

***Europa Cinemas
Network Review #37***

Cannes 2021

Traduction des textes en français

SOMMAIRE

Editorial.....	3
Interview avec Lucia Recalde.....	5
2020 : Données et chiffres	8
Réouverture de cinémas en Europe.....	10
République Tchèque	
Les exploitants tchèques tentent de garder une attitude positive pendant la réouverture des cinémas	
France	
La résistance française	
Allemagne	
Le cinéma va faire un retour triomphal	
Italie	
Une réouverture sous le signe de la confiance	
Pays nordiques	
Les Nordiques sont optimistes mais craignent le streaming	
Pologne	
Les cinémas polonais et la pandémie : une histoire de ténèbres et de résilience	
Espagne	
L'Espagne brave la pandémie : l'oasis des cinémas indépendants	
Royaume-Uni	
Peu de joie pour les cinémas britanniques à capacité réduite malgré toutes les séances à guichets fermés	
L'initiative 27 Times Cinema et le prix du public LUX	27

Editorial : Ce sont les salles qui assurent l'avenir du cinéma !

2020

Quand les salles ferment à l'échelle quasi planétaire, le cinéma disparaît des grands écrans mais aussi des médias, des murs de nos villes, de nos conversations au quotidien, de nos rêves et de nos emballements collectifs.

Puis quelques mois plus tard, quand les salles rouvrent, les films reprennent leur place, le cinéma renaît. Le public n'a pas oublié !

2021

Saison 2 : les choses s'aggravent, les plateformes triomphent, le cinéma s'interroge. Est-ce la fin du spectacle collectif ? Sauf que cette fois, c'est la médecine qui fait des miracles et on se reprend à imaginer un monde d'après. Quand peu à peu nous sommes autorisés à nous rassembler, c'est le cinéma en salles qui fait oublier le cauchemar et revivre une vraie passion que le public n'avait pas perdue. Malgré les restrictions sanitaires, les difficultés de régulations du marché, le cinéma redevient une réaffirmation de l'essentiel. Les films se pressent sur les écrans, le public comme les professionnels jouent le jeu « liberté + sécurité » et les résultats de la reprise donnent confiance à l'ensemble de la filière. Le cinéma en salles réussit brillamment son retour auprès du public et les petits écrans n'ont pas effacé les richesses et les passions du monde d'avant.

AUJOURD'HUI

Les exploitants n'ont pas abandonné leurs salles, les distributeurs ont protégé leurs films, les producteurs ont tout fait pour maintenir leurs engagements de tournage et maintenant le Festival de Cannes sonne le ralliement international de tous les professionnels qui pourront se déplacer. Pas simple évidemment, mais les films sont déjà là. Et, dans chaque section, la qualité de la promesse est exceptionnelle.

DEMAIN

Bien entendu pareille crise va laisser des traces, nous avons tous perdu du temps et de l'argent. Mais la passion reste, les compétences se sont renforcées dans l'adversité et nous connaissons plus que jamais l'équation de notre avenir : produire de bons films et enthousiasmer le public.

Ce sont les salles et non les plateformes qui assureront l'avenir du cinéma et si quelques mois de fermeture ont fait craindre le pire, l'imagination et la créativité se sont renforcées sur l'ensemble de la planète cinéma : se réinventer est une évidence et une nécessité.

EUROPA CINEMAS

Notre réseau a montré ses qualités de résistance et de résilience : nous avons déjà souligné les multiples initiatives qui ont, dans de nombreuses salles, cherché à maintenir le lien avec les spectateurs. Nous avons organisé de nombreux Innovation Labs en ligne réunissant des centaines d'exploitants autour des questions de réouverture et de relance.

Les résultats de l'année 2020 détaillés dans cette Review ont accusé une baisse globale de 62% de box-office (contre 70% sur le marché européen) mais nos salles ont continué à jouer leur rôle en faveur des films européens en accroissant de 53 à 57% leur part de marché, au profit surtout des productions nationales. A cause de l'annulation de nombreux festivals, les sorties à grande échelle de nos productions européennes ont été sérieusement ralenties mais plusieurs titres ont mieux résisté aux méfaits du stop and go : *Drunk*, *Un Divan à Tunis*, *Corpus Christi*, *J'accuse*, *Hope*, *Undine*.

Les récentes semaines de réouverture confirmeront sûrement cette tendance sur 2021.

COLLABORATE TO INNOVATE

Cette toute récente initiative engage Europa Cinemas dans une nouvelle stratégie de soutien aux innovations groupées partagées entre plusieurs salles de son réseau. C'est une façon dynamique de trouver et d'expérimenter de nouvelles réponses à la crise mais surtout aux attentes du futur dans notre réseau particulièrement bien diversifié sur tout le territoire européen. Nous venons de faire le constat que nos salles sont essentielles pour la circulation des films européens, elles le sont aussi pour une action culturelle inclusive, plurielle et responsable au cœur des villes où elles sont implantées. Comme le numérique il y a une quinzaine d'années, de nouveaux champs sont à explorer pour une exploitation qui doit se rapprocher de tous les publics prioritairement les plus jeunes. Ce nouveau programme destiné à soutenir l'investissement des exploitants (jusqu'à 100.000 euros pour un projet collectif) publiera ses premières attributions en juillet 2021.

CREATIVE EUROPE/MEDIA

Au nom des membres de notre réseau nous avons salué les deux initiatives que la Commission a mises en place pour apporter une aide substantielle aux salles de cinéma dans la tourmente des fermetures : le versement anticipé du soutien à la programmation et une aide exceptionnelle COVID de 4 millions d'euros. L'intérêt que porte Creative Europe à notre réseau d'exploitants s'accroît de façon significative et le nouveau programme Collaborate to Innovate en est une nouvelle preuve. Nous ne pouvons que nous féliciter des perspectives ouvertes pour la Culture avec l'adoption toute récente par le Parlement Européen du budget de 2,4 milliards d'euros pour 2021-2027 en augmentation d'1 milliard d'euros sur le précédent. Nous sommes très heureux de féliciter et d'accueillir dans nos colonnes, la Directrice de Creative Europe/MEDIA, Lucia Recalde, pour qu'elle nous présente les grandes lignes de cette action décisive de la Commission Européenne.

Nous sommes heureux de partager ces nouvelles de bon augure avec elle et avec vous !

Claude-Éric Poiroux
Directeur General

Interview avec Lucía Recalde, responsable de l'unité MEDIA/Europe Créative

1. Le programme MEDIA fête ses 30 ans en 2021. Quels sont les principales réalisations au terme de 30 ans de politique audiovisuelle européenne ?

