to Parliament's wish, like that of the Venice jury, to create a European public space. In fact, the three conditions for this space are met in both cases: unity of action, place and time.

Pour la Fête de l'Europe, le Parlement européen a placé le Prix LUX 2010, *Die Fremde* (qui avait reçu le Label Europa Cinemas au Panorama de la Berlinale 2010), au centre d'une vaste opération menée dans toute l'Union européenne. Pour Europa Cinemas, il s'agit du deuxième partenariat avec le Parlement européen, après l'invitation lancée lors des Giornate degli Autori à 27 jeunes cinéophiles européens (27 Times Cinema). Explications avec Bertrand Peltier, administrateur en charge du Prix LUX.

**En quoi consiste cette « Journée du cinéma européen » autour du film de Feo Aladag ?**

L'événement ne prend pas exactement place sur une seule journée. Il s'agit de projeter un même film, *L'étrangère*, sous-titré dans les 23 langues européennes, dans les 27 Etats membres de l'UE, au cours de la même période : autour de la Fête de l'Europe, qui a lieu le 9 mai. Cet événement correspond à la volonté du Parlement de constituer un espace public européen comme l'avait été le jury de Venise. En effet, les trois conditions de cet espace sont dans les deux cas réunies : unité d'action, de lieu et de temps.

**How does this event fit in with the development of European Parliament activities relating to the LUX Prize?**

The LUX Prize must be brought into the public domain. The film lends itself to this very well, although this development is not specifically linked to this film. For the time being we have been working in two areas: European politicians and professionals. This is what I would call the B2B, Business to Business, phase. From now on, in a change I felt necessary after Cannes 2010, we must address the public at the same time. With these screenings we are also working towards a festival related to the LUX Prize, which we would like to organise throughout the European Union, based on the films selected for the prize.

**Specifically, how are these screenings being organised?**

Three organisations are working with us: Europa Cinemas, cooperating with the film theatres which will screen the films, local offices of the European Parliament, which are working with film theatres to make an event of these screenings, and the Goethe-Institute which has purchased the rights to screen the film within an institutional

**Comment cet événement s'inscrit-il dans l'évolution de l'action du Prix LUX du Parlement européen ?**

Il fait entrer le Prix LUX dans le domaine public. Le film s'y prête bien sûr tout particulièrement, même si cette évolution n'est pas spécifiquement liée à ce film. En effet, pour l'instant nous avons travaillé sur deux terrains : les députés européens et les professionnels. C'est ce que j'appellerais la phase B to B (Business to Business). Désormais, et c'est une évolution que j'ai pressentie comme nécessaire après Cannes 2010, il nous faut nous adresser au public, à un même moment. Avec ces projections, nous nous inscrivons aussi dans la perspective du « Festival du Prix LUX » que nous voudrions organiser dans toute l'Union autour des films sélectionnés au Prix LUX.

**Concrètement, comment s'organisent ces projections ?**

Trois entités travaillent en coopération avec nous : Europa Cinemas, pour la coopération avec les salles qui vont projeter les films ; les bureaux locaux du Parlement européen, qui travaillent avec les salles à faire de ces projections un événement ; et le Goethe Institut, qui a acheté les droits de projection du film dans un cadre institutionnel. La majorité des salles appartient au réseau Europa Cinemas. Mais nous nous inscrivons aussi dans la programmation d'opérations déjà en place. Ainsi, à Bruxelles la projection a lieu dans un complexe UGC. A Paris ce sont la Mairie et le Forum des Images qui le projeteront. Comme le film est majoritairement parlé en allemand, il est notamment présenté dans une version pour aveugles et malvoyants à Berlin et pour les sourds et malentendants à Vienne. Des débats sont organisés autour du film, auxquels assistent certains députés.

setting. Most of the film theatres belong to the Europa Cinemas Network. But we are also involved in the schedule of operations already in place. Thus in Brussels the screening is to take place in a UGC complex. In Paris, it is to be screened at the Town Hall and Forum des Images. As the film is mainly in German it is, notably, being screened in a version for people with little or no sight in Berlin and for the deaf and hard of hearing in Vienna. Discussions will take place around the film, in which some politicians will participate.

