

Éditorial

Les films européens ont connu une croissance record des entrées de 3 million d'entrées en 2015 et représentent 6 séances sur 10.

Les entrées pour les films européens dans le réseau Europa Cinemas ont augmenté de près de 3 millions pour atteindre un niveau record de 38 millions en 2015. Ce succès dans les près de 1 000 salles du réseau a contribué à une croissance de 7% des européennes et constitue la preuve de l'engagement des exploitants en faveur du cinéma européen, qui représente 6 séances sur 10. Europa Cinemas prouve à nouveau combien ces résultats sont essentiels pour les films et les réalisateurs dans les salles membres. *Youth, La Famille Bélier, The Theory of Everything, Amy, Timbuktu, 45 Years, Mia Madre, Le tout nouveau Testament* (sans oublier *The Lobster* et *Mustang*) se retrouvent en tête du box-office européen des salles membres du réseau qui atteint 227 millions d'euros pour l'année 2015.

Parmi les faits les plus remarquables du réseau en 2015, figure la croissance des séances proposées dans de nombreux pays d'Europe Centrale et Orientale, comme la Roumanie et la Bulgarie. Ces pays ont profité de nos nouvelles mesures de soutien en direction des circuits itinérants et des multiplexes et qui ont ainsi fait bondir de plus de 80% les résultats européens dans un réseau qui s'y est bien élargi.

Ces progressions sont le fruit d'un solide travail d'animation des exploitants notamment en direction des publics jeunes ou scolarisés. Ainsi, près de 7 salles sur 10 sont engagées dans une grande diversité d'activités innovantes qui permettent de déclencher un soutien financier de notre programme.

Dans notre newsletter de novembre 2015 nous présentions 26 salles « on the move » et dans celle-ci nous continuons notre tour d'Europe des salles les plus performantes du réseau. 16 d'entre elles apporteront ainsi la preuve que l'investissement, l'innovation, la recherche de l'audience sont plus que jamais les atouts des exploitants d'Europa Cinemas et la clef de leurs bons résultats pour diffuser la diversité de la production européenne dont le festival de Cannes est une formidable vitrine.

Bonne chance aux Dardenne, Loach, Almodovar, Assayas, Refn, Mungiu et à tous leurs collègues européens dont nous allons découvrir les films lors de ce Festival et que nous allons très vite présenter aux publics de nos 962 cinémas (2 320 écrans) implantés dans 576 villes d'Europe.

Claude-Eric Poiroux (Directeur Général) & Nico Simon (Président d'Europa Cinemas)

2015 en chiffres

L'année 2015 a été une année forte pour les salles Europa Cinemas, avec un record de fréquentation pour les films européens en 25 ans d'existence du réseau. Les films européens représentent 38 millions d'entrées dans le réseau, en hausse de 3 millions. Cette augmentation est en partie liée à l'expansion du réseau qui compte désormais 2320 écrans dans 30 pays MEDIA. Cet élargissement est à la fois le signe de la puissance grandissante du cinéma européen et de l'importance des salles indépendantes et d'art et essai pour la créer et la soutenir. Les résultats encourageants de l'année 2015 sont également conformes à une tendance générale à la hausse. L'Observatoire Européen de l'Audiovisuel fait état d'une croissance de 7,4% des entrées européennes sur le continent en 2015. L'analyse d'Europa Cinemas fait émerger un certain nombre de tendance qui nous donnent de bonnes raisons de faire preuve d'optimisme.

Un renouvellement des générations

Parmi la vingtaine de nouveaux réalisateurs en tête des classements des salles du réseau, trois cinéastes de moins de 40 ans font des débuts remarquables. **Alice Rohrwacher** (34 ans) attire 161 000 spectateurs dans nos salles (dont 92 000 en France) avec son second long-métrage, **Les Merveilles**. **Deniz Gamze Ergüven** (38 ans) a remporté le Label Europa Cinemas de la Quinzaine des Réalisateurs avec **Mustang** qui a engendré 274 000 entrées dans le réseau, dont 168 000 en France et 68 000 en Italie. Enfin, le film du réalisateur hongrois **László Nemes** (39 ans), **Le Fils de Saul**, Grand Prix à Cannes en 2015, réalise 205 000 entrées dans nos salles, dont 51 000 en Hongrie et 37 000 aux Pays-Bas.

Les membres d'Europa Cinemas sont optimistes quant à cette nouvelle génération qui se prépare à succéder à ces nombreux réalisateurs quarantenaires désormais bien identifiés par le public des salles art et essai : **Asif Kapadia**, **Yorgos Lanthimos**, **Ruben Östlund**, **Maiwenn**, **Stéphane Brizé**, **Thomas Vinterberg**, **Alberto Rodriguez**, **Tomm Moore**, **Grímur Hákonarson** et **Emmanuelle Bercot**.

Une très bonne année pour les auteurs à Hollywood

2015 a été une année forte pour le cinéma américain, avec 30% des séances. Parmi les grands succès dans le réseau, certains films américains très grand public trouvent aussi leur public dans les salles Europa Cinemas, comme **Jurassic World**, **Star Wars: The Force Awakens** et **Fifty Shades of Grey** (basé sur un livre écrit par un auteur anglais).

Parmi les tendances en 2015, trois films américains réalisés par des réalisateurs étrangers ont connu un grand succès : **Birdman** (Alejandro González Iñárritu), **Spectre** (Sam Mendes) et **The Imitation Game** (Morten Tyldum) ont chacun dépassé le million d'entrées dans les salles Europa Cinema. Le dernier film Woody Allen et deux films familiaux, les **Minions** et **Vice Versa** ont également rencontré leur public.

Paolo Sorrentino de nouveau en tête dans le réseau

La carrière en salle de **La Grande Bellezza** à peine achevée, **Youth** a attiré 850 000 spectateurs en 2015... avant même sa sortie dans une dizaine de pays européens en 2016. Dans quatre pays, le film a même réalisé plus de 100 000 entrées dans le réseau.

Trois films britanniques réalisent plus de 500 000 entrées dans le réseau

The Theory of Everything, *45 Years* et le documentaire *Amy* ont été réalisés par des cinéastes relativement inconnus et plutôt jeunes et ne doivent pas vraiment leur notoriété à un passage en festival. C'est donc presque une surprise de les trouver en haut de nos classements.

Deux films français dépassent également les 500 000 entrées

Le succès de *Timbuktu* est moins inattendu, ce dernier devant son succès aux salles françaises mais aussi aux 300 000 entrées réalisées à l'étranger. Le succès de *La Famille Bélier* se construit de son côté hors de France, avec 741 000 entrées dont 200 000 en Allemagne, 171 000 en Italie et près de 100 000 aux Pays-Bas. Avec *Samba* (432 000 entrées, entièrement à l'étranger), il montre que les comédies françaises sont bel et bien devenues un produit d'exportation certifié « made in France ».

Une belle diversité de films européens entre 300 000 et 500 000 entrées

Parmi ces films, on retrouve une grande diversité de genres et de styles, du film en costume à l'animation en passant par le drame ou la comédie : *Mia madre*, *Woman in Gold*, *Le Tout Nouveau Testament*, *Shaun the Sheep Movie*, *The Second Best Exotic Marigold Hotel*, *The Lobster*, *Mr Turner* et *La Loi du Marché*.

Victoria a réalisé 70% de ses entrées, en Allemagne, dans les salles Europa Cinemas, où il a attiré 274 000 spectateurs. Enjeu esthétique fort (il a été réalisé en un seul plan-séquence), le film a été remarqué de la critique dans ses pays de sortie.

Des films qui ont un succès sur le long terme

Plusieurs films poursuivent leur exploitation sur le long terme. Déjà bien classés en 2014, *Force majeure*, *The Salt of the Earth* et *Pride* sont sortis respectivement dans 17, 11 et 6 pays européens en 2015, et ont enregistré près de 300 000 entrées chacun.

Un succès atypique à noter : *Mandarines* de Zaza Urushadze (Estonie/Géorgie), sorti fin 2013 mais qui a peu circulé en 2014, est sorti en 2015 dans une dizaine de pays du monde, suscitant notamment un fort bouche à oreille dans les salles espagnoles de notre réseau (près de 50 000 entrées). Il poursuit sa route en ce début d'année 2016, en France et en Italie.

L'animation britannique en force

Le top 5 des films Jeune Public est dominé par l'animation britannique : *Shaun the Sheep Movie*, *Paddington* et *Song of the Sea* (un film irlandais réalisé par Tomm Moore). Avec les deux films français *Le Petit Prince* et *Ernest et Célestine*, nous avons d'ailleurs un top 5 dominé par les films d'animation.

Plusieurs films de Cannes 2015 en tête des programmations dans leurs pays d'origine

Parmi les films passés par Cannes en 2015, de nombreux succès publics dans les salles Europa Cinemas de leurs pays d'origine : *The High Sun* en Croatie (Un Certain Regard), *Le Tout Nouveau Testament* en Belgique et *Les 1001 Nuits* au Portugal (Quinzaine des Réalisateurs), *The Lobster* en Grèce et *Le Fils de Saul* en Hongrie (Compétition officielle) ou bien encore le documentaire consacré à Ingrid Bergman *Jag är Ingrid* en Suède (Cannes Classics). Ces films ont également une belle carrière en dehors de leur pays de production.

Des succès populaires révélateurs de leurs cultures d'origine

Les salles font aussi place aux succès populaires. En tête des programmations viennent ainsi plusieurs films dont le succès reste très national, tels la grande comédie espagnole record ***Ocho apellidos catalanes*** (188 000 entrées dans les salles espagnoles du réseau), le film estonien de guerre ***1944***, le film en costume néerlandais ***Publieke Werken***, le thriller politique roumain ***De ce eu ?***, le film catastrophe norvégien ***Bølgen*** et la comédie « policière » allemande pour les enfants, ***Rico, Oskar und das Herzgebreche***.

Demain ou la rencontre d'un sujet, des salles et du bouche à oreille

Sorti le 2 décembre en France avec une certaine modestie (154 copies), le documentaire de Mélanie Laurent et Cyril Dion atteignait déjà les 300 000 entrées (dont 75 000 dans les salles Europa Cinemas) à la fin de l'année. Parmi les raisons de son succès : le rôle des réseaux sociaux, une importante communauté de spectateurs fédérée par la plateforme de financement participatif et une grande tournée d'avant-premières. Le film dépassera le million d'entrées et se révèle un succès à l'étranger, notamment en Belgique et en Suisse.

Claude-Eric Poiroux, Jean-Baptiste Selliez

BULGARIE

« LUCKY » HOME OF CINEMA (PLOVDIV)

Créer des liens avec un nouveau cinéma à Plovdiv

Pendant longtemps, une ville de la taille et de l'importance de Plovdiv ne possédait pas de cinéma présentant un programme d'Art et d'Essai régulier. « Lucky » Home of Cinema vise à présenter au public des films de qualité qui ne trouvent pas leur place dans les multiplexes. Le cinéma se trouve dans la maison de la science et de la technologie et a trois écrans avec un total de 345 fauteuils. Il a été entièrement rénové et équipé de technologie moderne. Il est géré par Yanaki Dermendzhiev et Borislav Lalev, les copropriétaires.

Il y a deux ans, la carte des cinémas présentant des films européens en Bulgarie était très étrange. Il y avait un gros point rouge à Sofia, la capitale, et le secteur le plus à l'Ouest du pays, et un petit point rouge à Varna, ville côtière – connue comme la capitale d'été - et le secteur de plus à l'Est. Notre mission était simple : relier les points.

Il y avait deux façons d'atteindre ce but. L'une était d'attendre des subventions externes, de concentrer notre énergie sur la rédaction de projets, en fonction des budgets que nous pouvions obtenir. La deuxième approche était de foncer et d'y croire, croire en la nécessité de notre entreprise, en faisant confiance à notre know-how, nos capacités et finalement, au public, en étant confiants que les financements suivraient. C'est la voie que nous avons choisie.

Deux ans plus tard, nous avons 4 cinémas et 7 écrans, dont 3 dans des villes très pauvres et régions sous-développées (Vidin, Vratsa, Targovichté), et un dans la ville de Plovdiv, qui, heureusement pour nous, a été retenue en tant que capitale européenne de la culture pour 2019. En novembre 2015, « Lucky » Home of Cinema à Plovdiv est devenue membre du réseau Europa Cinemas, ce qui est pour nous une formidable réussite.

En 2015, nous avons accueilli plus de 27 000 spectateurs et projeté plus de 2 000 films, et près de 70% de notre programmation était dédiée aux films européens.

Mais les chiffres sont ennuyeux et toujours abstraits hors de leur contexte. Les personnes, en revanche, ne le sont pas. En 2012, nous avons mis en œuvre un autre projet – un grand cinéma ambulant/circuit itinérant/cinéma « caravane », avec un équipement haut de gamme, un écran de 14x7m, etc. Avec l'aide d'un sponsor, durant toute une année, nous avons parcouru plus de 50 villes ; Plusieurs d'entre elles n'avaient plus de cinéma depuis 20 ans. En 2013, le projet pris fin – nous avons perdu l'argent. Mais nous n'avons pas perdu notre motivation : ce qu'on ne peut pas voir en ne regardant que les chiffres, ce sont les visages des personnes qui viennent nous parler après la projection, des personnes qui ont la trentaine et qui n'avaient encore jamais vu de film au cinéma de leur vie. Beaucoup d'entre eux n'avaient jamais vu un film européen, mis à part des vieux films réchauffés d'il y a 20 ans à la télévision. Lorsque nous avons ouvert notre cinéma « Lucky » Home of cinema – c'est exactement ce que nous recherchions : retrouver ces expressions sur les visages.