Cette année, nous célébrons notre 30ème anniversaire, l'occasion de revenir sur les nombreuses réussites des projets soutenus par MEDIA. La promotion de la diversité culturelle et de secteurs créatifs dynamiques est au cœur d'Europe Créative. Grâce au sous-programme MEDIA, nous avons poursuivi cet objectif, notamment en favorisant la circulation de contenus audiovisuels en Europe et au-delà. Depuis 30 ans, la Commission européenne soutient l'industrie audiovisuelle et renforce la compétitivité de l'ensemble de la chaîne de valeur. Elle encourage également la collaboration entre les sociétés audiovisuelles et les aide à innover leurs formats et leurs modèles économiques, à s'adapter à la transition numérique et à toucher un public international et transgénérationnel plus large. Alors que nous célébrons le Festival de Cannes, permettez-moi de rappeler que MEDIA a soutenu 15 Palmes d'or depuis la création du programme en 1991, soit la quasi-totalité des films européens primés...

Notre objectif a toujours été que les films et les séries télévisées (ou tout autre contenu) voyagent au-delà de leur(s) pays de production. Nous aidons les créateurs et les distributeurs à développer et à partager des histoires aux accents uniques, mais qui ont un attrait international et attirent le public dans d'autres pays. À cet égard, le soutien au réseau Europa Cinemas a été fondamental pour favoriser les projections de films non nationaux au-delà des frontières et pour établir de nouveaux publics. Le développement exponentiel du réseau Europa Cinemas est l'une des principales réussites tangibles du programme MEDIA : d'un petit cinéma à Angers en 1992 à 1 141 écrans répartis dans 34 pays en 2021 ! En outre, le réseau s'est avéré être un partenaire essentiel pour nous permettre de mettre en œuvre de nouvelles initiatives MEDIA telles que la « Nuit du cinéma européen ». Celle-ci fait partie de la campagne de communication de MEDIA au niveau local et nous a permis de rapprocher l'Europe des citoyens tout en célébrant ensemble la richesse de la culture cinématographique européenne.

Mais en fin de compte, la principale réussite du programme est d'avoir formé et soutenu plusieurs générations de talents et de professionnels européens. Quel que soit leur pays d'origine, ceux-ci considèrent l'Europe comme leur terrain de jeu et développent, produisent et distribuent des histoires ancrées localement sur les marchés européen et mondial.

L'exercice de rétrospective et d'analyse de l'impact du programme et de ses réalisations nous a permis de célébrer cet anniversaire important, mais nous a également inspiré un programme fort et redynamisé pour la période 2021-2027.

2. Le nouveau programme MEDIA/Europe Créative pour la période 2021-2027 vient d'être adopté par le Parlement européen avec un budget revu à la hausse (2,4 milliards d'euros). Quels sont les principaux objectifs et domaines d'activité du nouveau programme ?

L'adoption du nouveau programme MEDIA/Europe Créative intervient à un moment de crise sans précédent pour le secteur audiovisuel européen avec une paralysie presque totale des activités de production et d'exploitation traditionnelle pendant 18 mois. La pandémie a exacerbé la fragmentation préexistante de l'écosystème audiovisuel européen et a rendu le secteur encore plus fragile. Le programme européen de soutien à l'écosystème audiovisuel ne pouvait donc pas mieux tomber.

MEDIA/Europe Créative s'inscrit dans le Plan d'action pour les médias et l'audiovisuel, la boussole de la politique audiovisuelle européenne pour les cinq prochaines années. L'objectif principal de la politique de la Commission européenne est d'aider le secteur à surmonter la tempête de la crise pandémique, de veiller à ce qu'il évolue en saisissant pleinement les opportunités des technologies

numériques et devienne en même temps plus résistant en améliorant sa position concurrentielle à l'échelle internationale.

Premier signe concret de l'engagement de la Commission européenne envers l'écosystème audiovisuel, le budget d'Europe Créative a été considérablement augmenté pour atteindre un total d'environ 2,4 milliards d'euros, soit 63 % de plus que le précédent budget. Sur la base des 27 pays membres de l'UE, le montant global représente une augmentation de plus de 80 %.

Le programme d'Europe Créative pour la période 2021-2027 a été élaboré autour de plusieurs axes horizontaux qui seront pris en compte par des actions et initiatives visant à promouvoir de meilleures pratiques et à contribuer à la réalisation des priorités principales de la Commission européenne. Ces axes sont la prise de conscience écologique, la diversité, l'innovation/la numérisation et la collaboration.

En ce qui concerne la prise de conscience écologique, et afin de s'aligner sur les objectifs du pacte vert de la commission von der Leyen, MEDIA a intégré des éléments financiers pour encourager de meilleures pratiques en matière de promotion du développement durable. Il est également prévu de lancer une consultation du secteur pour mettre en place un calculateur de carbone et convenir de normes communes. Concernant la diversité, le programme prévoit de contribuer au projet mondial de la Commission européenne sur le genre et l'inclusion. MEDIA demandera aux candidats de fournir une stratégie et de s'engager à atteindre des objectifs liés à la diversité dans les dossiers de candidature. En outre, des mesures proactives seront prises, notamment la création de programmes de tutorat et d'activités de formation.

Comme tous les programmes de l'UE, Europe Créative interviendra là où il y a une valeur ajoutée européenne. Les objectifs sont bien sûr de renforcer la coopération et la mise en réseau, de promouvoir le développement et la diffusion d'œuvres de qualité, d'encourager l'innovation artistique et culturelle, et de favoriser la solidarité pour la consolidation du marché audiovisuel européen. On peut dire que l'expérience du réseau Europa Cinemas est un exemple typique de ce que le programme MEDIA/Europe Créative entend par « valeur ajoutée européenne et coopération ».

En outre, le nouveau programme MEDIA a été adapté dans un esprit d'évolution et non de révolution. Cela signifie que, sur la base des réalisations des 30 dernières années, le programme continuera à soutenir l'ensemble de la chaîne de valeur audiovisuelle. Cependant, il le fera dans le cadre d'une structure différente conçue autour de quatre groupes thématiques bien distincts (contenu, secteur, public et politique) afin d'assurer une plus grande flexibilité dans ses actions et d'encourager la coopération entre les professionnels.

3. La crise de la COVID-19 a mis en évidence le rôle essentiel des cinémas dans la circulation des productions européennes. La Commission européenne leur a apporté un soutien exceptionnel pour les aider à surmonter leurs difficultés. Comment envisagez-vous l'évolution de votre politique à l'égard des exploitants du réseau Europa Cinemas et de l'intérêt qu'ils suscitent chez les spectateurs pour les films européens ?