**Are you happy with it?**

Certainly! But there is one reservation: filmgoers will not be able to look at each other. At best, they will be aware that they are watching the film at the same time. With our planned festival, we want to go further and put in place forums for discussions on the films.

**What is the role of digital projection?**

We wanted to take maximum advantage of the potential of digital technology but this is not yet the case. In the future we would like to focus on a mixture of supports: combining digital and analogue technology, the Internet, traditional film theatres, cultural sites... At the end of the event we shall combine the 23 subtitled versions of the film on one single DCP. I believe that we are the only ones to wish to screen a single film in the 23 languages of the EU.



Bertrand Peltier © Antoine Legendre

**Vous en êtes satisfait ?**

Bien sûr ! Il y a cependant une réserve : les spectateurs n'auront pas l'occasion de croiser leurs regards. Au mieux, ils prendront conscience qu'ils regardent le film au même moment. Avec notre projet de Festival, nous voulons aller plus loin et mettre en place des plateformes d'échanges autour des films.

**Quelle est le rôle de la projection numérique ?**

Nous voulions au maximum profiter des potentialités du numérique mais ce n'est pas encore le cas cette année. Nous voudrions à l'avenir nous porter sur un mix de supports : mêler numérique, argentique, web, salles traditionnelles, lieux culturels, ... A la fin de l'événement, nous réunirons les 23 versions sous-titrées du film sur un même DCP. Je crois que nous sommes les seuls à avoir cette volonté de diffuser un même film dans les 23 langues de l'UE.

Jean-Baptiste Selliez



# What's new?

## Enrique González Macho, new president of the Spanish Film Academy



The exhibitor, distributor and producer, a key figure of the Europa Cinemas Network, won by 256 votes against 101 for the director Bigas Luna. He replaces director Alex de la Iglesia, who resigned.

Enrique González Macho is a founder member of Europa Cinemas. Chairman of the distribution company **Alta Films**, he also runs the **Cines Renoir chain**, with 10 complexes now members of our Network. In 2006, he received the **Europa Cinemas Award for best entrepreneur**.

With his cinemas, Enrique has found a real successful method for all the cinemas he has created. The spirit of independence and promotion of diversity has made them bastions of European cinema. As part of a highly competitive market, the Cines Renoir stand out, thanks to their choice of the original version, uncommon in the country.

Enrique is not only a successful entrepreneur who has never put into question the need to defend the cinema d'auteur, but he is also, as he has often shown in our Conferences, a speaker committed to the defense of diversity and to film industry. He will be at the head of the Academy for three years, where he will most notably have the charge to tackle piracy. We congratulate him for this achievement and wish him success in his future fights.

L'exploitant, distributeur et producteur, figure marquante du réseau Europa Cinemas, l'a emporté par 256 voix contre 101 en faveur du réalisateur Bigas Luna. Il remplacera le réalisateur Alex de la Iglesia, démissionnaire.

Enrique González Macho est un des membres fondateurs d'Europa Cinemas. Président de la société de distribution **Alta Films**, il dirige également la chaîne

**Cines Renoir**, dont 10 complexes sont aujourd'hui membres du réseau. En 2006, il s'était vu décerner le **Prix du meilleur entrepreneur** de l'année au sein du réseau.

Avec ses salles, Enrique a su trouver la formule du succès pour chacun des lieux qu'il a créés. Son esprit d'indépendance et son souci exigeant de diversité leur ont permis de devenir des lieux privilégiés de diffusion du cinéma européen. Dans le cadre d'un marché très concurrentiel, le circuit Renoir se distingue notamment par son choix de la VO, peu courante dans le pays.