Mais nous avons dû faire face à un second défi. Nous ne voulions pas seulement que des gens viennent une ou deux fois au cinéma, mais nous voulions créer un réel intérêt suivi pour le cinéma européen d'Art et d'Essai – afin de créer une communauté, un sentiment d'appartenance à un club. Nous avons donc commencé à organiser divers festivals et programmes spéciaux : des « échos » des plus grands festivals du pays, qui ont principalement lieu à Sofia, ainsi que des soirées-rencontres et discussions avec des réalisateurs bulgares.

Nous sommes particulièrement heureux de notre festival du film pour enfants, qui a lieu chaque année de janvier à la mi-mars, avec des projections gratuites pour les enfants et des prix réduits pour les adultes (2 €). C'est le plus grand festival d'animation pour les enfants du pays, en termes de nombre de projections, de nombre de films (24) et de durée : un festival pour les plus jeunes, souvent laissés pour compte dans de nombreux domaines dans notre pays. Nous voulons montrer que le film d'animation de qualité existe en dehors des États-Unis (principalement en Europe, mais aussi en Afrique du Sud, au Canada, au Japon) – Maya l'abeille, Little Big Panda, Winx Club, l'aventure magique, etc. Nous avons des poupées des personnages des films dans le foyer du cinéma et nous invitons les enfants à jouer et interagir avec elles. Les billets pour les projections sont souvent tous vendus.

Afin de projeter de nombreux films européens, nous devons d'abord nous assurer qu'ils arrivent jusqu'à notre pays. Nous distribuons la moitié des films que nous présentons - souvent à perte, mais le public change et les goûts évoluent.

Début 2015, nous avons ouvert le bar-café « Fargo » dans l'immeuble du cinéma. Nous y avons placé un ancien projecteur, des objectifs, des pellicules de cinéma (16 et 35 mm), une machine 16 mm, un projecteur de diapositives, et des bobines de film métalliques à la disposition des visiteurs, tandis qu'ils prennent un café et discutent des films qu'ils viennent de voir/qu'ils vont voir. Un jeudi sur deux, nous organisons des projections gratuites de courts métrages et des séances de rencontre avec de jeunes cinéastes dans le café.

Tout ce que nous faisons est basé sur l'espoir que le public va apprécier ce que nous faisons pour eux et nous rendre bien plus que ce que nous attendons. Nous voulons projeter des films qui stimulent les jeunes, les font réfléchir et pas seulement consommer. Nous essayons de faire passer le message que le cinéma n'est pas seulement des effets spéciaux et le dernier truc en vogue, mais qu'il y a aussi de nombreux magnifiques films européens qui reflètent nos vies et de notre réalité à travers l'objectif de notre quotidien.

Notre objectif pour la fin 2016 est d'initier une « académie » interactive avec des ateliers où les jeunes pourront être créatifs, inspirés des films qu'ils ont vu, tout en étant guidés par des experts et des tuteurs... et ainsi, continuer à relier les points.

Yanaki Dermendzhiev

DANEMARK

ØST FOR PARADIS (AARHUS)

Un cinéma d'Art et d'Essai spécialisé dans les événements, apportant un petit plus au public

À Øst for Paradis, nous essayons toujours de trouver de nouvelles manières originales de cibler notre public, parmi lequel nous pensons compter les cinéphiles les plus passionnés d'Aarhus. Jeunes hipsters créatifs ou intellos cinéphiles de la vieille école, ils viennent tous dans notre cinéma d'auteur. Ils ont tous une chose en commun : leur amour du cinéma. Comme nous.

Øst for Paradis se trouve au cœur d'Aarhus et a été fondé en 1978 dans le but de projeter des films n'étant pas programmés dans d'autres cinémas. Les fondateurs voulaient également créer une ambiance marquée à la fois par l'enthousiasme et le confort. Notre cinéma est un lieu où l'on peut déguster une bonne tasse de café ou un verre de vin en conversant avec ses amis ou avec notre équipe. Au fil des ans, nous sommes graduellement devenus un cinéma d'Art et d'Essai spécialisé dans les événements, et nous essayons donc d'organiser des soirées spéciales qui changent la manière de voir les films, et qui renforcent le dynamisme et la joie d'être un amoureux du cinéma dans la « ville des sourires ».

2015 a été une excellente année pour le cinéma danois dans son ensemble, et 14,2 millions de billets ont été vendus au niveau national. Toutefois, la majorité des billets a été vendue pour des blockbusters américains et des films commerciaux danois, tandis que les films plus artistiques représentent seulement 5 à 7 pourcent du marché. Bien que nous programmions avant tout des films européens, 2015 a été une bonne année pour notre cinéma. Des films tels qu'Amy, Snow Therapy et Ida se sont démarqués et ont connu un grand succès à Øst for Paradis.

Tenir un cinéma d'Art et d'Essai est un défi, et nous avons connu des périodes financièrement difficiles, mais, comme dans la chanson des Beatles, « I get by with a little help from my friends » (on s'en sort avec un peu d'aide de [nos] amis). En 2007, l'organisation « Paradisets Engle » (les anges du paradis) ont rassemblé environ 100 000 € pour la rénovation de Øst for Paradis. Aujourd'hui, nous sommes fiers de notre cinéma d'auteur rénové, bien visité et spécialisé dans les événements, et nous avons désormais sept écrans au lieu des quatre de départ. Cette expansion a renforcé notre position, vu que nous sommes maintenant en mesure de proposer une plus grande variété de films – même les plus excentriques et artistiques. Les films peuvent également rester à l'affiche plus longtemps, ce qui a prouvé être très positif.

Nous avons aussi une société de distribution qui existe depuis 1980 et qui importe 10 à 12 titres par an pour le marché danois. L'un de ces films en 2015 était Snow Therapy, qui a été l'un des plus gros succès de 2015 à Øst for Paradis. Notre société de distribution et les films pour lesquels nous achetons les droits pour le Danemark contribuent non seulement à notre dynamisme économique, comme cela a été le cas avec Snow Therapy ou Goodbye Lenin !, mais cela nous donne l'opportunité d'élaborer nous-mêmes la stratégie de marketing de ces films. C'est un grand privilège de pouvoir disposer de ces films de qualité et d'élaborer des stratégies de marketing au-delà notre propre cinéma. Nous coopérons avec d'autres cinémas tels que Grand Teatret, Vester

Vov Vov, Empire Biograf et Gloria Biograf (tous situés à Copenhague), mais aussi Nicolai Biograf (Kolding), Biffen Nordkraft (Aalborg) et Café Biografen (Odense). Avec ces autres cinémas d'Art et d'Essai, nous échangeons des idées pour des événements, des actions de promotions, etc. et nous les partageons ensuite avec un même objectif, celui de s'assurer que les films que nous distribuons ont du succès, non seulement à Øst for Paradis, mais aussi dans les autres cinémas.

Nous sommes très fiers de cette collaboration et le partage d'idées au-delà des villes nous a fourni une grande quantité de matériel pour nos événements. Cela est important, vu que nous sommes un cinéma d'Art et d'Essai spécialisé dans les événements, et que nous organisons plusieurs événements chaque semaine. Lorsque nous créons un événement pour la sortie d'un film, nous nous posons la question de savoir quel type de public ce film cible: est-ce un film particulièrement « jeune », ou va-t-il plutôt plaire à un public plus mûr qui aime le vin rouge français ? Le film intéresse-t-il plutôt les amateurs d'art, de culture, ou de mode ? Quoi qu'il en soit, nous pensons aux centres d'intérêts de notre public cible sans toutefois exclure le reste du public de l'événement. Nous aimons organiser des événements qui entretiennent la cinéphilie de notre public, stimulent la discussion et donnent envie d'en savoir plus, tout en ajoutant une dimension supplémentaire au film.

The Fencer, un film finlando-estonien qui est sorti en mars cette année et que nous avons nous-mêmes importé, est un exemple tout récent. Nous avons organisé un exposé d'un historien de l'université d'Aarhus, un match d'escrime plein d'action qui a eu lieu dans le cinéma, et - en clin d'œil ironique à l'occupation soviétique de l'Estonie à l'époque -, nous avons servi des 'White Russians' dans notre café. Ce dernier détail a attiré de nombreux étudiants. La première a été un grand succès et des événements similaires ont eu lieu à Copenhague et à Aalborg. Nous essayons de vivre à l'âge numérique en faisant la promotion de nos événements, de nos films, et de notre cinéma. Nous sommes à la fois sur Facebook et Instagram, mais nous nous assurons que ceux qui utilisent peu les réseaux sociaux et qui préfèrent les journaux et les magazines ne soient pas laissés pour compte.

A une époque où le streaming devient de plus en plus populaire et où les films sont mis en ligne peu de temps après leur sortie, nous réfléchissons bien sûr à notre rôle en tant que cinéma. Mais au bout du compte, nous sommes convaincus que Øst for Paradis est plus que juste un lieu où les gens viennent voir des films. C'est également un espace de rencontre, un lieu de prédilection, et nous essayons de donner ce petit plus à notre public, afin qu'ils choisissent nos fauteuils en velours rouge plutôt que leur canapé. XX

Sofie Jensen

ESTONIE

KINO SÕPRUS (TALLINN)

Projeter le meilleur du cinéma non-‘mainstream’

À l’occasion de la réouverture du Kino Sõprus (sõprus signifie amitié) en avril 2010, le réalisateur estonien Andres Maimik a déclaré : « ...Le cinéma, ce n’est pas la fin d’une journée de travail. Le cinéma doit être plus grand que la vie. Nous sommes entourés de trop d’écrans trop petits, nous regardons trop souvent par le trou d’une serrure, il y a trop de ‘YouTube’ et de téléchargement. Sur un grand écran, tout est plus grand que nature – les émotions, les crimes, le rire, la mélancolie.

Même si le cinéma ne touchait rien qu’un seul cœur, nous en aurions définitivement besoin... »
Le légendaire Kino Sõprus dans la vieille ville de Tallinn a été construit en 1955. Kino Sõprus, « socialiste dans sa substance, national dans sa forme », était représentatif du cinéma de Tallinn durant l’ère soviétique. Après l’indépendance de l’Estonie en 1991, le cinéma comme il l’était à l’origine a fermé et seul une des deux salles a continué d’être utilisée, la deuxième salle étant transformée en boîte de nuit. Toutefois, en 2009, le deuxième écran fut également fermé. NPO Black Hand, l’exploitant actuel du Kino Sõprus, rénova l’unique salle restante et rouvrit les portes au public en avril 2010.

Tallinn, la plus grande ville d’Estonie, compte 450 000 habitants et six cinémas avec une trentaine d’écrans ouverts quotidiennement. En 2015, 276 nouveaux films ont été projetés. Selon les statistiques de la fondation estonienne du film, les parts de marché de la distribution des films étaient réparties de manière suivante : 63% de films américains, 34% de films européens (dont 11% d’estoniens) et 3% de films venant du reste du monde.

Une concurrence serrée dans le milieu du cinéma, la propension du public envers les films américains et des premières quasi-quotidiennes dans toute la ville sont des défis constants pour Kino Sõprus avec son écran unique. Les petits cinémas d’Art et d’Essai qui tentent de survivre à côté des multiplexes ne bénéficient pas d’un système de subventions nationales garanties en Estonie, ce qui d’une part rend les projets d’avenir difficiles, mais d’un autre côté nous force à travailler plus dur. L’Estonie n’a pas d’archives du cinéma et les gens ne sont pas habitués à voir des films d’archives. Afin de remplir le rôle d’archive, de rester sur le marché, de renforcer notre position et d’éduquer le public, les festivals, les soirées de films d’auteur, les soirées documentaires, les rétrospectives des œuvres de grands réalisateurs mondiaux, ainsi que d’autres événements sont devenus des parties intégrantes du programme de films allant à l’encontre du cinéma conventionnel soigneusement choisis de Kino Sõprus. C’est un mélange particulier, un lieu où des festivals, des films d’archives et le cinéma d’auteur moderne se rencontrent. Nous essayons dans la mesure du possible de projeter les films dans le format originellement choisi par le réalisateur. Lorsque nous avons acheté notre projecteur de cinéma numérique, il était très important pour nous de garder notre projecteur de cinéma 35 mm.

Depuis notre réouverture, le programme du nouveau Sõprus s’est concentré sur la programmation de la crème du cinéma allant à l’encontre du cinéma conventionnel. Nous avons acquis nous-mêmes la majorité des films projetés au Kino Sõprus. Les films qui ont connu le plus de succès au

Sõprus l'année dernière étaient *45 ans* d'Andrew Haigh et *Snow Therapy* de Ruben Östlund.