La COVID-19 a été un véritable coup de massue pour les secteurs de la culture et de la création. Dès le début de la crise, nous avons identifié le cinéma comme étant le secteur le plus touché par la pandémie. Notre soutien exceptionnel a été une première réponse corrective et, grâce à votre réseau, nous avons pu le mobiliser à relativement court terme. Cette crise de la COVID a peut-être aussi montré l'importance des politiques publiques et de la réactivité des institutions.

La crise a également engendré des défis que les cinémas ont su transformer en véritables opportunités pour innover leurs modèles économiques. Les cinémas ont fait preuve d'une résilience admirable et ont développé de nouvelles façons de susciter l'intérêt de leur public. Ils ont notamment exploité les technologies numériques, renforcé leur communication sur les réseaux sociaux et coopéré avec d'autres distributeurs et plateformes en ligne. Cette approche innovante porte ses fruits. Aujourd'hui,

nous voyons des gens faire la queue devant les cinémas en ces premières semaines de réouverture des lieux culturels !

L'ensemble du secteur doit pouvoir tirer profit de la résilience des exploitants indépendants pendant la crise. Le renouvellement de l'expérience cinématographique est une opportunité pour le modèle économique et les plans stratégiques du réseau Europa Cinemas. À cet égard, nous saluons le projet pilote qu'Europa Cinemas vient de lancer : « Collaborer pour innover. » Celui-ci s'appuiera sur les enseignements de l'action pilote « Les cinémas comme pôles d'innovation » qui a soutenu des projets innovants associant l'expérience cinématographique, l'appartenance sociale et l'innovation technologique.

Pour conclure, Europa Cinemas a résolument suivi cette célèbre citation de Winston Churchill : « Il ne faut jamais gaspiller une bonne crise. » En cette période de crise profonde, le réseau a réfléchi aux adaptations pouvant être introduites pour renforcer le secteur et le rendre plus résilient. Cette détermination commune des exploitants de cinémas à tirer le meilleur parti de ce moment difficile fait d'Europa Cinemas un projet dynamique et porteur d'avenir.

2020 : Données et chiffres

Dans les pays MEDIA

34 Pays	+0 vs 2019	+3 vs 2009
692 Villes	+7 vs 2019	+289 vs 2009
1143 Salles	+9 vs 2019	+433 vs 2009
2764 Ecrans	+2 vs 2019	+951 vs 2009

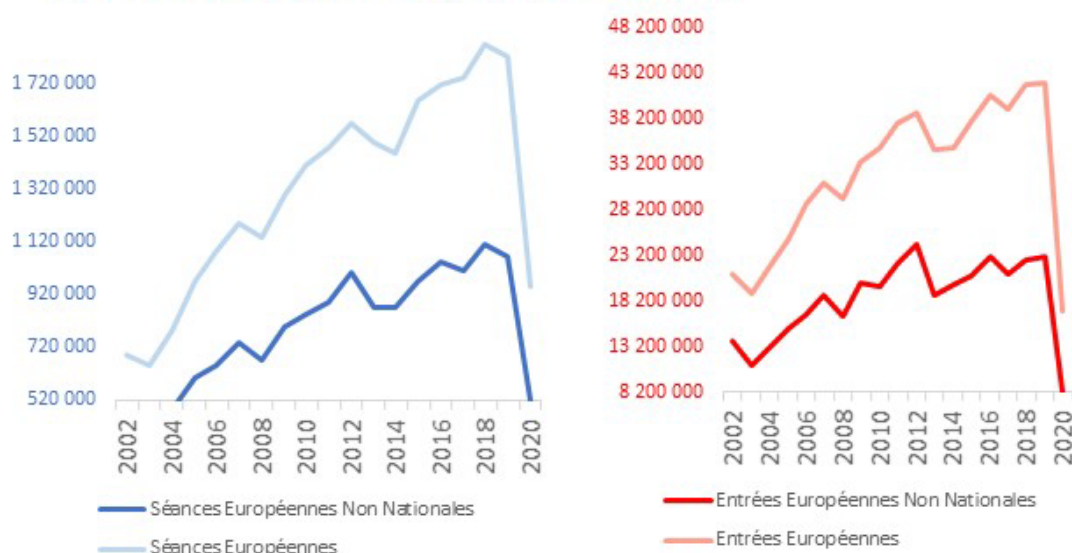
Une année difficile pour les entrées européennes dans le réseau

0,52 M de Séances Européennes Non Nationales (32,8% du total des séances)

0.95 M de Séances Européennes (60.3% du total des séances)

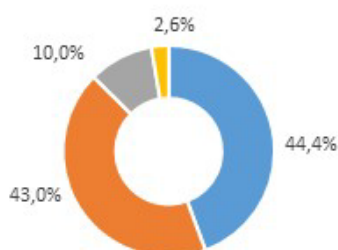
8,2 M d'Entrées Européennes Non Nationales (27,3% du total des entrées)

17,1 M d'Entrées Européennes (56,7% du total des entrées)



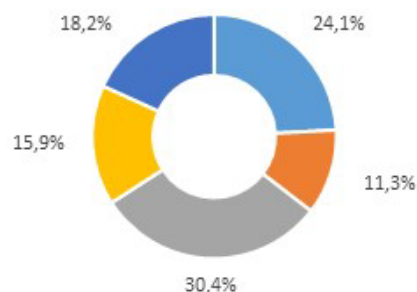
Profil des Salles

Cinémas par nombre d'écrans
2020



Mono-écrans : 507 Salles
2 – 4 Ecrans : 492 Salles
5 – 7 Ecrans : 114 Salles
8 Ecrans ou + : 30 Salles

Taille des cinémas par ville 2020



< 50 000 habitants : 276 Salles
50 - 100 000 : 129 Salles
100 - 500 000 : 348 Salles
500 000 - 1M : 182 Salles
> 1M : 208 Salles

Le réseau Europa Cinemas a réalisé plus de 50% des entrées totales pour ces films !