Enrique est non seulement un entrepreneur à succès, qui n'a jamais douté de la nécessité de défendre le cinéma d'auteur, mais aussi, comme il l'a souvent montré lors de nos Conférences, un orateur engagé pour l'innovation et le dynamisme de la profession. A la tête de l'Académie pour 3 ans, il aura notamment la charge de s'attaquer à la piraterie. Nous le félicitons pour ce succès et lui souhaitons pleine réussite dans ses nouvelles responsabilités et ses futurs combats.

Claude Eric Poiroux

## Korean Film Council opens Kobiz site

The **Korean Film Council (Kofic)** has opened an industry website aiming at overseas expansion of Korean films. It offers comprehensive information on local talent and industry companies, as well as a database of Korean film titles since 2000. Kofic also plans to provide daily news and periodical publications in English.

L'**institut national du cinéma coréen (KOFIC)** a ouvert un site qui accompagne le développement des films coréens à l'international. Porte d'entrées vers une mine d'informations sur les sociétés et professionnels coréens, ainsi que base de données des films produits depuis 2000, le site proposera rapidement des news quotidiennes et des publications régulières en anglais.

[www.koreanfilm.or.kr](http://www.koreanfilm.or.kr)

## The European passport embarks on its journey at two cinemas in Saint-Etienne



Take a tour of Europe without leaving the comfort of your cinema seat with the European cinema-lovers passport! That's the new initiative launched at Saint-Etienne by the **Le Méliès** and **Le France** cinemas, both members of the Network. This unique loyalty card, designed to look like an actual passport, rewards the curiosity of cinemagoers who see a maximum number of films from Europe.

How does it work?

On 'boarding' the cinema for a (non-national) European film, you show your passport and the box office cashier will validate it for your destination. Watch a maximum number of European films and you can win a lot of prizes or take advantage of benefits (reductions, loans from the Méliès video club, film posters, DVDs, a three-day trip to the Cannes Film Festival, a year's unlimited access to European cinema...).

The European cinema-lovers passport to the 31 destinations of the MEDIA programme includes a wealth of practical and fun information on each country's cinema scene. Meanwhile, a dedicated blog also accompanies the scheme, where passport holders can join in discussions.

This original initiative is one of the many ways the exhibitors of the Network show their creativity in redoubling their efforts to encourage the public to broaden their cinema-going experience; it will undoubtedly help audiences to discover a large number of new films!

Faites le tour de l'Europe installé dans votre fauteuil de cinéma avec le passeport cinéphile européen ! Telle est la nouvelle initiative lancée à Saint-Etienne par les cinémas **Le Méliès** et **Le France**, tous deux membres du réseau. Cette carte de fidélité, inédite en son genre, qui se présente sous la forme originale d'un passeport, récompensera la curiosité des spectateurs qui auront visionné un maximum de cinématographies européennes. Comment ça marche ? Embarquez au cinéma pour un film européen (non national). Présentez votre passeport : l'hôte(sse) de caisse validera votre destination. Visionnez un maximum de films européens et gagnez de nombreux lots et avantages (tarifs réduits, emprunt au vidéo-club du Méliès, affiches de films, DVDs, 3 jours au Festival de Cannes, 1 an de cinéma européen à volonté...). Ce passeport cinéphile européen, où l'on retrouve les 31 destinations du programme MEDIA, comporte un bagage d'informations pratiques et ludiques sur chaque cinématographie nationale. Parallèlement, un blog spécifique accompagne cette action et permet d'alimenter les débats grâce à son caractère participatif.

Cette initiative originale, marque de l'inventivité que les exploitants du réseau ne cessent de démontrer aujourd'hui en redoublant d'efforts en matière d'éducation à l'image, permettra sans doute aux spectateurs de découvrir de nombreux films !