Au fil des ans, nous avons ravi notre public avec des grandes rétrospectives des maîtres de l'histoire du cinéma – Michelangelo Antonioni, John Cassavetes, Federico Fellini, Jean-Luc Godard, Aki Kaurismäki, Wim Wenders, Walt Disney, Pier Paolo Pasolini, Akira Kurosawa, Roman Polanski, Wes Anderson, Éric Rohmer, Jim Jarmusch etc.

À partir de la 3e année, nous avons organisé une initiative de cinéma d'auteur dans le cadre de laquelle nous projetons des perles de l'histoire du cinéma mondial durant une soirée par mois. L'objectif de la série cinéma d'auteur est d'offrir au public local une introduction au discours des films de qualité et de présenter des réalisateurs dont la vision artistique unique a marqué pour toujours l'histoire du cinéma. Nous avons aussi lancé un cycle mensuel de documentaire qui introduit le genre, projetant les meilleurs documentaires du passé éloigné et plus récent.

Le but de notre programme « les étudiants au cinéma » lancé il y a trois ans est d'éduquer le jeune public, habituer les jeunes à l'idée que le cinéma ne doit pas être nécessairement fait de popcorn et de divertissement, mais que c'est aussi un lieu où l'on peut acquérir de nouvelles connaissances.

À partir de l'automne, nous allons ouvrir un ciné-club pour les jeunes où, en plus de regarder des films, les jeunes pourront en apprendre plus sur la genèse d'un film.

Nous croyons qu'un programme diversifié et une communication plus efficace en termes de marketing nous aideront à créer de meilleures conditions pour une hausse du nombre d'entrées. Un programme de qualité se vend souvent lui-même et avec chaque cycle de films et événement spécial, nous voulons offrir des expériences cinématographiques à différents groupes cibles. Outre les techniques de marketing traditionnel et les campagnes de marketing ciblées, nous utilisons beaucoup de marketing croisé, et – c'est une nouvelle tendance – organisons des événements cinématographiques éphémères devant le bâtiment du cinéma.

Toutefois, outre un programme de qualité, un cinéma a également besoin d'une équipe soudée et d'un public cinéphile. Cette année, notre équipe a décidé de remercier notre public et de célébrer ensemble le 98e anniversaire de l'Estonie. En coopération avec la télévision estonienne, nous avons diffusé le concert d'anniversaire et la cérémonie de réception du président dans notre cinéma. Nous avons également organisé un quiz pour lequel nous avons auparavant enregistré des réponses du ministre estonien des affaires étrangères, du président du Riigikogu (le parlement estonien) et d'acteurs et de chanteurs connus. Nous avons servi de savoureux snacks et la soirée s'est agréablement terminée. Le public a été très touché par le fait que les employés avaient préparé les mets du buffet. Pour l'équipe du Kino Sõprus, préparer 58 kg de salade de pommes de terres, faire cuire 200 œufs et faire 300 sandwiches au poisson et aux œufs n'est pas une corvée, c'est du pur plaisir ! Le cinéma est une passion. Le cinéma est un besoin. Le cinéma est Sõprus.

Kristel Lipand

FRANCE

LES CARMES (ORLEANS)

Rajeunir l'image des cinémas d'auteur

« Les Carmes » est LE cinéma indépendant d'Art et d'Essai d'Orléans. Il est classé « Art et Essai », il fait partie du réseau d'Europa Cinemas, et est également labélisé « Recherche/Découverte », « Patrimoine/Répertoire » et « Jeune Public », ce qui signifie que le cinéma projette un grand nombre de films destinés à un public jeune, ainsi que des œuvres de reprise présentant un intérêt historique et ambitieux de manière à se qualifier pour ce label. La qualification « Art et Essai » avec près de 98% de films « recommandés » est une manière de récompenser le travail accompli autour des œuvres que nous projetons. Elle symbolise également un certain esprit dans la démarche de programmation. Nous croyons que regarder un film est autant une activité culturelle qu'un divertissement.

Mais c'est aussi une affaire, et en 2015, nous avons eu des recettes brutes de plus de 620 000 € pour plus de 130 000 spectateurs, ce qui représente une augmentation de 5% par rapport à 2014. Au cours des 12 derniers mois, nos films européens qui ont connu le plus de succès étaient Mustang de Deniz Gamze Ergüven, Mia Madre de Nanni Moretti et La isla minima d'Alberto Rodríguez. Ce dernier fut une grande surprise, l'un de ces miracles pour un film magnifique sorti durant la période calme de l'été ! Cela a rempli notre été 2015.

L'une des particularités du cinéma Les Carmes est qu'il appartient en partie en copropriété à ses employés. Nous avons acheté le cinéma en 2013 et comme la plupart des cinémas d'auteur, nous avons un problème d'image. Un grand nombre de spectateurs français semble penser que les cinémas d'Art et d'Essai ne sont destinés qu'à un public plus âgé et ne programment que des films ennuyeux à voir dans des fauteuils inconfortables. De plus, les chaînes de cinéma et les multiplexes ont commencé à élargir leur sélection et à ajouter aux films grand public des films plus pointus et films d'auteurs. L'aspect positif est qu'ils contribuent à rendre des films d'auteurs films grand public (ou est-ce le contraire ?), mais en même temps, ils marginalisent les cinémas d'Art et d'Essai et rendent l'accès à ces films exclusif, voire impossible, dans certaines villes.

Ainsi, afin de changer d'image, nous avons rapidement décidé de changer les fauteuils dans nos trois salles et de renouveler le décor du cinéma. Vu que nous ne pouvions pas nous permettre de fermer – si ne nous voulions pas perdre notre public et les voir partir dans l'un des 27 écrans Pathé à Orléans et ses environs – nous avons gardé un écran en service durant l'été et programmé Winter Sleep. Nous avons aussi diversifié notre sélection. Bientôt, nos choix éditoriaux sont devenus plus cohérents et les entrées ont commencé à augmenter, ce qui a rendu les films plus accessibles.

Toutefois, l'opération nationale « 4 € [la place] pour les moins de 14 ans » a représenté un grand défi pour nous dans le cadre de notre stratégie visant à regagner de nouveaux jeunes publics : avec ce tarif, les grandes chaînes de cinémas sont devenues encore plus attrayantes qu'elles ne l'étaient, car elles semblent tout à coup moins chères. Nous avons alors également baissé nos prix à 3,50 €, une initiative couronnée de succès auprès de notre très jeune public et chez les enfants de moins de 12 ans accompagnés par leurs parents. Mais le public des adolescents nous manquait encore.

Nous avons identifié deux problèmes : cette catégorie de spectateurs semble penser que les places de cinéma sont chères et que les films que nous programmons n'ont pas un grand impact de

marketing. En ce qui concerne le prix, il est ironique de penser que les cinémas d'Art et d'Essai en France sont considérés chers alors que nous proposons souvent un prix en deçà des chaînes de cinéma. Et nous dépensons et investissons plus dans la sortie d'un film que les chaînes de cinéma qui souvent facturent aux distributeurs des frais de bandes annonces et pour les affiches...

En ce qui concerne les stratégies de marketing, il est rapidement devenu clair que nous devrions nous charger nous-mêmes de notre promotion et de notre publicité. Nous avons alors décidé d'organiser un festival destiné aux adolescents et pré-adolescents, ce qui nous donnerait l'occasion de cibler ce public particulier et de faire de la publicité pour plusieurs films. Le défi est de ne toutefois pas éloigner notre public d'habités « anciens ».

Nous avons finalisé ce projet début 2016 et l'avons baptisé « New Waves, le festival des 12-25 ans et plus ». Plutôt que de projeter les films pour adolescents habituels, nous avons sélectionné des films d'auteur et films de genre car nous pensons que l'une de nos missions principales est de susciter la curiosité. Selon nous, des films tels que Mustang, Bande de filles, La isla minima, Blue Ruin, Green Room et Midnight Special peuvent et devraient plaire à un public jeune, mais que la stratégie marketing de ces films ne ciblait pas leur catégorie d'âge. La plupart des adolescents ignorent leur simple existence, et une part de notre mission est de les en informer, de leur faire savoir qu'il existe un autre type de cinéma que X-Men et Avengers !

Malgré nos débuts difficiles, nous avons réussi à doubler le pourcentage de notre public d'adolescents durant le festival. Le plus grand succès du festival étant... Blade Runner ! Nous nous réjouissons de renouveler l'expérience l'année prochaine, mais aussi de continuer à trouver de nouveaux moyens de renouveler et diversifier nos publics et de renforcer l'expérience cinématographique.

Michel Ferry, Directeur et programmeur

ALLEMAGNE

ATLANTIS, GONDEL, SCHAUBURG (BREME)

Trois cinémas fraîchement rénovés et équipés de technologies haut de gamme

Situés dans trois lieux différents et sur quatre écrans, le « Bremer Filmkunsttheater » programme des films sophistiqués venant de toute l'Europe et du monde, y compris des films indépendants, des films en version originale, des premières, des avant-premières surprise, des documentaires et des projections scolaires.

Les émotions suscitées par un film et l'expérience de partager ces émotions avec autrui sont des moments uniques que nous souhaitons préserver. Ainsi, malgré la numérisation cinématographique, nous apprécions encore l'ambiance nostalgique et le charme spécial de la culture cinématographique traditionnelle.

L'année 2015 a été une année ordinaire pour nos cinémas. Nous avons réalisé légèrement moins d'entrées que l'année précédente, mais au total dans les trois cinémas nous avons totalisé 200 000 entrées. Notre liste des 10 films ayant connu le plus grand succès est principalement constituée de films européens : Frau Müller muss weg!, Honig im Kopf (Head Full of Honey), Victoria, La famille Bélier, La femme au tableau, Fritz Bauer, un héros allemand et Moi et Kaminski. Les films européens représentent environ 80% des films de notre programme.

Les moments forts de cette année étaient nos premières avec des invités d'honneur : Gabriela Maria Schmeide a présenté Frau Müller muss weg !, Wolfgang Kohlhaase et Peter Rommel sont venus pour la sortie de Le temps des rêves, Josef Hader nous a fait l'honneur de présenter Life Eternal, Tom Schilling et Emilia Schüle étaient à Brême pour la sortie de Tod den Hippies (Punk Berlin 1982), et, entre autres, Oliver Hirschbiegel et Christian Friedel ont présenté Elser, un héros ordinaire.

Le cinéma Schauburg est le plus grand de nos trois cinémas, et également le plus ancien cinéma de Brême. Il offre un havre cinématographique aux cinéphiles et comporte 349 fauteuils répartis en deux salles modernes, équipés d'une technologie de projection numérique de pointe. Le Schauburg attire plus de 100 000 personnes par an malgré une forte concurrence. Tom Tykwer, Fatih Akin, Margarethe von Trotta ou Hans-Christian Schmid ne sont que quelques-uns des cinéastes qui ont présenté leurs œuvres en personne dans notre cinéma. En 2010, le foyer du Schauburg a été totalement rénové. Dans une pièce décorée d'affiches de films signées et de photos de nos événements, le public peut s'installer confortablement et profiter de la vue sur le quartier animé de Steintor à travers la baie vitrée frontale. Des journaux, magazines et une petite bibliothèque invitent à s'attarder et à apprécier l'atmosphère du foyer.

Le cinéma Gondel a ouvert dans les années 1950 et est situé dans le quartier de Schwachhausen, un quartier résidentiel. L'auditorium est cosy, revêtu de peluche, de quinze rangées de fauteuils en velours rouge, permettant aux spectateurs de profiter confortablement assis de l'écran de presque 50 mètres carrés. La technologie de projection a été numérisée en 2012 et est désormais haut-de-gamme. Notre programme offre des films pointus, consistant principalement de productions européennes. La première projection commence à midi, suivant l'exemple français du « cinéma de

midi ». Une autre inspiration française, outre les snacks français et la décoration de notre foyer, est l'avant-première surprise en français qui a traditionnellement lieu chaque dernier mercredi du mois. Le foyer du Gondel a été rénové et agrandi en 2013, et il s'est enrichi d'un accueillant bistro français comprenant un grand bar et dont les murs sont ornés de nombreuses photos de célèbres visiteurs, ce qui apporte une merveilleuse touche finale au nouveau look. Avant ou après le film, le bistro du Gondel offre l'ambiance parfaite pour se détendre et passer un moment en famille ou entre amis.

Le cinéma Atlantis se trouve au cœur de la vieille ville de Brême. Le cinéma était opérationnel en 1930 et a gagné de nombreux prix pour son programme exceptionnel de longs métrages et de films documentaires. Il comporte 88 fauteuils dans un auditorium moderne à l'air conditionné. Dans le cadre du cycle « film du dimanche », des films allemands et internationaux sont projetés avant leur sortie nationale. Tous les deux mois, en coopération avec l'institut psychanalytique (Psychoanalytisches Institut e.V.), un film est suivi d'une discussion mettant l'accent sur la perspective psychanalytique. Cet événement a connu une popularité croissante au cours des années, et se réjouit de sa bonne fréquentation. Une fois par mois, et en coopération avec l'« Instituto Cervantes Bremen », Atlantis présente des premières de films espagnols projetés en version originale. Le foyer du cinéma Atlantis a trouvé sa forme actuelle en 2011 mais a été rénové en automne 2015. Ses murs sont recouverts de grands portraits de Glenn Close, Marcello Mastroianni et Rainer Werner Fassbinder, ce qui confère à Atlantis le caractère d'une petite oasis cinématographique au cœur de la vieille ville.