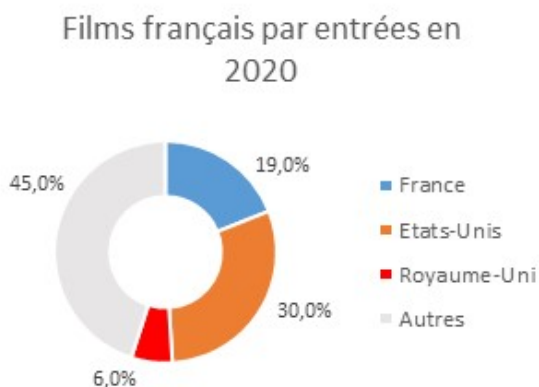


Labels Europa Cinemas

En 2020, les labels Europa Cinemas ont été admirablement diffusés dans toute l'Europe, malgré la situation difficile à laquelle les cinémas ont été confrontés. Corpus Christi, labellisé au Festival de Venise en 2019, s'est classé 12e pour les entrées en 2020, et 7e pour les projections. Hâp était déjà bien avancé, sorti dans 13 pays, mais a été stoppé net par la deuxième vague de verrouillage à travers.

Corpus Christi - PL (Venice 2019)	Alice et le Maire - FR (Cannes 2019)	Hope - NO (Berlin 2020)
233 429 entrées	206 321 entrées	28 051 entrées
13 826 séances	6 937 séance	2 971 séances
29 pays	12 pays	13 pays
595 salles	186 salles	170 salles

Films français en 2020



Les films français ont toujours été particulièrement forts pour le réseau. En raison de la crise, et de la faible diffusion des films anglais en 2020, cela s'est encore renforcé. Ils représentent 19% du total des entrées, ainsi que 21% du total des séances pour 2020. C'est un bon résultat par rapport à 2019, où ils ne représentaient que 15% des entrées totales et 19% des séances totales. Les films français ont également été notablement présents dans le top 15 des films du réseau Europa Cinemas, tant en termes d'entrées que de séances, par rapport aux autres années. En 2019, par exemple, un seul film français était présent dans les deux palmarès, alors qu'en 2020, 5 étaient présents dans le top 15 des séances et 4 dans le top 15 des entrées.

Circulation interrompue des films

L'année dernière, de nombreux films ont vu leur parcours s'arrêter prématurément. Drunk, malgré un début remarquable (222 000 entrées) a été stoppé net, deux semaines seulement après sa sortie en France, en raison de nouvelles mesures de confinement. Hors Normes (20 000 entrées) et Portrait de la jeune fille en feu (12 000 entrées) ont été arrêtés au Danemark malgré un bon démarrage, et Hâp a également été stoppé net, une ou deux semaines après sa sortie aux Pays-Bas, en Slovaquie et en Belgique.



Réouverture de cinémas en Europe

République Tchèque

Les exploitants tchèques tentent de garder une attitude positive pendant la réouverture des cinémas

Les cinémas tchèques ont rouvert leurs portes. Après 8 mois de confinement, soit depuis octobre 2020, et dans l'un des pays les plus touchés par la pandémie en Europe au printemps 2021, les distributeurs et les propriétaires de cinémas tchèques ont pu rouvrir le 24 mai 2021 et ainsi recommencer à diffuser des films sur grand écran.

La capacité d'accueil est limitée à 50 % et à un maximum de 500 personnes à l'intérieur. Le port du masque est obligatoire. Les spectateurs doivent également prouver qu'ils se sont soumis à un test antigénique au cours des dernières 72 heures ou à un test PCR au cours des sept derniers jours, qu'ils ont reçu la deuxième dose du vaccin depuis au moins deux semaines ou qu'ils ont guéri de la COVID-19 au cours des derniers 90 jours. Les snacks et les boissons ne pouvaient pas être vendus avant la réouverture des salles de restaurant. Cette dernière condition a conduit les multiplexes tchèques à ouvrir le 10 juin, soit plus de deux semaines plus tard.

2020 a été terrible, 2021 est imprévisible

En 2020, le nombre d'entrées a chuté pour atteindre 35 % des entrées de 2019. Il s'agit de la pire année de l'histoire cinématographique de la République tchèque, contrastant fortement avec les chiffres en hausse du box-office des années précédentes. Les réalisateurs, les exploitants et le fonds cinématographique tchèque ont passé la plus grande partie de la période de pandémie à se battre pour que le ministère de l'Industrie et du Commerce inclue le cinéma dans le principal programme de soutien à la culture en période de COVID-19. De nombreux propriétaires de cinémas ont déclaré que le cinéma et la culture étaient discriminés pendant les confinements de 2020 et 2021, le gouvernement traitant l'ensemble du secteur créatif comme un vecteur de simples loisirs. Certains changements de réglementation frôlaient l'absurde. Malgré cela, pas un seul cinéma tchèque n'a fermé définitivement à cause de la pandémie.

« Cela a été un véritable défi », convient Ivo Andrlé de la société de distribution Aerofilms. « Mais maintenant, nous avons une stratégie "advienne que pourra", pour ainsi dire. Nous avons décidé d'aller de l'avant et de ne pas attendre et spéculer sur l'impact de l'été à venir ou la quantité astronomique de premières proposées par les distributeurs. Les résultats ne seront peut-être pas excellents, j'en suis conscient. Mais actuellement, le marché est imprévisible, et nous ne voulons pas attendre. » Aerofilms a déjà présenté le lauréat de la Berlinale, *Bad Luck Banging or Loony Porn* de Radu Jude, *First Cow* de Kelly Reichardt, salué par la critique, et *Falling* de Viggo Mortensen. Plusieurs autres films d'Aerofilms seront proposés en première après la 55ème édition du Festival international du film de Karlovy Vary, qui a été reportée à la fin du mois d'août de cette année.

Plus de 600 personnes se sont rendues au cinéma Aero de Prague, l'un des principaux établissements tchèques pour les événements d'art et d'essai, au cours du premier week-end suivant sa réouverture. « Nous fonctionnons déjà à plein régime avec de nombreux programmes spéciaux pour attirer le public », déclare le directeur du cinéma, Jiří Flígl. Son équipe a préparé une projection de deux films, à savoir *First Cow* et *Nomadland*, tous deux inédits pour le public tchèque. L'Aero reprend également sa sélection de films « Légendes » avec *Les Moissons du ciel* de Terrence Malick et *Do The Right Thing* de Spike Lee. Le festival du film Shockproof, un événement populaire axé sur les films étranges,

glauques ou n'ayant pas rencontré leur public, quitte les plateformes en ligne pour retrouver son format d'origine. Et Aerofilms, en collaboration avec M. Flígl et d'autres réalisateurs, a également inauguré le 6 juillet un événement parallèle au Festival de Cannes avec la projection d'*Annette* de Leos Carax.