Mathieu Munoz

## CICAE: Art Cinema = Action + Management

Are you a young professional willing to become an art cinema manager or programmer? Are you already in the exhibition business and seeking to improve your work and eager to face the new challenges of your profession? With the support of MEDIA, the CICAE provides the first international training programme for both future and current cinema managers, as well as their assistants. 450 professionals have participated since 2004. The next training will be divided into 2 groups. The first takes place from 3-10 September 2011 and is aimed at young professionals. The second takes place from 8-11 September 2011 and is aimed at experienced exhibition professionals. Applications online until **31<sup>st</sup> May**. More info: [cicae@art-et-essai.org](mailto:cicae@art-et-essai.org)

Vous êtes un jeune professionnel voulant devenir un programmeur ou un directeur de salle de cinéma ? Vous êtes déjà programmeur ou directeur et cherchez à vous perfectionner et à faire face aux nouveaux défis de votre profession ? La CICAE offre, avec le soutien de MEDIA, le premier programme de formation international destiné aux managers mais aussi à leurs assistants. Depuis 2004, 450 professionnels ont déjà participé à cette formation.

L'édition 2011 sera divisée en 2 parties : la première partie aura lieu du 03 au 10 Septembre et est destinée aux assistants ; la seconde partie aura lieu du 08 au 11 Septembre et est destinée aux cadres. Le formulaire de candidature est en ligne, et ce, jusqu'au **31 Mai 2011**. Pour toute information : [cicae@art-et-essai.org](mailto:cicae@art-et-essai.org)

Sylvie da Rocha



# Above Us Only Sky,

EUROPA CINEMAS LABEL,  
BERLIN 2011

*Above Us Only Sky*

## SCREENINGS AT CANNES MARKET:

Fri, 13<sup>th</sup> May - 13:45 - Riviera 2  
Tue, 17<sup>th</sup> May - 11:30 - Riviera 2

**I**S it possible to miss a deceased person so much that you re-discover them in someone else? This is the question posed by Jan Schomburg in his feature debut *Above Us Only Sky (Über uns das All)* which was awarded the Europa Cinemas Label as Best European Film in the Panorama section of this year's Berlinale.

Schomburg's original script initially focuses on the young couple who are seemingly happily married. Martha works as a teacher, while Paul has been studying medicine and is now planning to take up a post as a doctor in Marseille. A day after his departure to France, two policemen appear at the door to inform Martha that her husband has committed suicide in the hospital's car park. Searching for reasons as to why he should have taken his own life, Martha is shocked to learn that Paul had long stopped studying medicine and had never been offered a job in Marseille. On a visit to the university, she meets the history lecturer Alexander who reminds her in many ways of Paul. Without telling him about her loss, she falls in love and begins an affair...

*An intelligent and  
unpredictable  
examination of  
themes so common  
to all of us*

**Thorsten Ritter**, managing director of **Bavaria Film International**, recalls that his company acquired the finished film when the producers – Cologne-based Pandora Film – already had the invitation to the Panorama. Deals have already been made with **Sophie Dulac Distribution** for France and **Vivarto** for Poland. “We have been in talks since the Berlinale with various distributors around the world as the film met enthusiastic response during the festival”, Ritter notes.

A graduate of Cologne's Academy of Media Arts (KHM), Jan Schomburg says he was very pleased to receive the Europa Cinemas Label “because it is the greatest honour for me to have such recognition from cinema-owners and to know that the film could touch people in other European countries.” The jury of four exhibitors had praised “this intelligent and unpredictable examination of themes so common to all of us”, noting that “Schomburg's economical story-telling is very well paced, and there is humour in the film alongside the strong emotions.”

**E**ST-IL possible que quelqu'un nous manque si fort qu'on puisse le redécouvrir dans un autre ? C'est la question posée par Jan Schomburg dans son premier long métrage, *Above Us Only Sky (Über uns das All)*, qui a reçu le Label Europa Cinemas du meilleur film européen dans la section Panorama de la Berlinale cette année.