Finalement, notre annuel « Cuba Festival » avec des films, de la musique et des mojitos, qui a eu lieu l'été dernier sous des températures tropicales, a permis au public de goûter à une atmosphère des Caraïbes, dans la rue jusqu'au petit matin.XX

Manfred Brocki, Directeur

HONGRIE

URÁNIA ET BÉKE (MISKOLC)

L'engagement pour le cinéma européen porte ses fruits !

Les cinémas Uránia et Béke se trouvent dans un centre culturel, « la maison des Arts », à Miskolc – la quatrième ville de Hongrie. Avant la construction de ce centre, le bâtiment abritait un cinéma de 700 places, établi en 1925. Le bâtiment actuel comprend une salle de concerts, une galerie d'art et deux salles de cinéma (de 140 et 70 places). Nos deux cinémas sont qualifiés de cinémas d'Art et Essai et plus de 50% de notre programmation est composée de films d'auteurs !

Avant son emplacement actuel, le cinéma se trouvait dans un autre bâtiment, également situé dans le centre de Miskolc. Ce cinéma d'Art et d'Essai était le premier des cinémas de cette catégorie hors de Budapest à rejoindre le réseau d'Europa Cinemas. La situation des cinémas locaux a subitement changé en 2000 lorsque deux cinémas multiplex de grande capacité ont ouvert (l'un d'entre eux a depuis fermé ses portes). Depuis lors, nous avons changé notre profil et nous sommes concentrés sur les films européens, hongrois et les films internationaux d'Art et d'Essai. La règle est la même : nous projetons des films qui ne sont pas projetés dans les cinémas multiplex.

L'année 2015 a été une bonne année pour l'industrie cinématographique hongroise, et surtout pour les 60 cinémas Art et Essai du pays. En 2015, plus de 1,1 million de spectateurs se sont rendus dans ces cinémas et nos salles Uránia et Béke ont accueilli plus de 50 000 personnes. En comparaison avec 2014, cela représente une augmentation d'environ 15%. Au cours des quatre dernières années, nos cinémas ont connu une forte hausse de leur nombre d'entrées : + 105% entre 2012 et 2015. La technologie numérique a joué un grand rôle dans ce processus. Les coûts de cette technologie ont été pris en charge par le ministère de la Culture (75%) et par la municipalité de Miskolc (25%), qui est également le propriétaire de la société.

Les films européens projetés ayant connu le plus de succès en 2015 étaient : Le fils de Saul (Hongrie), Liza, the Fox Fairy (Hongrie), Qu'est-ce qu'on a fait au Bon Dieu ? (France), Taken 3 (France) et Le Petit Prince (France). Une caractéristique du marché hongrois, qui est considéré comme un marché de petite capacité, est que seule une petite partie des productions européennes est proposée en Hongrie – ce qui veut dire que de nombreux films ne sortent pas en Hongrie.

A en juger par les premiers mois, le marché n'est pas aussi fort cette année qu'en 2015, notre objectif est donc de maintenir (ou d'augmenter légèrement) les bons résultats de l'année dernière en terme de nombre d'entrées.

Notre programmation vise à proposer tous les films d'auteur disponibles en mettant un accent particulier sur les films européens. Le programme « Panorama européen » est appliqué toute l'année, ce qui signifie que nous avons toujours un nouveau film européen à l'affiche dans l'un de nos salles. Chaque année, nous organisons une semaine du film français, des journées du film polonais, et une semaine du film d'une autre nation, ainsi que des programmes thématiques. La semaine du film français est bien fréquentée, et a eu lieu pour la 24e fois l'année dernière. Notre

partenaire de coopération dans l'organisation de cet événement est l'Alliance Française, et notre groupe-cible comprend les étudiants de français. Nous avons des relations de longue date avec les établissements scolaires de la ville et nous leur proposons régulièrement des programmes spéciaux.

Notre projet le plus prestigieux est le Festival international du film de Miskolc, Jameson CineFest, qui a lieu chaque année en septembre, et dont la 13e édition aura lieu en 2016. Mis à part les courts métrages et les films documentaires, notre programme de compétition comprend 20 à 25 long métrages sélectionnés sur la base des films les mieux reçus à la Berlinale, à Cannes et au festival de Locarno. Tous ces films connaîtront leur première hongroise lors de CineFest. Le festival a pour but d'attirer l'attention des distributeurs sur ces films, généralement avec succès. Un tiers des films projetés accèdent à la chaîne hongroise de distribution de films. Le festival offre plus que des projections, avec plusieurs ateliers et programmes professionnels. Nous avons un accord stratégique avec l'université de Miskolc : dans ce cadre, les étudiants ont l'occasion de participer à des ateliers cinématographiques et des cours de maître proposés par des experts hongrois et internationaux. Le festival est également un lieu de rencontre pour les exploitants de cinéma d'Art et d'Essai hongrois. Chaque année, nous organisons une conférence et un atelier sur des sujets d'actualités concernant les films d'auteur. Grâce au festival, dans notre ville, le nombre de spectateurs – en particulier le jeune public - est en hausse. Cela a pour conséquence que le nombre de spectateurs que nous accueillons dans nos cinémas est toujours bien au-delà de la moyenne nationale.

Tibor Bíró, Directeur général

IRLANDE

LIGHT HOUSE CINEMA (DUBLIN)

Apporter le meilleur du film indépendant en Irlande

Le Light House Cinema a ouvert ses portes en 2007, un espace culturel unique et beau construit sur les bases d'un parking souterrain. En 2011, il ferma ses portes pour une brève durée mais a été rouvert en 2012 grâce à Element Pictures, pour qui le défi était d'offrir à Dublin un lieu culturel, vibrant et diversifié. L'objectif était de créer un programme équilibré proposant le meilleur du cinéma d'auteur, mais aussi des blockbusters américains culturellement pertinents, ainsi que des films irlandais, tout en mettant l'accent sur les classiques et les films cultes.

Le chiffre d'affaires de Light House s'est amélioré d'année en année, et 2015 n'était pas une exception. Le box-office irlandais a battu tous les records en 2015 avec un bénéfice total de 105 360 489€, comparés à 100 441 601€ en 2014. C'est un signe très encourageant pour les cinémas irlandais en général. Light House a dépassé la croissance du box-office national et les admissions ont augmenté de 15% en 2015.

En 2015, nous avons identifié certaines catégories de public dont nous savions qu'ils avaient un potentiel de rapide développement – notre public régulier, les clients de contenu événementiel et les programmes scolaires. Nous avons développé un événement régulier en fin de soirée portant sur les films cultes qui a très bien marché, vu que ces plages horaires sont traditionnellement des heures creuses.

Les calmes mois d'été ont été regonflés par un cycle qui a connu beaucoup de succès : « Les films que vous aimeriez que vos enfants voient » et qui a utilisé les périodes creuses comme les matinées ou fin de soirées pour des films comme E.T. ou Les goonies – ces films ont été identifiés comme faisant partie des films préférés des enfants, donc plaisant aux jeunes mais qui attirent aussi un public d'adultes nostalgiques. Les différents publics ont réservé un très bon accueil à ce cycle qui s'est révélé être le plus réussi de l'histoire de notre cinéma.

En 2015, cinq des films faisant partie de nos dix films aux meilleures entrées étaient européens. Nous avons eu un bon nombre de films et documentaires irlandais qui ont connu un vif succès, comme *Older Than Ireland* et *Brooklyn* qui ont été prisés par notre public de fidélité mais aussi par notre public venant en journée, plus âgé. Nous avons été ravis de voir des films européens comme *Snow Therapy*, *The Lobster* et *Timbuktu* recevoir un bon accueil auprès de notre public. Il est bon de remarquer que *Snow Therapy* ainsi que *Timbuktu* sont sortis le même jour en salle que chez notre partenaire Volta, le site de vidéo à la demande.

Volta est notre plateforme partenaire de V&D basée sur un modèle « day-and-date » (qui signifie qu'un film sort partout à la même date). Dans la mesure du possible, Light House et Volta travaillent en collaboration pour apporter le meilleur du cinéma indépendant et européen à des publics qui n'ont pas accès aux cinémas Art et Essai de Dublin et les séduire. Alors que nous renforçons notre position, le piratage demeure l'un des plus grands enjeux auxquels fait face notre marché national. L'augmentation des lignes à haut débit en Irlande combinée à une main d'œuvre jeune et habituée aux nouvelles technologies fait que la visualisation illégale de films sortant en

salle est un sujet vraiment d'actualité pour nous. Notre partenariat avec Volta est l'une des manières de lutter contre ce problème – en autorisant les personnes à accéder légalement aux films appréciés par le public de Light House.

Notre politique de programmation est très large et nous nous efforçons de trouver le juste équilibre entre le cinéma d'auteur, les films commerciaux et les films aux contenus pertinents d'un point de vue culturel ou traitant des sujets socialement engagés. Nous proposons des blockbusters commerciaux lorsque nous pensons qu'ils ont des mérites sur le plan culturel et nous nous assurons en même temps d'offrir d'excellentes alternatives indépendantes. Nous offrons un mélange riche de classiques dont le public est friand (rétrospective Kubrick, cycle Ennio Morricone) ainsi qu'une excellente sélection de films cultes. Enfin, nous accueillons un public différent grâce à notre programme varié et contrasté de contenu événementiel.

Nous accueillons régulièrement des soirées et événements basés sur des thèmes cinématographiques – allant des quizz cinématographiques ou des soirées de karaoké sur grand écran ou encore de soirées costumées (par exemple, soirée *Big Lebowski*, soirée *Ave César* Hollywood vintage) à notre club de lecture et cinématographique mensuel (lire un livre, voir le film et discuter de l'adaptation au bar).

L'un de nos problèmes concernant la projection des films grand public est que les gens ne s'attendent pas à ce que nous les programmions. Par conséquent, nous investissons plus d'efforts pour nous distinguer des autres cinémas qui pourraient programmer le même film.

Pour la sortie de *Star Wars: Le réveil de la Force*, nous voulions proposer aux plus grands fans de Star Wars un espace où ils pourraient vraiment vivre pleinement leur amour du film et partager le plaisir de la nouvelle sortie avec d'autres fans. Nous avons donc décidé de programmer la première à minuit et de faire précéder la projection par une soirée thématique Star Wars dans l'ensemble du cinéma. Nous avons vendu tous les billets pour les quatre salles, l'ambiance de la soirée était très réussie (costumes, cocktails spéciaux et un DJ qui a joué de la musique inspirée de la science-fiction).

L'événement a été un succès total et nos efforts ont été récompensés, car non seulement nous avons réussi à remplir les salles pour cet événement de taille, mais les médias nationaux nous ont accordé une excellente couverture. Cette couverture positive a non seulement contribué à faire parler de notre cinéma aux niveaux national et international, mais aussi nous a aidé à réaliser notre but principal : garantir que le public de Dublin sache que nous projetons *Le réveil de la Force*. Le film a continué d'apporter d'excellents résultats et nous avons été ravis de le planifier !

Alors que « La Force » était sans aucun doute avec nous en 2015, nous nous tenons aux paroles de Han Solo « Bien joué, mais n'attrape pas la grosse tête ! » - nous continuons nos efforts pour augmenter nos entrées à travers tous les genres proposés et les générations, tout en proposant une expérience cinématographique de qualité et distrayante. Parce que c'est cela qui compte !

Helen Hutton, Directrice général

ITALIE

Cinema Beltrade (Milan), Cinema Oberdan (Mantoue)

Deux mono-écrans atypiques se démarquent en Italie

Le mini-réseau comprenant le Cinema Oberdan et le Cinema Beltrade, le premier se trouvant à Mantoue, le second à Milan, a été établi à la suite de la rencontre de deux réalités différentes et pourtant semblables, atypiques au sein du paysage d'exploitation italien.

Cinema del Carbone est l'organisation ayant créé le Cinema Oberdan, et a été fondée en 2003, en réponse à la fermeture de cinémas historiques situés dans le centre-ville de Mantoue. Elle est devenue un élément essentiel de la survie de la vie culturelle de Mantoue, une réponse venant de la base de la communauté, visant à combler le vide dans le domaine du divertissement culturel et revitaliser les espaces sociaux. Fondée par un groupe d'amis, l'association compte désormais plus d'un millier de membres. En 2012, Cinema del Carbone a repris un cinéma à écran unique dans la vieille ville, le Cinema Oberdan, et l'a transformé en un espace multifonctionnel pour diverses activités culturelles.

Le Cinema Beltrade, situé dans un quartier populaire et multiculturel de Milan, a été ouvert par la paroisse Santa Maria Beltrade vers 1940 et a depuis subi de multiples transformations. Fin 2012, alors qu'il était sur le point de fermer, Barz and Hippo, une petite société spécialisée dans la projection, s'est engagée dans la gestion du lieu. Ils ont décidé de proposer une large palette de films, mettant l'accent sur les films indépendants et les documentaires ainsi que sur les œuvres de metteurs en scène italiens émergents qui n'étaient que trop peu connues. Le cinéma, au départ ouvert seulement deux jours par semaine, offre actuellement une programmation diversifiée 7 jours sur 7, au rythme de 5 ou 6 séances par jour. Tous les films, à l'exception des films pour enfants, sont projetés en version originale, un choix courageux mais réussi dans le contexte italien, encore majoritairement dominé par le doublage. Au cours des trois dernières années, les entrées ont constamment augmenté (16% d'augmentation en 2015), ce qui prouve qu'une partie du public milanais, tous âges confondus, était prêt à accueillir cette politique non-conventionnelle.