Nous espérons revenir à la normale

Le cinéma Aero jouit d'un public très fidèle et son emplacement à Prague est différent de celui des villes plus petites. « Nous faisons de notre mieux et nous préparons le programme comme s'il n'y avait jamais eu de confinement », déclare Barbora Kucsa Prágerová. Directrice du Metro 70, le seul cinéma municipal de Prostějov, en Moravie, elle semble dynamique et positive. Son cinéma a réussi à se reconstruire pendant le confinement et dispose désormais d'un nouvel écran et de nouveaux projecteurs. « Nous ne sommes pas naïfs, nous savons que, par exemple, l'année dernière, il nous a fallu presque deux mois pour revenir à 50 % de nos entrées. Mais nous restons positifs. Nous pensons que les spectateurs sont tout aussi frustrés que nous sur le plan social et qu'ils reviendront. » Selon Kucsa Prágerová, les spectateurs des programmes du ciné-club du Metro 70 sont les plus fidèles. « Ils ne sont pas nombreux, mais ils surmonteront tous les obstacles, parce qu'ils vivent pour le cinéma. Nous savons que nous pouvons compter sur eux. » En revanche, il semble que les enfants et les familles mettent beaucoup plus de temps à revenir.

En l'absence de nombreuses superproductions hollywoodiennes en 2020, les distributeurs tchèques ont plus que jamais compté sur la production locale. Les comédies locales grand public devraient être à l'affiche de nombreux cinémas tchèques pendant l'été. Les cinémas ont également prévu des projections estivales en plein air pour multiplier les options. « Il n'y a aucune raison de rester chez soi à regarder de vieux films », estime Magdaléna Králová, directrice générale de l'Association des producteurs audiovisuels. « Les Tchèques sont de grands patriotes en matière de films et aiment le cinéma local. Nous sommes convaincus que nous ramènerons le public tchèque dans les salles grâce à un large éventail de genres et de productions locales. »

La sortie spéciale d'un documentaire primé, *A New Shift*, prouve que certains changements dans la distribution des films locaux ne sont pas prêts de disparaître. Ce film raconte l'histoire d'un ancien mineur de l'industrie d'Ostrava qui s'oriente tant bien que mal vers des programmes de formation et vers le marché du travail. Il a d'abord été diffusé en ligne sur DAFilms.cz. En juin, il est sorti dans les salles de cinéma grâce aux efforts conjugués de la société de distribution Artcam Films et de la plateforme de streaming en ligne, une pratique peu répandue avant la crise de la COVID-19.

Qu'on ne se leurre pas : rien n'est acquis pour le reste de 2021, mais au moins, le besoin de retravailler et celui d'aller au cinéma sont indéniables.

Pavel Sladký

France

La résistance française

Les 2 000 cinémas de France ont relevé le défi de la pandémie, mais les six mois à venir dressent un tableau mitigé.

Le 19 mai dernier, le cinéma Le Méliès de Saint-Étienne a fait parler de lui à l'occasion de sa réouverture, après six mois de fermeture due à la pandémie de COVID-19, en projetant à 6 heures du matin le film *Petite maman* de Céline Sciamma sur ses trois écrans.

« Nous avons été le premier cinéma de France à rouvrir, ce qui a suscité l'intérêt des diffuseurs nationaux », explique Pierre-Marie Claret, directeur du cinéma. « Nos trois salles ont affiché complet. Même avec une capacité d'accueil limitée à 35 %, c'était assez impressionnant. »

Les 2 000 cinémas français, soit 6 000 écrans, ont été contraints de fermer leurs portes en octobre dernier dans le cadre des mesures prises pour contenir la deuxième vague de la pandémie. Cette mesure faisait suite à une fermeture de 14 semaines au printemps 2020.

Ils ont rouvert avec une capacité d'accueil limitée à 35 % et un couvre-feu fixé à 21 heures. Les restrictions ont ensuite été assouplies le 9 juin pour passer à une limite de 65 % et à un couvre-feu fixé à 23 heures, avant d'être entièrement levées le 30 juin.

Selon les chiffres fournis par la Fédération nationale des cinémas français (FNCF), sur l'ensemble des deux périodes de fermeture, les cinémas français ont été à l'arrêt pendant 300 jours pour des pertes évaluées à environ 1,6 milliard d'euros.

Tout au long de ces deux confinements, le Méliès a profité des réseaux sociaux pour lancer des initiatives comme la Méliès Battle, où le cinéma décidait d'un thème hebdomadaire et demandait à ses followers de soumettre des extraits de film qui, selon eux, le résumaient. Une autre de ces initiatives s'intitulait l'Épicerie Film(s) et proposait une sélection quotidienne de recommandations se basant sur ce qui était proposé à la télévision ou sur les plateformes. « Notre objectif était de continuer à stimuler l'intérêt des gens pour la vie du cinéma », explique M. Claret.

De nombreuses initiatives similaires ont été lancées par des cinémas dans toute la France. Le Studio 43 de Dunkerque, dans le nord de la France, a mis en ligne un projet de ciné-club collaboratif autour de la filmographie de Denis Villeneuve. Il a également élargi son champ d'action pour créer une publication de A à Z inspirée par l'œuvre du réalisateur qui sortira en septembre, à l'occasion de la sortie de son prochain film de science-fiction, *Dune*. « En 2019, nous avons déjà visionné et analysé les films ensemble, et cette fois, nous avons profité de cette période pour travailler sur la publication ABC », explique Sylvie Presa, directrice du Studio 43. « Nous n'avons peut-être pas pu projeter de films, mais nous avons poursuivi nos actions culturelles. »

Lors du premier confinement, les cinémas du réseau Dulac Cinémas à Paris ont expérimenté des projections virtuelles sur la plateforme La Vingt-Cinquième Heure, une initiative offrant la possibilité d'organiser des projections programmées pour les spectateurs vivant à proximité de leurs salles, avec des restrictions d'accès géographiques. « Nous avons proposé les films qui devaient sortir dans nos salles comme *Green Boys* d'Ariane Doublet et *Sankara n'est pas mort* de Lucie Viver », explique le responsable de la programmation Éric Jolival. « Cette initiative n'a pas généré beaucoup d'entrées, mais cela nous a permis de rester actifs sur les réseaux sociaux et de maintenir le contact avec nos spectateurs. »

Le Cinéma LUX, dans la ville portuaire de Caen, a également travaillé avec La Vingt-Cinquième Heure et a intensifié les activités de son ciné-club en ligne NetFLUX via la plateforme La Toile, une initiative de vidéo à la demande alimentée par les exploitants et travaillant avec une soixantaine de salles indépendantes.