*Un examen  
intelligent et  
imprévisible de  
sujets qui nous sont  
proches*

Le scénario de Jan Schomburg met en scène un jeune couple qui semble filer le parfait amour. Martha est enseignante tandis que Paul a étudié la médecine et va prendre un poste de médecin à Marseille. Un jour après son départ pour la France, deux policiers sonnent à la porte et annoncent à Martha que son mari s'est suicidé sur le parking de l'hôpital. Alors qu'elle cherche les raisons pour lesquelles son mari s'est donné la mort, Martha apprend, choquée, que Paul avait cessé depuis longtemps d'étudier la médecine et n'avait jamais reçu de proposition d'emploi à Marseille. Lors d'une visite à l'université où il travaillait, elle y rencontre Alexandre, un professeur d'histoire, qui lui rappelle Paul à bien des égards. Sans lui parler de son drame, elle tombe amoureuse et entame une liaison ...

**Thorsten Ritter**, directeur général de **Bavaria Film International**, explique que sa société a acquis les droits du film une fois celui-ci terminé, alors que les producteurs de Pandora Film (basée à Cologne) avaient déjà reçu l'invitation du Panorama. Des contrats ont été conclus avec **Sophie Dulac Distribution** pour la France et **Vivarto** pour la Pologne. « Depuis la Berlinale, nous discutons avec divers distributeurs à travers le monde, le film ayant reçu un accueil enthousiaste », précise Ritter.

Ritter adds that the Label confirms the film's theatrical potential - especially since the film was initially realized for TV as part of the "Six Pack" initiative by broadcaster WDR and Filmstiftung NRW. "This means even more and speaks against the widespread idea that TV works against cinema," Ritter explains, pointing to "such a superb script and direction from Jan Schomburg and such exceptional acting from everyone - but, above all, **Sandra Hüller** - that theatrical exploitation is well deserved. And it proves that good cinema is not dependent on budgets."

He sees *Above Us Only Sky* as being characteristic for



Bavaria's lineup "as it has a very distinct signature. And even though it is sophisticated, it is still very accessible and made for an audience - which is not always the case in the arthouse scene. The film is capable of surprising you and has a lightness that is often missing in German films - and it still strikes a very emotional chord. All of this is what we are looking for."

Moreover, Ritter describes Schomburg as "someone driven by a broad curiosity for quality filmmaking, another parallel to what we are looking for. He doesn't belong to a school and his taste is wide. I wouldn't be surprised if he came up with a broad, but sophisticated comedy as his next feature - and I would love to be the partner on it."

Martin Blaney

Diplômé de l'Académie des Arts et des Médias de Cologne (KHM), Jan Schomburg est très heureux de recevoir le Label Europa Cinemas : « C'est un grand honneur pour moi d'avoir une telle reconnaissance des exploitants et de savoir que le film pourra toucher des spectateurs dans d'autres pays européens. » Le jury composé de quatre exploitants a salué « cet examen intelligent et imprévisible de sujets qui nous sont proches », précisant que « le récit de Schomburg, presque à l'économie, est très bien rythmé et délivre à la fois de l'humour et des scènes aux émotions fortes. »

Pour Thorsten Ritter, l'obtention du Label est un gage du potentiel de fréquentation du film en salle, d'autant plus que le film a été réalisé initialement pour la télévision dans le cadre de l'initiative « Six Pack » du diffuseur WDR et du Filmstiftung NRW. « Cela va à l'encontre de l'idée répandue selon laquelle la télévision fonctionne contre le cinéma », explique-t-il. « Le scénario de qualité, la réalisation de Jan Schomburg et le jeu exceptionnel des acteurs -en premier lieu de **Sandra Hüller** - justifient une exploitation du film en salle. Comme quoi, il est possible de faire du grand cinéma sans dépendre de gros budgets. »