L'année dernière, le Cinema Oberdan a vu ses recettes augmenter de 10% : un grand succès pour un petit cinéma, malgré la concurrence des grands complexes. En fait, les cinémas à écran unique en Italie ont souvent de grandes difficultés à travailler avec les distributeurs de taille moyenne et les grands distributeurs qui préfèrent les multiplexes et les grands écrans commerciaux et qui sont hostiles à la multiprogrammation. Par conséquent, un accès plus large et plus facile aux films indépendants européens qui ne sont souvent pas distribués en Italie serait une grande opportunité pour des salles telles que le Beltrade et le Cinema Oberdan.

Parmi les films européens ayant connu le plus grand succès en 2015, le Beltrade compte : *La danza de la realidad* d'Alejandro Jodorowsky, *Vivir es facil con los ojos cerrados* de David Trueba et *Une vie de chat* de Jean-Loup Felicioli et Alain Gagnol. Les films préférés du public de Cinema del Carbone étaient : *Le sel de la Terre* de Wim Wenders, *Timbuktu* d'Abderrahmane Sissako et *The Lobster* de Yorgos Lanthimos.

Tout comme le Cinema Oberdan, Beltrade essaie d'être un espace où les spectateurs se sentent à l'aise et peuvent partager leur intérêt commun pour le septième art. Les gens – pas seulement les

spectateurs, mais aussi les réalisateurs, acteurs et les cinéastes en général - n'aiment pas rester passifs et préfèrent prendre part à la vie du cinéma. Les publics des deux cinémas apprécient la variété des événements organisés, comme les soirées en présence des réalisateurs, acteurs, critiques de films et experts ainsi que les soirées questions-réponses via Skype.

Le Beltrade essaie également de mettre en œuvre une stratégie de communication informelle et plaisante. Dans la newsletter hebdomadaire, des mots-clés absurdes et drôles sont donnés aux visiteurs, afin d'être répétés au guichet pour recevoir une réduction lors des soirées spéciales. De plus, les adultes sont invités à des journées-marathon, le but étant de voir le plus de films possibles en une journée, de 11h à 2h du matin, en suivant le concept : « plus vous voyez de films, moins vous payez pour une séance. » Le Beltrade a aussi lancé une initiative personnalisée de cinéma sur demande, appelée « Cinema a richiesta » : à la fin de chaque saison, le public est invité à voter pour ses films préférés, et les films ayant reçu le plus de voix sont reprogrammés au cours de la première semaine de réouverture après la fermeture d'été.

Le Cinema Oberdan a lancé un projet spécial nommé « Cinemaschool », qui consiste en l'organisation d'ateliers et de cours d'éducation cinématographique, afin de faire découvrir le langage cinématographique, ses genres et sa pratique, aux élèves du primaire et du secondaire. L'invention de bandes sonores pour des films muets est l'un de nos ateliers connaissant le plus vif succès. En 2016, le Cinema Oberdan a initié un projet de stages avec plusieurs écoles de la ville, afin de faire découvrir aux adolescents le fonctionnement d'un cinéma. Une attention particulière est également portée au jeune public du Beltrade, à travers des ateliers de création de films en stop motion (image par image), des ateliers sur le précinéma, des journées dédiées aux courts métrages d'animation et des projections scolaires spéciales.

L'objectif principal de ces initiatives est de rendre au cinéma son rôle social : voir un film doit être une expérience communautaire, plutôt que de visionnement personnel et solitaire. Le Cinema Oberdan, tout comme le Cinema Beltrade, essaie de promouvoir le cinéma d'auteur et de propager la culture cinématographique à un public de tous âges.

Monica Naldi, exploitante du Cinema Beltrade et Enrico Badii, programmateur et représentant des écoles, Cinema Oberdan

PAYS-BAS

LANTARENVENSTER (ROTTERDAM)

Un public varié pour un lieu qui propose aussi bien des films unit le art et essai que des concerts de jazz

LantarenVenster est le lieu de prédilection à Rotterdam, offrant le meilleur du cinéma d'Art et d'Essai et de formidables concerts de jazz. Il accueille une centaine de concerts chaque année, allant du jazz, de la pop et des auteurs-compositeurs à la world music. Équipé de cinq salles, le cinéma change de programmation à un rythme hebdomadaire. Les projections s'étalent de midi à minuit et proposent des films de qualité, alternant les genres documentaire, classique, cinéma mondial, lauréat des Oscars sans oublier des séances spéciales pour les enfants.

LantarenVenster (« *lanterne à la fenêtre* ») a été fondé en 1949 en tant qu'espace de théâtre, de danse, de musique et de cinéma en plein cœur de la ville et était un lieu culturel très fréquenté à Rotterdam. C'est ici que le Festival international du film de Rotterdam a fait ses débuts en 1972. Au fil du temps, le bâtiment a été négligé, n'était plus conforme aux normes modernes et le nombre des visiteurs a chuté. Des plans ont été élaborés pour la construction d'un nouveau complexe, ce qui a pris environ dix ans.

En 2010, LantarenVenster a déménagé dans un nouvel immeuble situé dans un des gratte-ciels du nouveau centre-ville, le pier Wilhelmina. Les cinq salles de cinéma, la salle de concert, le café-restaurant avec sa vue spectaculaire et la terrasse face à la rivière font désormais de LantarenVenster l'un des lieux les plus modernes de cinéma d'auteur et de musique des Pays-Bas. Le public du cinéma a quadruplé, passant de 48 000 spectateurs en 2010 à près de 200 000 en 2015, qui fut une année record pour notre cinéma.

L'année 2015 fut une très bonne année pour l'industrie cinématographique néerlandaise. Le nombre de spectateurs aux Pays-Bas a augmenté de 7 pourcent, avec un total de presque 33 millions d'entrées. Ceci marque l'année avec la meilleure fréquentation depuis 1967. A LantarenVenster, cette croissance fut de 8 pourcent.

Parmi les dix films ayant réalisés les plus gros succès en 2015, on compte : La famille Bélier, Youth (La giovinezza), 45 ans, Imitation Game, La isla mínima, Le Fils de Saul et The Lobster. Plusieurs documentaires ont également connu un vif succès en 2015, dont Amy, Holland : Natuur in de Delta, Sergio Herman - Fucking Perfect. Le film pour enfants ayant réalisé le plus d'entrées était Shaun le mouton.

LantarenVenster est membre du NFO (Nederlands Filmtheater Overleg), une coopération entre les principaux cinémas d'Art et d'Essai aux Pays-Bas, créée pour initier leur collaboration et renforcer leur position.

Pour expliquer le succès de LantarenVenster, plusieurs facteurs doivent être pris en compte. L'objectif principal est d'attirer un public le plus diversifié possible parmi la population de Rotterdam à venir chez nous, car c'est plus probable que reviennent ceux qui nous ont déjà visités une première fois. C'est pourquoi des séances spéciales pour publics ciblés sont organisées : projections pour public gay, pour les personnes autistes, pour les personnes ayant des centres

d'intérêt particuliers ou issues d'un certain groupe ethnique.

Vu que nous sommes aussi très appréciés par les amateurs de musique, grâce à notre salle de concert (22 000 visiteurs en 2015), nous accueillons un « nouveau » public. Lors de la programmation des films et des concerts, nous essayons de connecter les deux mondes grâce à des documentaires ou des films portant sur la musique, et des concerts accompagnés de projections de films. Ces combinaisons sont souvent mises en valeur lors des campagnes de marketing.

LantarenVenster loue également ses locaux à l'occasion de conférences et autres événements (culturels), avec un total de 125 manifestations par an et 20 000 visiteurs. Le cinéma accueille par ailleurs 5 festivals du film par an : Le Festival international du film de Rotterdam, le Festival Cinéma Arabe (films arabes), le Red Tulip Film Festival (films turcs), le Camera Japan Festival (film japonais) et le Festival du cinéma d'architecture de Rotterdam.

Dans les domaines du marketing et de la programmation, LantarenVenster travaille en collaboration avec diverses organisations et sociétés locales afin de gagner de nouveaux publics : magasins, restaurants, festivals, institutions culturelles ou sociales, compagnies de théâtre, grandes entreprises et écoles.

La communication entre le cinéma et le public a lieu à 95 pourcent au niveau numérique. Les supports imprimés ont quasiment disparu. La communication a lieu en grande partie via les réseaux sociaux, mais la publicité par le biais de Google AdWords gagne également en importance.

En 2015, le programme « Rotterdams Open Doek », consacré au jeune public, a connu un vif succès ; il s'agit d'une soirée mensuelle de courts métrages présentés par de jeunes cinéastes entre 16 et 25 ans, et analysés par des professionnels ; Après quatre ans, cet ambitieux programme connaît enfin le succès et va se poursuivre au cours des prochaines années. Outre les séances régulières consacrées aux enfants (600 séances par an), LantarenVenster organise également des séances et ateliers scolaires (60 par an). L'un de nos ateliers très prisés est intitulé « Watch that sound » : cet atelier comprend une introduction au cinéma et au son, des exercices de composition de musique et aboutit à la création d'une bande originale pour un court métrage. Les ateliers sont adaptés en fonction de l'âge et du niveau des enfants.

2016 sera une année bien remplie à LantarenVenster, car nous produisons nous-mêmes deux festivals. En juin, trois journées seront consacrées entièrement au Rotterdams Open Doek, ce projet pouvant être réalisé grâce au généreux soutien de 10 000 euros de la compagnie de transports de Rotterdam RET. En août, LantarenVenster organisera la toute première édition du Festival Latino Americano Rotterdam qui mettra à l'honneur le cinéma et la musique d'Amérique latine lors d'un festival de cinq jours avec plus de 35 films et concerts.

Roderik Lentz, programmeur de la section cinéma

POLOGNE

KINO MUZA (POZNAN)

Des projets innovants pour présenter un répertoire uniforme

Le cinéma Muza est situé au cœur du centre-ville de Poznań : il n'a pas changé d'adresse depuis 1908, ce qui en fait l'un des plus anciens cinémas de Pologne et au monde ! Il a connu de nombreux changements, y compris de nom, de propriétaire et de contextes politique et social. Baptisé « Muza » dans les années 1950, il est depuis totalement dévoué à l'idée d'un cinéma qui propose des films de qualité. Dans les années 1970, Muza était connu pour les « duels de films » - une soirée au cours de laquelle deux films étaient projetés puis suivis d'une discussion les comparant. Le ciné-club « DKF Kamera » a aussi toujours été une importante partie de l'activité du cinéma.

Le slogan de Muza est : « Nous savons ce qu'il faut voir » (We Know What's On) – et à cette image, nous voulons notre répertoire uniforme, diversifié mais cohérent. Nous sommes convaincus de l'idée d'établir une ligne claire de programmation, basée sur les principales sorties et meilleures critiques dans le domaine Art et Essai ainsi que des cycles présentant des types de films moins connus du public.

En 2007, Muza a été géré pendant un an par la société de distribution Gutek Film et cette période a eu une influence durable sur son profil. Depuis 2008, la gestion est assurée par Estrada Poznańska, une institution culturelle municipale. Nous disposons d'un projecteur 4K, mais nous avons conservé nos projecteurs 35 mm que nous utilisons encore plusieurs fois par mois.

Le nombre d'entrées a constamment augmenté, passant de 32 000 en 2007 à 77 000 en 2015, un résultat dont un cinéma d'Art et d'Essai à écran unique peut être fier. Nous sommes conscients du fait que nous devons cette augmentation avant tout à notre fidèle public, qui est venu plus fréquemment au cinéma, plutôt qu'à une nouvelle clientèle. L'objectif demeure le même – connecter les gens, développer leur affection pour le cinéma, interagir avec eux, et créer une programmation diversifiée, incluant diverses catégories d'individus (familles, enfants, élèves) ainsi que différentes communautés (LGBT, cyclistes, personnes handicapées, y compris les sourds/malentendants et les aveugles), ainsi que les étudiants en université. Nous sommes des pionniers dans les domaines des projections en audiodescription et sous-titres pour les sourds ou malentendants. Nous sommes engagés dans une mission d'éducation d'une nouvelle génération de spectateurs en participant au projet 'New Horizons of Film Education' – nous accueillons plus de 1 000 élèves au cinéma Muza chaque mois.

Nous voulons également coopérer avec des institutions de différents secteurs (ONG, institutions culturelles, universités). Nous investissons dans la fidélité de notre public en offrant une réduction à nos spectateurs qui souscrivent à notre newsletter. Chaque mois, nous comptons le nombre d'entrées de chaque personne souscrite et nous récompensons ceux qui ont vu le plus de films. En fin d'année, nous faisons le compte final et nous organisons une séance spéciale d'avant-première et une soirée spécialement pour nos spectateurs les plus actifs. Les rencontrer, leur réserver une surprise et leur serrer la main est toujours un plaisir.