« Nous avons essayé de promouvoir l'idée de regarder des films sur des plateformes ayant un lien avec de vraies salles de cinéma », explique son directeur Gautier Labrusse, qui est également président du Groupement National des Cinémas de Recherche.

Au cours de la deuxième fermeture, le réseau Dulac Cinémas a mis au point une box cinéophile appelée Maison Dulac Cinéma Box en édition limitée, offrant des objets de toutes sortes et des invitations à des séances en ligne pour des films de la filmothèque Dulac Distribution. « Le deuxième confinement n'ayant pas été aussi strict que le premier, les gens avaient une liberté de circuler moins restreinte, alors les projections virtuelles présentaient moins d'intérêt pour nous. Nous avons donc eu l'idée de créer une box. Nous en avons lancé une pour Noël et une autre pour le printemps et elles se sont bien vendues. C'est une initiative que nous prévoyons de poursuivre tout au long de l'année, en fonction de la saison et des films que nous avons à proposer. »

Les 18 mois difficiles de la première et de la deuxième vague étant derrière eux, les propriétaires et les directeurs de cinémas se concentrent désormais sur les mois d'été et d'automne à venir. Les conditions sont très différentes de celles de la première réouverture en juin 2020, lorsque les cinémas ont dû faire face au cercle vicieux des craintes liées à la santé des spectateurs et à la réticence de nombreux distributeurs à sortir leurs films sur un marché incertain.

Cette fois-ci, quelque 450 films se bousculent pour obtenir une date de sortie et les cinéphiles français n'ont qu'une envie, celle de retourner enfin au cinéma.

Environ 300 000 spectateurs ont afflué dans les salles de cinémas le 19 mai, soit trois fois plus qu'un mercredi moyen sans capacité d'accueil limitée ni de couvre-feu. Les prévisions pour l'été restent toutefois complexes, le nombre d'entrées faiblissant après la ruée initiale.

« À mesure que les établissements rouvrent et que la vie reprend son cours, les gens ont beaucoup d'autres alternatives pour s'occuper durant leur temps libre, et la vague de beau temps a également joué un rôle », explique M. Jolival. Sans oublier le report du championnat d'Europe de football 2020 qui se déroule du 11 juin au 11 juillet.

Au-delà des facteurs saisonniers, on redoute toujours que les événements des 18 derniers mois aient un impact à plus long terme, avec des craintes particulières autour de l'accélération de la montée en puissance des plateformes mondiales et du raccourcissement des délais de diffusion des films après leur sortie en salle aux États-Unis intervenus lorsque les cinémas étaient fermés.

« Je suis inquiet pour l'écosystème du cinéma dans son intégralité, pas seulement pour les salles d'art et d'essai », déclare M. Labrusse du Cinéma LUX. « Même si nous avons relevé le défi, cette période a été extrêmement difficile pour l'ensemble du secteur. »

Melanie Goodfellow

Allemagne

Le cinéma va faire un retour triomphal

Après huit mois de fermeture, c'est le 1er juillet qui a été choisi comme date nationale pour la réouverture des cinémas allemands. Grâce à divers programmes d'aide de l'État au secteur culturel ainsi qu'à des subventions, la plupart des salles allemandes a survécu à la crise. Mais en Allemagne, comme dans le reste du monde, le marché du cinéma a beaucoup évolué au cours des quinze derniers mois, car le streaming était le seul moyen possible de profiter des nouveaux films. En ce sens, la crise de la COVID 19 est devenue un catalyseur pour les modèles de streaming et de distribution en ligne, au détriment de l'exploitation en salle.

« Ce changement s'est produit beaucoup plus rapidement à cause de la pandémie », explique Verena von Stackelberg, directrice générale du cinéma Wolf, cinéma d'art et d'essai à Berlin. « Mais la crainte du streaming a disparu car nous envisageons désormais plus sereinement de nouveaux modèles de distribution. » De nombreuses salles d'art et d'essai en Allemagne ont adopté une nouvelle approche pour fidéliser les cinéphiles. « Les membres d'Europa Cinemas ont réussi à garder le contact avec leur public en leur proposant des circuits locaux en réponse aux modèles économiques et aux algorithmes mondiaux », souligne Christian Bräuer, directeur général de la chaîne de cinémas d'art et d'essai Yorck Kinos, basée à Berlin. Thierry Frémaux, directeur du Festival de Cannes, déclare quant à lui : « Le cinéma va faire un retour triomphal, car les gens aspirent à une expérience collective et à différents types de films. »

Les plus grands changements ont eu lieu au niveau du marché mondial, de nombreux abonnements de streaming ayant été vendus lorsque les cinémas étaient fermés. « Cette tendance a anticipé les délais de diffusion des films après leur sortie en salle, qui ont été raccourcis par les studios de 45 jours à zéro. Il est également question des recettes et de l'impact que cela pourrait avoir sur le cinéma d'art et d'essai », explique M. Bräuer.

Il n'est pas encore possible de prédire l'impact que la crise pourrait avoir à long terme sur le marché en général ou sur le secteur de l'exploitation en particulier, comme le souligne Mikosch Horn, programmateur du cinéma communautaire Filmhaus de Nuremberg et co-coordonateur de la plateforme numérique Cinemalovers. Lancée en mai 2020, cette plateforme a déjà réuni 28 cinémas allemands et propose tous les mois une sélection de cinq films. En même temps, le Filmhaus de Nuremberg compte 500 abonnés qui ont accès à des programmes en ligne ainsi qu'à des billets de cinéma à prix réduit. « Kino 3 est un nouvel outil de marketing pour nous », souligne M. Horn. « Il nous a permis d'attirer de nouveaux publics cinéphiles qui nous ont découverts sur Internet. »

Le cinéma Wolf est l'un des établissements prenant part au projet Cinemalovers. Il propose un ciné-club pour enfants appelé Kinoktopus, qui a poursuivi ses activités en ligne pendant le confinement en présentant des tutoriels vidéo. « La culture cinématographique est primordiale pour intéresser les enfants au cinéma », souligne Mme von Stackelberg, qui considère la plateforme en ligne comme un outil de communication supplémentaire. La salle de projection virtuelle « Wolf in Space » présente des courts métrages et des films d'animation pour enfants. Les programmes sont diffusés dans toute l'Allemagne. En plus du service d'abonnement, le Wolf propose également un service de vidéo à la demande. « C'est souvent la seule option lorsque les distributeurs vendent exclusivement leurs droits de vidéo à la demande par abonnement aux grandes plateformes de streaming, comme Amazon ou Netflix. » Le coordinateur de Cinemalovers est convaincu que les cinémas d'art et d'essai ne doivent pas laisser le streaming aux grandes plateformes. « Nous avons des compétences en tant que responsables des programmes. » L'obtention des droits représente également un effort

considérable. « En notre qualité de groupe de cinémas, nous sommes dans une meilleure position de négociation », affirme M. Horn. En plus des droits de distribution, les services techniques constituent un autre facteur de coût substantiel.