Ritter explique aussi que *Above Us Only Sky* est un film caractéristique du catalogue de Bavaria Film International. « Même s'il est sophistiqué, il reste très accessible au public, ce qui n'est pas toujours le cas des films art et essai. Le film est capable de vous surprendre par cette légèreté qui fait souvent défaut aux films allemands tout en jouant sur la corde sensible. C'est tout ce que nous recherchons. »

Par ailleurs, Thorsten Ritter décrit Schomburg comme « quelqu'un dont les choix sont guidés par une grande curiosité et un appétit pour le cinéma de qualité, autre critère qui nous est important. Son cinéma ne s'inscrit pas dans un courant particulier et ses goûts sont très variés. Je ne serais pas surpris que son prochain film soit une comédie à la fois pointue et populaire. Et je serai bien sûr heureux d'en être le partenaire. »

## Next stop: Karlovy Vary

The 46<sup>th</sup> Karlovy Vary International Film Festival will be held July 1 - 9, 2011. To be part of the Europa Cinemas Label jury, please contact Emily Boldy: [eboldy@europa-cinemas.org](mailto:eboldy@europa-cinemas.org)

Le 46<sup>ème</sup> Festival International de Karlovy Vary aura lieu du 1<sup>er</sup> au 9 juillet 2011. Si vous désirez être membre du jury du Label Europa Cinemas, merci de contacter Emily Boldy : [eboldy@europa-cinemas.org](mailto:eboldy@europa-cinemas.org)



## Directors' Fortnights: WELCOME TO THE JURY

Now in its 9<sup>th</sup> year at the Cannes Film Festival, a jury of four Network exhibitors will be awarding the Europa Cinemas Label to the best European film in the Directors' Fortnight.

Cette année et pour la 9<sup>ème</sup> fois au Festival de Cannes, un jury composé de quatre exploitants du réseau décernera le Label Europa Cinemas au meilleur film européen de la Quinzaine des Réalisateurs.

### Barbora Drobná (Slovakia)



Before working for **Continental Film**, a family-run distribution company, which works closely with the biggest cinemas chain in Slovakia **CINEMAX**, Barbora started her career as a production manager and casting director on short films and TV series and shows. At Continental film she is responsible for Young audience activities and festivals that take place in CINEMAX cinemas. She teaches distribution at the film faculty of VSMU Bratislava.

Avant de travailler pour **Continental Film**, société de distribution familiale qui travaille en lien étroit avec la plus grosse chaîne de salles de Slovaquie, **CINEMAX**, Barbora a été chargée de production et directrice de casting pour des courts-métrages, séries et émissions de télé. Chez Continental Film, elle est responsable des activités jeune public et des festivals qui ont lieu dans les CINEMAX. Elle enseigne la distribution à la Faculté du film VSMU Bratislava.

chers, and often leads post-screening discussions with students. In 2010 she took part in the Young Audience seminar held by Europa Cinemas in Bologna.

Elena Mascioli est co-fondatrice du **Farnese CinemaLab**, projet éducatif du cinéma Farnese Persol à Rome, créé pour gérer des séances scolaires et projets éducatifs. Elle est responsable de la rédaction et de la sélection des supports pédagogiques mis à disposition des étudiants et des professeurs. Elle anime souvent des discussions avec les étudiants après les séances. En 2010, elle a participé au séminaire Jeune Public organisé par Europa Cinemas à Bologne.

### Mary Nazari (Russia)



Mary Nazari graduated from Moscow State University, where she studied psychology and psychology of art. She is General Director and Head of Programming of the new art house cinema in Moscow, **Pioner**. As a producer, she worked on *Silent Souls (Osvyanki)* by Aleksei Fedorchenko, and is currently working on two films for Too much Pictures Film company.

Mary Nazari est diplômée de l'Université de Moscou en psychologie et psychologie de l'art. Elle est Directrice générale et responsable de la programmation d'un nouveau cinéma art et essai à Moscou, **le Pioner**. En tant que productrice, elle a travaillé sur *Silent Souls (Osvyanki)* de Aleksei Fedorchenko et travaille actuellement sur deux films pour la société Too much Pictures Film.