Cependant, les parrains les plus célèbres et dévoués du Kino Muza sont nos propres voisins, Maria et Bogdan Kalinowscy, qui sont réputés être les cinéphiles par excellence de la ville de Poznań. Ils ont vu en tout plus de 13 000 films, dont 150 l'année dernière, rien qu'au Muza.

2015 a effectivement été une bonne année pour nous, année au cours de laquelle nous avons réalisé trois projets innovants : « Kino Dynamo », « 35 mm d'histoire du cinéma » et « Vampires

dans la ville », en coopération avec deux autres cinémas. Ces trois projets étaient conçus afin de promouvoir l'interaction entre le cinéma et les spectateurs, et nous ont valu de passer aux informations nationales.

Pour le projet « Kino Dynamo », nous avons placé quatre vélos dans la salle de cinéma et nous avons invité les spectateurs à pédaler et ainsi générer l'électricité nécessaire à la projection. L'événement, comportant un aspect écologique, visant à la promotion d'un style de vie sain et d'un esprit de travail en équipe, a été bien reçu.

Le second projet, « 35 mm d'histoire du cinéma », a été inspiré par le fait que les projecteurs 35 mm sont des symboles d'une époque révolue - bien que nous nous en servions encore occasionnellement. Nous avons participé à la Nuit des musées en proposant une visite dans les coulisses de notre cinéma. Nous avons parlé de l'histoire des copies de films et permis à nos spectateurs de visiter la salle de projection. Kino Muza a été le deuxième lieu favori de cette nuit exceptionnelle.

Nous avons initié une idée folle : celle d'un marathon cinématographique à pied, qui consiste en trois projections dans trois différents cinémas Art et Essai : Kino Rialto, Nowe Kino Pałacowe et Kino Muza (tous membres d'Europa Cinemas). Les séances ont lieu l'une après l'autre et ont comme thème commun celui des vampires. Les participants, déguisés en vampires, marchent à travers la ville entre les projections pour se rendre d'un lieu à l'autre. Il y avait du vin rouge (pour imiter le sang), des maquilleurs dans chacun des trois cinémas, des cracheurs de feu sur le chemin et un cercueil à la fin pour y prendre un selfie. C'était nouveau, c'était fou, et nous nous sommes tellement amusés lors de la réalisation ! Et le plus important, c'est que les « vampires » ont adoré et que nous avons réussi à conquérir un nouveau et jeune public.

Pour terminer, notre rêve est devenu réalité – nous venons de recevoir les clés de deux nouvelles salles au-dessus du Kino Muza, et nous sommes déterminés à les transformer d'ici un an en salles de cinéma (chacune pouvant contenir 50 places). Nous avons trop de contenu à « compresser » pour juste une seule salle, et en installer deux nouvelles nous offrira de toutes nouvelles opportunités de développement. Nous avons reçu une partie de notre financement pour les travaux de rénovation grâce à une subvention de la municipalité, et nous prévoyons de rassembler les fonds manquants par le biais d'une campagne collective de fonds – nous plaçons notre espoir dans notre communauté de fans du Muza.

NOUS SAVONS CE QU'IL FAUT VOIR. Nous voulons relever des défis, changer les choses. Nous voulons que le cinéma Muza soit LE lieu de prédilection, la maison du cinéma Art et Essai, un espace vivant et ouvert à notre public. Nous n'avons pas peur de travailler dur pour y arriver. Nous adorons ce que nous faisons.

Gosia Kuzdra, gérante du Kino Muza

ROUMANIE

CINEMA VICTORIA (CLUJ-NAPOCA)

Le défi de faire revenir les gens au cinéma

Le Cinéma Victoria est situé dans le centre de Cluj-Napoca, qui est la plus grande ville de Transylvanie et la deuxième ville de Roumanie. Le cinéma a été construit en 1927 et se trouve près de l'Opéra national. Aujourd'hui, après 89 ans d'existence, il demeure un cinéma élégant d'environ 300 places.

Notre objectif est de faire du cinéma Victoria un lieu où peuvent être projetés différents films venant de festivals de tous genres en Roumanie, et où nous pouvons organiser des premières et des événements spéciaux à l'occasion du lancement de films roumains.

Nous sommes très intéressés d'accueillir le plus de festivals et d'événements possibles, car ils nous donnent l'opportunité de faire connaître une grande diversité de films de qualité à un plus grand public, principalement aux jeunes. Nous essayons également d'attirer les enfants et les jeunes au cinéma par le biais de projets et de collaborations avec les nombreuses écoles de notre ville.

Le marché du film en Roumanie a été en croissance constante pour plusieurs années, gagnant chaque année 10 pourcent sur l'année précédente. En 2015, il a augmenté de 11 %, tandis que les entrées au cinéma Victoria ont connu une hausse de 13 % (ce qui correspond à un total de 65 000 entrées).

2015 a été une année très particulière pour nous, car pour la première fois, le film ayant connu le plus grand succès à notre box-office était un film roumain, Pourquoi moi? (De ce eu?) du réalisateur Tudor Giurgiu, qui a totalisé près de 4 000 entrées. De plus, un autre film roumain, Aferim! du réalisateur Radu Jude, lauréat de l'Ours d'argent à la Berlinale en 2015, a atteint la troisième place dans notre classement ! Parmi d'autres succès européens ayant généré de nombreuses entrées dans notre cinéma, nous pouvons citer le film bulgare Urok (The Lesson) et le film britannique Une merveilleuse histoire du temps. N'oublions pas les films pour enfants, comme par exemple Le Petit Prince (France) ou Gus - Petit oiseau, grand voyage (tous deux des films français).

L'offre des films européens s'est récemment améliorée et de nouveaux distributeurs européens importent des films convenant à un jeune public en Roumanie.

Notre cinéma ne dispose que d'un seul écran, mais nous projetons au moins 4 à 5 films par jour. Durant les festivals, nous pouvons toutefois augmenter le nombre de films projetés par jour. Depuis l'ouverture de deux cinémas multiplex près de nous (de 10 écrans chacun), notre cinéma a perdu de nombreux spectateurs, principalement car le jeune public s'est tourné vers ces nouveaux cinémas, et que les autres générations ont simplement oublié que nous existons, malgré notre emplacement central. Notre grand défi, depuis que nous avons repris la gestion de ce cinéma en 2011, est de faire revenir les gens chez nous, et d'approcher les écoles afin de proposer des projets incluant des étudiants.

Nous avons commencé avec le projet EducaTIFF qui, au départ, n'avait lieu que durant le festival TIFF, mais qui a été prolongé et qui a désormais lieu durant toute l'année. J'ai suggéré aux autres festivals qui ont lieu chaque année dans notre cinéma de créer une section spéciale Jeune Public.

Un grand défi pour nous, ainsi que pour le marché national du film, est d'attirer un public plus large dans les productions nationales, qui, bien que très remarquées lors des festivals internationaux et récompensées par de nombreux prix prestigieux, ne s'avèrent pas connaître un succès particulier au niveau national.

Un autre projet assez important pour nous est la séance d'une heure de l'après-midi ; les entrées y sont gratuites pour les enfants, les étudiants et les retraités, qui viennent de plus en plus nombreux. Cet événement joue un grand rôle dans notre stratégie de marketing car il connaît un succès croissant, en partie grâce au lancement d'une campagne de publicité accompagnée de supports imprimés correspondants.

En 2015, nous avons lancé un nouveau projet Jeune Public en partenariat avec une association culturelle et l'inspection de l'éducation, « Au cinéma, je deviens quelqu'un ». Le but de ce projet est de projeter un film par mois portant sur un sujet social et ayant un but éducatif pour les élèves des quatre écoles de Cluj-Napoca. Les films sont suivis d'un débat animé par un psychologue et le professeur qui accompagne la classe, et l'entrée est gratuite. Le projet ayant plu aux professeurs ainsi qu'aux élèves, nous avons donc décidé de renouveler l'expérience cette année.

Gabriela Bodea, directrice du Cinéma Victoria

SLOVAQUIE

ARTKINO METRO (TRENČÍN)

Créer des événements culturels pour susciter l'enthousiasme

Construit en 1938, entre les deux guerres, le cinéma à salle unique ArtKino Metro est l'un des lieux culturels les plus traditionnels de la ville de Trenčín. Des couples de retraités aiment revenir dans ce cinéma pour se rappeler le passé. Mais une question se pose : comment pouvons-nous encourager les jeunes générations à aimer le cinéma autant que leurs parents et leurs grands-parents, surtout à une époque où les adolescents peuvent télécharger les films en amont de leur sortie dans les cinémas slovaques ? Nous sommes convaincus que pour y réussir, nous devons rétablir le charme et l'esprit de communauté que ces événements culturels généraient, et ainsi montrer aux jeunes que regarder un film sur leur ordinateur portable est une expérience totalement différente que d'aller au cinéma et de voir un film en qualité DCP, de pouvoir en parler ensuite avec ses amis, et d'avoir l'opportunité de poursuivre leur réflexion au cours d'un dialogue avec les cinéastes.

Nous commençons notre sensibilisation dès le plus jeune âge grâce à des projections spéciales « BABY BIO » lors desquelles les parents peuvent venir au cinéma avec leurs bébés. Lors de ces projections, le son est un peu plus bas, la salle est baignée dans une lumière tamisée, et des jouets sont mis à disposition des tous petits. Bien que ces projections soient conçues pour les parents, elles ont pour effet que les bébés sont habitués dès le plus jeune âge à l'environnement du cinéma. En conséquence, le jour où ils viendront pour la première fois au cinéma pour y voir un film d'animation sur grand écran, ils n'auront pas peur. Ils peuvent en faire l'expérience tous les dimanches après-midi, cette plage horaire étant traditionnellement dédiée aux enfants entre 4 et 12 ans. Voir les enfants commencer à s'intéresser à différents types de films est très encourageant. Nous avons pour cela décidé de promouvoir cet enthousiasme et d'en faire encore plus pour eux que de simplement programmer une séance dominicale et des projections scolaires. Au cours des trois dernières années, nous avons organisé des ateliers afin de montrer aux enfants ce qui se cache derrière leurs films préférés. Ils ont appris qu'un film animé est composé de milliers d'images statiques, que certains de leurs personnages préférés ont été peints et que certains existent même en tant que poupées !

Bien que nous ayons au départ divisé notre jeune public en trois catégories : les pré-ados, les ados et les jeunes adultes – nous avons réalisé que cela ne suffisait pas. Nous avons alors organisé une séance du vendredi après-midi pour les enfants qui se trouvent entre deux âges – ceux qui ne sont plus de petits enfants, mais qui sont encore trop jeunes pour regarder des films pour adultes ou pour adolescents. Le vendredi après-midi, nous préférons par exemple projeter des films abordant des sujets environnementaux de manière adéquate. Nous pensons qu'hormis ses autres missions, le cinéma est aussi un lieu de découverte pour les jeunes de la richesse du monde qui les entoure, et surtout un lieu où ils peuvent apprendre à l'apprécier et à le protéger.

C'est exactement la raison pour laquelle nous avons créé le projet Football sur le grand écran. Pour cela, nous avons invité des membres de l'équipe de football de Trenčín à regarder un film sur le ballon rond avec leurs jeunes supporters. Vu que l'équipe de Trenčín réalise actuellement de

bons résultats dans la ligue nationale slovaque, les jeunes footballeurs sont des modèles pour les adolescents locaux. Loin d'être un divertissement superficiel, ces séances donnent souvent lieu à des discussions enrichissantes sur des sujets importants tels que le hooliganisme, le doping dans le sport ou la prévention du racisme. Un contact réel avec des joueurs venant de différents pays et continents favorise le développement d'une culture sans haine ni préjugés entre nos adolescents.

A partir d'un certain âge, organiser des activités pour le jeune public ne suffit plus. Il est important que quelqu'un prenne l'initiative de réfléchir à comment créer une communauté adéquate. La soirée du film étudiant, organisée en tant qu'activité par le TEENAGE club, a précisément cet objectif. Des étudiants des lycées et universités d'arts peuvent y montrer leurs films, d'anciens élèves qui ont réussi sont invités, et chaque projection est accompagnée d'une introduction et d'une discussion avec les réalisateurs qui peuvent parler de la beauté et des difficultés liées à leur œuvre.

Lorsque l'on demande aux jeunes quel est leur passe-temps favori, la réponse la plus probable est: « écouter de la musique ». Il faut reconnaître que regarder des films passe souvent en seconde position. Alors, que peut-il y avoir de mieux comme activité pour des jeunes audiences que de réunir films, concerts live et DJs en un seul événement ? C'est ainsi qu'est née notre manifestation annuelle Alternatívne Vianoce (Noël alternatif). Des films et des concerts live s'alternent, suivi par des DJ sets jusqu'au petit matin. À la fin, nous sommes épuisés, mais heureux. La fatigue passe vite lorsqu'un jeune vient vous taper sur l'épaule et vous remercier d'avoir enrichi sa vue du monde !