Pour la diffusion en ligne des films allemands ayant reçu un soutien financier, les associations de cinéma ont décidé que les recettes devaient être perçues dans un fonds collectif. La part des cinémas pour la distribution en ligne des longs métrages est réduite à 40 %. Le nouveau point de distribution « not sold » collabore également avec les cinémas pour la vente de billets des premières de films de 24 heures. Les exploitants reçoivent 25 % des recettes. Pendant la pandémie, la société de production et de distribution Port au Prince a lancé le service à la demande CVOD.de, qui propose des événements numériques exclusifs en direct pendant 24 heures. La projection d'un film dans le cinéma virtuel est suivie d'une séance de questions-réponses avec des personnalités diverses comme des réalisateurs, acteurs et experts en tout genre. Les mêmes règles s'appliquent au streaming et au cinéma. « Si nous proposons trop de films sur notre plateforme en ligne, nous perdons notre profil », explique Felix Grassmann, directeur du cinéma primé Abaton à Hambourg. « Le streaming ne peut pas faire office de soupape. Il doit faire l'objet d'une sélection de qualité selon les mêmes critères que ceux qui sont appliqués à la programmation en salle. »

En raison du confinement, de nombreux longs métrages vont sortir en salle pendant l'été. Au 1er juillet, 21 films au total ont été programmés pour une sortie en salle en Allemagne. « L'organisation est donc d'autant plus importante », déclare M. Bräuer. « Nous voulons soutenir les cinéphiles pour qu'ils puissent aller voir le film qu'ils meurent d'envie de voir, et même encore d'autres films. » La chaîne de cinémas Yorck Kinos optimise son site Internet pour la vente de billets en ligne. « Les compétences numériques se sont améliorées dans toutes les couches de la société. » Son site Internet est devenu le principal point de vente de billets de cinéma. En outre, les Yorck Kinos lancent dès cet été une plateforme en ligne. Cette boutique de films va également proposer des classiques récents. « Si vous allez dans le bon cinéma, vous aurez le sentiment d'avoir vu le bon film », conclut M. Bräuer.

Birgit Heidsiek

Italie

Une réouverture sous le signe de la confiance

En Italie, les cinémas ont pu rouvrir leurs portes le 26 avril. Grâce à la campagne de vaccination, l'ambiance est à l'optimisme. L'ensemble du secteur s'engage à soutenir et à promouvoir l'expérience consistant à aller voir un film sur grand écran.

Le 26 avril 2021, les cinémas italiens ont enfin pu rouvrir leurs portes. Mais ce n'était pas la première réouverture en pleine pandémie. Il y avait eu une première tentative le 15 juin 2020 : malgré le taux croissant de contaminations, les cinémas avaient repris leurs activités jusqu'au 25 octobre 2020, date à laquelle le gouvernement avait décidé de refermer les cinémas et les théâtres. Comme on peut l'imaginer, le secteur de l'exploitation a beaucoup souffert pendant cette période. En 2020, le marché s'est effondré de 71 % en matière d'entrées et de recettes. Ce chiffre se rapproche plutôt de 93 % si l'on considère la période s'étendant du début du premier confinement (le 8 mars) à la fin de l'année. Il convient cependant de souligner que les gouvernements ont soutenu l'industrie du cinéma avec une série de mesures extraordinaires totalisant 275 millions d'euros, ce qui ne représente qu'une partie des aides accordées l'année dernière.

Mais les grands écrans ne se sont pas contentés d'attendre que la pandémie passe. Pendant le premier confinement de 2020, compte tenu de la fermeture continue des salles, plusieurs exploitants ont commencé à développer des plateformes à la demande, en veillant bien à ce que les recettes des projections reviennent aux exploitants eux-mêmes. La plus importante de ces plateformes est probablement MioCinema. Elle a été créée par le distributeur Lucky Red en collaboration avec Circuito Cinema, un groupe influent de cinémas à Rome ; plus de 200 salles dans toute l'Italie y ont adhéré. La plateforme #iorestoInSALA, quant à elle, a été créée par plusieurs distributeurs, dont Academy Two et la cinémathèque de Bologne, ainsi que par le circuit Anteo spazioCinema à Milan, soit plus de 200 salles participantes. Les deux plateformes se caractérisent par leurs programmes de films européens, leurs critiques et leurs contenus additionnels. Et ce ne sont pas les deux seuls exemples. Un groupe d'exploitants spécialisés dans les films indépendants, comprenant par exemple le cinéma Beltrade à Milan, le cinéma Farnese à Rome et le cinéma Iris à Messine (doté de plusieurs écrans), a créé la plateforme à la demande 1895.cloud. Mais il y a aussi eu d'autres initiatives qui ont fait des exploitants des protagonistes exemplaires. Le 8 novembre, par exemple, à l'occasion de la Journée Européenne du Cinéma Art et Essai, un groupe de 31 cinémas a créé un véritable marathon sur Facebook intitulé « Nuvole in viaggio, tra cinema e cinematografi » (« Des nuages sur la route, entre les cinémas et les cinématographes »). Les exploitants ont alors pu présenter leurs activités, faire connaître leur histoire et diffuser des courts métrages et des documentaires. D'autres initiatives symboliques ont également vu le jour pour attirer l'attention des gens sur le septième art. Les soirs du 8 mai et du 13 décembre 2020, les enseignes lumineuses des cinémas ont été activées comme symbole de l'espoir d'une nouvelle réouverture.