### Elena Mascioli (Italy)



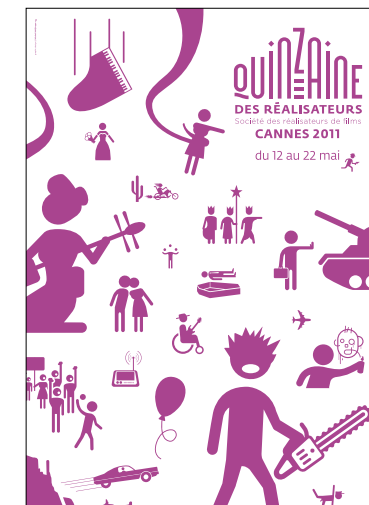
Elena Mascioli is co-founder of **Farnese CinemaLab**, the educational project team of Cinema Farnese Persol in Rome, which was created to manage the organization of school screenings and educational projects. She is in charge of writing and selecting the didactic material provided to students and tea-

### Vincent Paul-Boncour (France)



Vincent Paul-Boncour runs **Carlotta Films**, a distribution company which specializes in repertory films. Since its creation in 1998, the company has broadened its activities to include DVD releases and VoD. He also runs **Bodega Films** with his associate Jean-Pierre Gardelli, which recently distributed Europa Cinemas Label winner, *Nord*. In 2008 he took over as director of Network member cinema, **Le Nouveau Latina**, in Paris.

Vincent Paul-Boncour dirige la société de distribution **Carlotta Films**, spécialisée dans les films de repertoire. Depuis sa création en 1998, la société a étendu son activité à l'édition de DVD et à la VoD. Il dirige également, avec son associé Jean-Pierre Gardelli, **Bodega Films**, qui a récemment distribué *Nord* (Label Europa Cinemas). Il a repris en 2008 la direction d'une salle parisienne du réseau, **Le Nouveau Latina**.





# Contents

## 02 – 20 YEARS OF MEDIA

## 04 – FEEDBACK ON 2010

- 04 – 2010 Feedback: A stronger Network
- 08 – *Pina* in 3D: The surprise of the 2010 Network Conference in Paris
- 09 – Top 50
- 10 – Films to look out for: National successes in Network cinemas in 2010

## 13 – COMING SOON

## 14 – FESTIVAL CHEERS AND FEARS

- 14 – Festival cheers and fears
- 26 – Festival Scope: Online film festivals for professionals
- 28 – Bollywood comes to Central Europe
- 30 – Magyar Filmunió: Working closely with festivals around the world
- 32 – Broadening out the Sofia Meetings
- 34 – Les 400 Coups, at the heart of the Premiers Plans film festival in Angers
- 36 – Kino Pod Baranami: A festival treasure trove

## 38 – EUROPA CINEMAS INTERNATIONAL

- 38 – Cinemas and businesses form positive partnerships in Brazil
- 40 – Countries outside MEDIA: The expanding scope of distribution support
- 42 – In South Korea, multiplexes are also interested in European cinema
- 43 – Europa Cinemas International in 2010: A growing Network

## 44 – DIE FREMDE BREAKS THROUGH INTO THE EUROPEAN PUBLIC SPACE

## 46 – WHAT'S NEW?

## 48 – EUROPA CINEMAS LABEL

- 48 – *Above Us Only Sky*, Europa Cinemas Label, Berlin 2011
- 50 – Next stop: Karlovy Vary
- 51 – Directors' Fortnight: Welcome to the jury

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

Europa Cinemas 2011:  
60 Countries – 588 Cities  
1036 Cinemas – 2789 Screens

**Europa Cinemas**  
54 rue Beaubourg  
75003 Paris • France  
T +331 42 71 53 70  
F +331 42 71 47 55  
info@europa-cinemas.org  
www.europa-cinemas.org

With the support of