2015 fut une année fructueuse pour la distribution slovaque. Pour nous, les meilleures nouvelles furent que nous avons pu offrir à nos plus jeunes audiences un plus grand nombre de films européens que les années précédentes, tels que *Le Petit Prince* ou *Shaun le mouton*. Chez les étudiants, *Youth* de Sorrentino, *Le tout nouveau testament*, et *Victoria* ont connu un vif succès. Nous sommes heureux que dans notre cinéma, ces films aient enregistré plus d'entrées que les blockbusters commerciaux non européens aux vastes campagnes de marketing. A nos yeux, cela est un signe qui montre que les centres d'intérêts et goûts de nos spectateurs peuvent graduellement être influencés au sens positif.

L'offre plus riche du cinéma européen a été l'une des raisons pour lesquelles nous avons poursuivi notre rénovation de l'intérieur des salles de cinéma. Grâce au soutien financier du Fonds audiovisuel slovaque, nous avons pu doter notre cinéma de nouveaux fauteuils – une modification que nous ne pouvions pas nous permettre d'entreprendre dans le passé par manque de ressources financières. Cet investissement nous a rapporté un plus grand nombre d'entrées ; notre public a vivement apprécié l'amélioration du confort.

Nous espérons qu'en 2016, un vaste éventail de films européens nous permettra de poursuivre notre programme existant en y ajoutant une note locale. Nous sommes convaincus qu'un grand pool de films et une sélection attentionnée sont les clés du succès. Comment mesurons-nous notre succès ? Parce que nos spectateurs nous disent qu'ils n'ont même pas besoin de lire les critiques des films : ils savent que si un film est projeté dans notre cinéma, cela signifie que c'est un film européen qui vaut la peine d'être vu.

Branislav Hollý, directeur et Hana Kutlikova, coordinatrice Jeune Public

ESPAGNE

CINEMES TEXAS (BARCELONE)

Un cinéma qui propose des films de qualité à des petits prix

Depuis l'ouverture du Cinemas Texas en septembre 2014, nous avons amélioré nos résultats de semaine en semaine. Au bout d'une année et demie seulement, nous avons réussi à atteindre une bonne position : notre cinéma est maintenant considéré comme « une icône à Barcelone ». Cela est dû à la confiance de notre public.

En 2015, les problèmes auxquels les cinémas espagnols ont fait face au cours des années précédentes se sont accentués, et ce pour plusieurs raisons : un manque de politiques de subventions nationales (depuis plusieurs années maintenant), la tolérance de l'État vis-à-vis de la piraterie, la crise économique (qui touche de nombreuses personnes en Europe avec des chiffres accablants) et une augmentation de 21% du taux d'imposition sur la vente des billets, ce qui a sérieusement affaibli le secteur durant la crise économique et renforcé les frustrations.

Au milieu de ce chaos, nous avons ouvert Cinemas Texas, avec un objectif principal : ramener les spectateurs au cinéma en proposant un programme de films de qualité à des prix raisonnables, et cela a marché !

Voir les gens revenir au cinéma est merveilleux, ainsi que de bien les servir et de les voir satisfaits. Nous sommes reconnaissants envers notre fantastique équipe, dont les employés étaient tous auparavant au chômage et qui donnent le meilleur d'eux-mêmes au public.

Afin d'arriver à ce but, nous avons tout d'abord rénové un ancien cinéma de quatre salles qui avait fermé ses portes et y avons installé une technologie numérique de pointe. Nous avons retiré presque 160 fauteuils et en avons installé 540 nouveaux et confortables. Nous avons également adapté la salle afin de pouvoir accueillir les cinéphiles à mobilité réduite.

Deuxièmement, notre programme est principalement composé de films européens. Nous sommes fiers d'être aux antipodes des cinémas traditionnels multiplex américains. Enfin, nous programmons des films en « deuxième sortie », c'est-à-dire des films qui sont déjà sortis au cinéma mais qui ne sont plus à l'affiche, à des prix très attractifs : 3 € pour le grand public et pour les personnes de plus de 65 ans ou de moins de 18 ans, nous offrons un prix de 2 € du lundi au jeudi.

Le résultat est une forte hausse du taux de fréquentation au Cinemas Texas : nous avons à ce jour déjà reçu entre 230 000 et 240 000 spectateurs, avec un remarquable taux d'occupation, peut-être l'un des meilleurs en Espagne. En 2015, les films européens en « deuxième sortie » ont attiré près de 120 000 spectateurs dans notre cinéma. Les films européens ayant eu le plus de succès en 2015 étaient : Victoria, Pride, Mr. Turner, La grande bellezza, Les opportunistes, Mandarines, Le sel de la terre et La famille Bélier. Les entrées, rien que pour ces films, ont grimpé à plus de 45 000. Durant les trois premiers mois et demi en 2016, les films européens ont attiré près de 60 000 spectateurs. De nombreux films européens bénéficient de notre action de nouvelle sortie, étant donné que les entrées atteignent parfois le quintuple de ce qu'elles avaient atteint à la première sortie du même film à Barcelone.

Ces chiffres nous remplissent de fierté et nous confirment que nous avons réussi à relever le défi de ramener le public au cinéma, grâce à une politique de programmation de qualité et de prix très raisonnables.

Le dynamisme de notre cinéma se reflète à travers diverses initiatives telles que notre programme hebdomadaire « des perles presque oubliées » au cours duquel nous invitons d'anciens réalisateurs connus à présenter leur premier film. De plus, chaque jeudi, nous permettons à de jeunes cinéastes de projeter leurs courts métrages ; entre deux séances, ils disposent d'une demi-heure pour présenter et montrer leur travail. En outre, nous organisons régulièrement des « projections-marathons » qui durent toute une nuit et se terminent à 6h du matin. Le marathon qui a connu le plus de succès jusqu'ici présentait des films d'horreur.

Un autre thème qui nous tient à cœur est la projection des films dans leur version originale sous-titrée en catalan (le catalan est une langue vieille de mille ans et parlée par près de 14 millions de personnes). Seules nos projections pour jeune public sont doublées lorsqu'elles font partie de notre programme habituel en matinée ou dans le cadre de projections scolaires. En 2015, nous avons accueilli près de 5 500 enfants.

Enfin, nous organisons des projections spéciales avec des invités particuliers afin de rendre hommage à des célébrités locales ou nationales ou à l'occasion de certaines commémorations. Par exemple, nous avons organisé deux projections spéciales en avril : le documentaire *El Gran Gato*, à l'occasion du 66e anniversaire de Gato Pérez – un célèbre chanteur argentin - et *El somni català* de Josep Maria Forn, un docu-fiction sur l'indépendance catalane, suivi d'une séance de questions et réponses après la projection.

De par notre activité, nous défendons les intérêts de nombreux réalisateurs espagnols ; ces derniers veulent non seulement que nous programmions leurs films dans notre cinéma, ce que nous faisons, mais ils désirent également que notre stratégie soit mise en œuvre dans d'autres cinémas. Il en va de même pour les distributeurs, pour qui les « secondes sorties » sont une source de revenus supplémentaires pour leurs films.

Tout cela a été possible grâce à l'investissement privé de notre société d'exploitation, Raig D'idees i Propostes Visuals, S.L., ainsi qu'avec une subvention du département de langues et de la culture du gouvernement régional catalan pour le sous-titrage des films en catalan.

Être membre d'Europa Cinemas contribue à la promotion et au développement des films catalans, espagnols et européens, mais il reste beaucoup à faire et nous voulons continuer notre travail pour poursuivre ces objectifs. Notre public ainsi que nos employés sont très enthousiastes.

Ventura Pons

SUÈDE

BIOGRAFCENTRALEN (BORÅS, KARLSTAD, SKÖVDE)

Toucher de nouveaux publics à travers la collaboration et l'innovation

Biografcentralen a été fondée il y a cinq ans et s'attaque à son plus grand projet jusqu'à présent : la création d'un site Internet et d'un système de billetterie pour des centaines de petits cinémas, de festivals et de ciné-clubs en Suède.

Biografcentralen a été fondée en 2011 après qu'un sondage réalisé auprès d'exploitants et de distributeurs suédois de films d'Art et d'Essai ait révélé un vif souhait pour plus de coordination et de mise en réseau. Aujourd'hui, nous comptons 28 cinémas-membres dans l'ensemble du pays et nous offrons des formations, une mise en réseau et la distribution de films, mettant l'accent sur les films pour enfants, les classiques et les films indépendants.

Etablis en tant qu'organisation non gouvernementale, nous recevons des subventions de l'institut cinématographique suédois, et nous avons également été soutenus financièrement aussi bien par des donateurs publics que privés pour des projets particuliers. Notre objectif est de renforcer le secteur du cinéma indépendant et l'accès du public aux films de grande qualité grâce à la coopération, la formation et l'échange d'idées.

L'une de nos premières initiatives a été de postuler afin que trois cinémas municipaux deviennent membres du mini-réseau d'Europa Cinemas - Röda Kvarn à Borås, Arenan à Karlstad et le cinéma Odéon à Skövde. Depuis lors, nous avons mis en œuvre plusieurs projets. En coopération avec l'Independent Cinema Office, nous avons organisé un échange de personnel entre la Grande-Bretagne et la Suède : 14 exploitants et producteurs de festivals suédois ont été intégrés dans une organisation-hôte en Grande Bretagne, et nous avons déjà organisé plusieurs cours de formation pour les cinémas et festivals suédois. Nous avons développé et lancé un système numérique de distribution de film et créé des liens avec Cineville aux Pays-Bas afin d'en apprendre plus sur leur système de billetterie. Les films pour les enfants et pour le jeune public nous tiennent à cœur. En 2013, nous avons lancé le prix « Meilleur cinéma pour enfants de l'année » - inspiré par le prix d'Europa Cinemas « Meilleure Action Jeune Public », ainsi qu'une conférence annuelle sur le cinéma pour les enfants.

Nos activités semblent diverses – elles le sont en fait, et doivent l'être. Nous travaillons pour et au sein du secteur, et nous voulons être à la fois innovateurs et compléter ce qui existe déjà. Nous travaillons et évoluons pas à pas, en nous basant sur les besoins des gérants de cinémas locaux et sur les bonnes pratiques venant de l'industrie au sens plus large. Nous essayons de faire ce qui n'a pas encore été fait mais qui est nécessaire. Prenons par exemple notre distribution des films classiques : nous sommes désormais partenaires de Park Circus et d'Hollywood Classics et nous avons maintenant 15 titres en circulation – ceci est arrivé parce que les cinémas avaient besoin d'une manière plus simple de projeter les classiques dans les salles. Nous croyons en la formation de réseaux et de structures – aux niveaux local, régional, national et international. Nous portons ainsi notre regard au-delà des frontières tout en travaillant à un niveau très local.

Nous travaillons dans un secteur dynamique, et beaucoup de choses se passent autour de nous. En 2015, par exemple, le cinéma Odéon de Skövde a créé un petit réseau régional de cinémas locaux, dans le but de promouvoir la projection de films d'Art et d'Essai et de progresser en collaborant. Et au sujet des films pour enfants et pour le jeune public, plusieurs initiatives intéressantes ont vu le jour : en 2015 aussi, BUFF le festival international du film pour le jeune public de Malmö a lancé un projet afin de reproduire ce festival dans six autres villes, et deux de nos cinémas, qui sont également membres d'Europa Cinemas, vont accueillir ce festival : Arenan à Karlstad et Röda Kvarn à Borås.

En 2015, nous avons commencé à travailler sur notre plus grand projet jusqu'à présent, qui est peut-être aussi le plus ambitieux : un site Internet et système de billetterie qui a pour but de faciliter l'accès au vaste nombre de petits cinémas en Suède - plus de 300 écrans qui ne font pas partie des deux principales chaînes de cinémas. La plupart de ces salles sont situées en banlieue, dans de petites villes ou en milieu rural, et ne disposent pas de système de billetterie en ligne. Le nouveau site Internet a pour but de changer cette situation et d'offrir un « guichet unique » par le biais duquel on accédera aux répertoires de cinémas, de festivals et de ciné-clubs. Fin 2015, nous avons reçu la somme de € 485 000 de la fondation culturelle de la loterie du code postal suédois pour nous permettre de mettre en œuvre ce projet, et nous venons de recevoir des fonds supplémentaires de la part de l'institut cinématographique suédois.

Ce projet va bénéficier tant aux exploitants, aux distributeurs qu'aux spectateurs. Les cinémas, festivals et ciné-clubs aux ressources faibles vont avoir accès à un site Internet moderne et à un système de billetterie qu'ils ne pourraient financer seuls. Les distributeurs qui aujourd'hui ont du mal à toucher ce secteur diversifié pourraient télécharger le matériel une seule fois afin que leurs partenaires y accèdent. Et le public aurait ainsi l'opportunité de découvrir des cinémas locaux et une plus large palette de films, tant de choses qu'il rate souvent par manque d'informations – en particulier les films européens et d'Art et d'Essai. Nous sommes également très intéressés par ce que les outils CRM offerts par ce projet vont nous apporter en termes de nouvelles manières d'optimiser les solutions de marketing et de toucher le public.

Actuellement, nous en sommes au stade des consultations avec l'industrie – un processus passionnant au cours duquel nous éclairons la conception du projet et générons de nouvelles idées. L'une de ces idées est qu'une partie du site Internet soit conçue dans l'esprit de « Wikipédia », offrant un espace de partage de bonnes pratiques. Les cinémas sont souvent très prolifiques dans ce domaine lors d'ateliers, et ce faisant, nous pourrions rendre accessible par un plus grand nombre ces expériences et les structurer – par exemple, en lançant une recherche avec le mot clé « classiques », on obtiendrait tous les résultats de cette catégorie – en l'occurrence, la célèbre série des « Throwback Thursday » au Röda Kvarn de Borås. Il existe tant de merveilleux films à partager, et nous sommes convaincus que les cinémas vont poursuivre un développement allant vers une programmation plus souple – ce qui fait que le besoin d'échange et le nombre d'exemples de sources d'inspiration continueront d'augmenter. Nous pensons et espérons que notre projet de site Internet va véritablement renforcer les liens entre les cinémas et que cela aura une répercussion positive sur l'industrie et le public.

Jens Lanestrand, Manager des opérations de Biografcentralen

SUISSE

CIRCUIT ARTHOUSE CINEMAS (ZURICH)

Une programmation diversifiée pour un public varié

Tout a commencé dans l'arrière-salle du légendaire restaurant Commercio en 1973 à Zurich, où This Brunner ouvrit le petit cinéma du même nom. Il comptait 46 fauteuils et projetait des films underground et d'Art et d'Essai. Ce premier cinéma allait ensuite se développer pour devenir plus tard un groupe de cinq cinémas d'Art et d'Essai à 7 écrans, tel qu'il l'est aujourd'hui. Les capacités sont variées, la plus petite salle contenant 40 fauteuils et la plus grande, vedette du cinéma d'Art et d'Essai, « Le Paris », comprend 406 fauteuils. Tous nos cinémas se trouvant au cœur de la ville de Zurich, nous avons ouvert un nouveau cinéma en 2013, Arthouse Uto, dans un autre quartier. Le groupe est alors devenu un conglomérat de 4 restaurants et 5 cinémas, qui, réunis sous le même toit, offrent des plaisirs culturels et culinaires.

Au cours des dernières années, 70 à 80% de nos programmes consistent régulièrement de films européens, y compris des productions nationales (60 à 70% de non-nationales). Nous sommes heureux de présenter une large diversité de films européens à nos fidèles publics, bien que ces derniers soient plus difficiles à toucher. Nos habitués vieillissent et les publics plus jeunes sont partagés entre un grand nombre de divertissements en tout genre.

Bien sûr, le paysage cinématographique a fondamentalement changé au cours de la dernière décennie, à Zurich comme partout dans le monde. Un nombre grandissant de salles présentent des films d'Art et d'Essai à un public d'Art et d'Essai en nombre graduellement décroissant. Nous devons travailler toujours plus dur afin de cibler et d'atteindre notre public. Chaque sortie doit être présentée de manière particulière, avec des projections en avant-première, des galas, des invités, des tables rondes... afin d'être remarqué. Ce qui est parfait pour nos cinéphiles. Mais il y a une limite à cette surenchère : lorsque tout essaie de se distinguer, on ne distingue plus rien. D'un autre côté, la grande majorité de films proposés aujourd'hui, surtout depuis la numérisation, et même si cela est une chance de pouvoir bénéficier d'une telle variété, risque de surcharger le public le plus cinéphile. Trop de films se disputent un public d'Art et d'Essai en nombre décroissant. Ajoutez à la large offre des cinémas la quantité inouïe de produits audiovisuels disponibles en vidéo à la demande, combinée à la pression exercée sur les cinémas, et vous obtenez une idée des défis auxquels font actuellement face les exploitants.

Nos efforts de programmation sont multiples. Notre public est devenu très demandant, et nous investissons donc dans un service clientèle impeccable en formant notre personnel, en proposant des fauteuils confortables et des moyens de projection de haut de gamme ainsi que techniquement innovants. Pour toucher le jeune public, nous proposons de nombreuses projections scolaires, souvent suivies de tables rondes. Nous sommes soucieux de garder informés notre public âgé de 12 à 18 ans de l'actualité de nos cinémas. Nous pensons que cet âge est un âge charnière où les enfants commencent à délaisser les films familiaux et découvrent leur « propre cinéma ». Outre notre présence sur les réseaux sociaux, notre newsletter envoyée à nos 15 000 abonnés par courriels et nos « Movie News » bimensuelles envoyées par courrier, nous avons créé une sous-plateforme internet pour jeunes cinéphiles sur laquelle les jeunes critiques peuvent agir en tant qu'ambassadeurs de nos films envers leurs pairs. Et nous avons une intéressante série

Cinepassion qui présente des films à caractère psychanalytique, et qui a ajouté des projections scolaires spéciales destinés aux élèves de moins de 21 ans. Notre site Internet a été optimisé pour pouvoir être consulté depuis smartphones et tablettes. La vente de billets en ligne est désormais facile depuis les appareils mobiles. Nous sommes particulièrement fiers d'accueillir le premier festival Mobile Motion suisse, qui ne présente que des films tournés avec un téléphone portable. La première édition du festival l'année dernière a été un grand succès, et visité par un public jeune, sa deuxième édition est tenue cette année au mois de mai. Bien sûr, nous nous adressons aussi aux autres publics spécialisés, et recevons de nombreux festivals, tel que le Zurich Film Festival. Une autre spécialité de notre programme est le « Lunchkino » (déjeuner cinéphile) au cinéma Arthouse Le Paris, qui a été initié il y a 20 ans, et ses avant premières quotidiennes programmées à l'heure du midi connaissent un succès croissant – au total, près de 60 000 entrées par an. Des grands noms du cinéma européen comme Sophia Loren, Bruno Ganz, Sandrine Bonnaire, Yolande Moreau, Uberto Pasolini parmi beaucoup d'autres se sont rendus à nos projections Lunchkino au cours des dernières années. De plus, nous voulons nous adresser à un public plus âgé en rejoignant une initiative qui crée des programmes pour les seniors. Mis à part les contenus alternatifs tels que des opéras ou des productions théâtrales en direct, nous nous joignons à d'autres institutions culturelles afin de créer des événements interdisciplinaires. Par exemple, lorsque des écrivains célèbres visitent Zurich, nous les invitons à prendre part à une projection spéciale, comme l'a fait récemment John Irving.

En Suisse les films d'Art et d'Essai et ainsi la plupart des films européens sont projetés dans leur version originale sous-titrée. Traditionnellement, même les blockbusters américains étaient projetés dans leur version sous-titrée, ce qui date de l'époque analogique, lorsque les mêmes bobines bilingues en 35 mm sous-titrées étaient projetées dans les parties germanophone et francophone du pays. Cette diversité linguistique commença à disparaître avec la numérisation, vu que de nombreux multiplexes projettent désormais des versions doublées. Le jeune public risque de perdre sa capacité à lire les sous-titres et, une fois son goût changé, il ne voudra un jour plus – ou ne pourra simplement plus – voir de films d'auteur sous-titrés. C'est pourquoi nous avons avec l'association suisse du cinéma d'Art et d'Essai lancé une initiative afin de défendre les versions originales au cinéma. Trois clips différents rappellent au public (surtout au jeune public) les avantages de la version originale comparée à la version doublée. De plus, les associations d'exploitants et de distributeurs suisses se réunissent cette année afin de créer la première journée du cinéma afin de promouvoir auprès du public les facettes et attraits divers du cinéma. Cet automne, nous célébrerons le cinéma, son objectif est avant tout d'atteindre les personnes qui ne sont pas allées au cinéma depuis des années, et de leur montrer les différentes facettes et les attraits divers du cinéma.

Beat Käslin, directeur général

ROYAUME-UNI

CURZON BLOOMSBURY (LONDRES)

Donner l'accès au cinéma mondial à l'intérieur et à l'extérieur du cinéma

Curzon Cinemas possède 12 cinémas au Royaume Uni, dont sept à Londres, et nous nous chargeons de la programmation de huit autres sites uniques. Nous avons une plateforme de vidéo sur demande, Curzon Home Cinema, et la société de distribution immensément respectée Artificial Eye. Nous sommes une marque « patrimoine » construisant un modèle commercial du 21e siècle, fournissant un cinéma inoubliable dans un environnement de qualité.

Le marché cinématographique s'est très bien porté en 2015 en raison de deux films 'poids lourds', *Spectre* et *Star Wars*, qui ont tous deux dépassé les objectifs de départ. C'était donc une très bonne manière de finir l'année. À Curzon, nous sommes fiers de programmer des films de qualité, nous étions donc soulagés que ces deux films reçoivent de bonnes critiques, et soient crédibles, car notre public ne se sent pas trahi.

Curzon a toujours été engagé en faveur du cinéma mondial et du cinéma de langue étrangère, depuis l'ouverture de Curzon Mayfair au cœur de Londres en 1934.

Alors que nous nous développons, surtout en dehors de Londres, il y a un besoin commercial de diversification du public, mais nous sommes fiers de remarquer que parmi nos meilleurs succès en 2015, on trouve *Snow Therapy*, *Le sel de la Terre*, *45 ans* et *The Lobster*.

Nous entretenons une relation très saine et respectueuse avec notre public et membres plus fidèles. Notre public répond à notre communication, et en retour, nous prenons en compte leurs réactions et commentaires. Afin de mesurer la satisfaction et les souhaits de notre public, nous nous servons d'un mélange d'analyses de données dures, d'instinct, de retour venant directement du cinéma et des résultats de sondages à la sortie effectuée auprès du public. La recherche et le développement gagnent en importance car, dans une ville comme Londres, il existe toujours des endroits alternatifs où sortir ; il faut donc demeurer vigilant et bien sûr pertinent.

Au Royaume Uni, on compte en moyenne 15 sorties de film par semaine, nous essayons de garder le rythme, mais nous programmons différentes sections, y compris : Curates, qui prend des films moins connus et les place durant des creux dans les cinémas régionaux ; DocDays, proposant des documentaires forts et au contenu souvent politique dans notre cinéma principal, Curzon Soho, suivi de séances de discussions Q&A, et Curzon Art pour en apprendre plus sur les principales projections.

Nous nous préoccupons beaucoup du concept de nos cinémas. Chaque nouveau site a un design individuel et comporte un clin d'œil à l'héritage du bâtiment dans lequel il se trouve. En 2015, nous avons rouvert Curzon Bloomsbury qui avait été conçu pour se fondre dans l'architecture brutaliste de son environnement et le designer principal s'est inspiré du film *Stalker* de Tarkowski. Certaines de nos plus petites salles sont souvent au complet pour des titres de cinéma mondial comme *Taxi Téhéran*, *The Assassin* et *Béliers*, c'est donc un lieu fantastique pour explorer toutes sortes de films. Nous lançons un nouveau système de billetterie visant à faire venir plus de personnes de moins de

30 ans au cinéma pour les films en langue étrangère et nous serons en mesure d'en dire plus l'année prochaine ! Bloomsbury est le quartier où notre cinéma est consacré au cinéma du monde.

La partie la plus innovante de notre activité et celle qui connaît la plus forte croissance est notre plateforme transactionnelle sur demande, Curzon Home Cinema. Le service est comme un lieu virtuel pour notre groupe et offre un mélange inédit de nouvelles sorties 'on date' (day-and-date), ainsi qu'une sélection de collections soigneusement choisies. Actuellement, nous sortons plus de 60 films suivant le système « day-and-date » (sortie mondiale simultanée). Nous sommes fiers d'avoir un cinéma européen et indépendant complet et de choix, à offrir au public dans tout le Royaume Uni et l'Irlande. En tant que conséquence de notre stratégie numérique novatrice, plus de cinéphiles que jamais peuvent désormais aussi bien à la ville qu'à la campagne profiter d'un accès immédiat aux nouvelles sorties. Selon nous, le consommateur doit être en mesure de pouvoir choisir comme il veut regarder un film, et la tendance actuelle montre que 50% des achats numériques ont lieu en dehors de Londres, en province. L'engagement et la mise en place de l'accès au moment de la sortie sont les éléments-clés de notre identité commerciale. Ayant investi dans la plateforme et l'ayant commercialisée, nous avons vu notre nombre de nouvelles inscriptions et notre croissance grimper de 100% rien qu'au cours de l'année précédente.

Notre campagne « Save Curzon Soho » est un projet sur lequel nous avons récemment travaillé et pour lequel nous avons reçu un large soutien. Ce bastion du cinéma indépendant situé dans le centre de Londres est menacé par une nouvelle station de métro. Nous avons organisé une compétition de courts métrages dont le thème était d'expliquer pourquoi ce cinéma devait être sauvé et nous l'avons projeté au cinéma. Le film était très audacieux et comprenait des comédiens, des employés et des spectateurs qui récitaient des citations de leur film favori contenant des injures face à la caméra. Cela a attiré beaucoup d'attention en ligne et vous pouvez le voir en ligne ici : (attention : âmes sensibles s'abstenir)

<https://www.youtube.com/watch?v=BAWxIblpviE>

Et ne pas oublier de signer pour sauver Soho en suivant ce lien :

<https://you.38degrees.org.uk/petitions/save-the-curzon-soho>

Kate Gerova, Directrice du marketing opérationnel, Curzon Cinemas