Le 26 avril, il a enfin été possible de rouvrir au public sous réserve de respecter des mesures de sécurité strictes, comprenant notamment le port du masque obligatoire et le maintien d'une distance entre les spectateurs. L'activité a alors repris avec la réouverture de 200 cinémas au cours des deux ou trois premières semaines, pour plus de 2 000 au début du mois de juin. Par rapport au faux redémarrage de l'année dernière, l'ambiance était à l'optimisme modéré car, grâce au déploiement du vaccin, il y avait l'espoir que cette terrible pandémie puisse prochainement n'être plus qu'un mauvais souvenir. Nous avons assisté à des scènes de liesse, avec des spectateurs qui apportaient des pâtisseries et des gâteaux pour célébrer cette réouverture. Une chose essentielle, et que tous les exploitants s'accordent à dire, c'est que cette réouverture ne doit surtout pas être suivie d'autres fermetures qui pourraient mener de nombreux cinémas à la faillite. La reprise des activités a donc

été vécue avec beaucoup d'enthousiasme. Les initiatives des exploitants ont également été très importantes. Par exemple, le Beltrade de Milan a ouvert ses portes au public avec un marathon à guichets fermés qui a débuté le 26 avril à 6 heures du matin. Paola Corti et Monica Naldi, qui dirigent le cinéma, étaient très heureuses : « Nous ne nous attendions pas à ce genre de réponse. Nous savions que notre public était aussi impliqué et passionné que nous, mais pas à ce point. C'était une surprise pour nous aussi. » Sur YouTube, une vidéo montre Nanni Moretti répondant au téléphone dans son cinéma de quartier, le Nuovo Sacher à Rome, et donnant à ses interlocuteurs des informations sur les films à l'affiche de sa réouverture. Il est également possible de voir le réalisateur ouvrir les portes de l'établissement et accueillir à nouveau les spectateurs incrédules.

Umberto Parlagreco du cinéma multisalles Iris et la distributrice Valentina Guglielmo ont créé le podcast Cronache dal cinematografo (Chroniques du cinéma), qui donne la parole à ceux qui permettent le fonctionnement des salles (guichetiers, exploitants, transporteurs, etc.). De nombreuses initiatives promotionnelles ont été organisées, dont celles des cinémas Palestrina et Mexico à Milan, qui ont offert aux 100 premiers spectateurs un billet gratuit pour retourner au cinéma. Le circuit Anteo spazioCinema de Milan, dirigé par Lionello Cerri, est également de nouveau actif depuis le 26 avril. L'exploitant a déclaré au cours d'une interview à Rai Cinema : « Après six mois de fermeture, rouvrir nos portes a été magique à nos yeux. La réponse du public a été forte dès le premier jour, mais nous nous y attendions, parce que le dialogue avec les spectateurs pendant les mois d'hiver sur les réseaux sociaux nous l'a bien fait comprendre. »

Le circuit a immédiatement repris ses activités consistant à diffuser des films et rencontrer des réalisateurs et acteurs. Ce dernier élément, en plus de la programmation de films d'auteur, a toujours été sa marque fabrique et la clé de son succès. Et c'est précisément ce cinéma de qualité, allant des films oscarisés aux films européens et indépendants, qui a été le moteur de la relance du secteur au cours des derniers mois, les grands films commerciaux n'étant attendus qu'à partir de fin août. Domenico Dinoia, président de la FICE, la Fédération italienne des cinémas d'art et d'essai, nous a confié : « Dès les premiers jours, les cinémas d'art et d'essai et de qualité, dont beaucoup sont membres d'Europa Cinemas, ont repris leurs activités. Dès le début, nous avons déclaré notre volonté d'ouvrir, et nous avons tenu parole. Nous y sommes parvenus car les quelques films mis à disposition par les distributeurs étaient de grande qualité et se sont illustrés lors des Oscars. » Ce redémarrage des cinémas est soutenu par l'ensemble du secteur, qui est incontestablement plus uni que l'année dernière. En effet, les associations italiennes ANEC, ACEC, FICE et ANICA ont créé la campagne de promotion #SoloAlCinema, soutenue par le ministère de la Culture italien et par de grands noms du cinéma comme Pierfrancesco Favino et Monica Bellucci, ainsi que par des réalisateurs de renom. Ce programme événementiel se poursuivra jusqu'à la fin de l'année, dans le but de raviver la passion du grand écran chez les cinéphiles, mais aussi d'attirer de nouveaux spectateurs. Des spots publicitaires ad hoc seront produits et diffusés dans les cinémas, sur les réseaux sociaux et à la télévision. Les 3 et 4 juillet, les premières Nuits blanches du cinéma ont été inaugurées, avec un programme de 48 heures sans interruption comprenant des projections, des rencontres et des événements dans les cinémas. La campagne #SoloAlCinema sera également axée sur la collaboration avec les David di Donatello, les Rubans d'argent, la Mostra de Venise, le Festival international du film de Rome et les événements de rencontre professionnelle Ciné et CineEurope.

Une telle implication de l'industrie pour promouvoir le cinéma sur grand écran est totalement inédite. C'est le signe que, cette fois, nous sommes sérieux et visons une grande relance de l'expérience unique que constitue la projection d'un film sur grand écran.

Stefano Radice

Pays nordiques

Les Nordiques sont optimistes mais craignent le streaming

Alors que les cinémas rouvrent progressivement dans l'ensemble des pays nordiques, l'avenir est, sous bien des aspects, incertain. Mais l'heure est à l'optimisme. Comment le confinement a-t-il affecté le désir du public de retourner dans les salles ? Dans quelle mesure celui-ci s'est-il habitué à regarder les films sur les plateformes de streaming, et que va-t-il advenir du délai qui sépare les sorties en salle des premières en streaming ? Quelles mesures peuvent-être prises pour convaincre le public que « les films, c'est mieux au cinéma » ?

Les quatre pays nordiques ont mis en place différentes stratégies concernant le cinéma, durant la pandémie. Au Danemark, tous les cinémas ont été fermés du 12 mars jusqu'à fin mai 2020, puis, après six mois de projections soumises à des restrictions, ils ont fermé à nouveau du 10 décembre au 6 mai. En Suède, de nombreuses chaînes indépendantes sont restées ouvertes tout le temps, avant tout pour le principe, tandis que la plus grosse chaîne, Filmstaden, restait porte close jusqu'au 1er juin 2021. En Finlande, tous les cinémas n'ont été fermés que pendant deux mois, en avril et mai 2020, et, en Norvège, tous les cinémas ont été fermés entre le 12 mars et le 7 mai de l'année dernière.

Le fait que les blockbusters américains, piliers de l'économie du cinéma, aient pendant longtemps repoussé leurs premières a permis à la production locale de se faire une place. Au Danemark, deux films avec Mads Mikkelsen, l'oscarisé *Drunk* et *Riders of Justice*, ont remporté un gros succès. Le numéro un du box-office après la réouverture de mai 2021 a été le thriller local *The Marco Effect*.

En Suède, les cinémas restés ouverts ont principalement projeté des films provenant de petits distributeurs indépendants. La deuxième plus grande chaîne du pays, Svenska Bio, a tenu bon avec ses 38 cinémas. Pendant tout ce temps, Peter Fornstam, directeur général de Svenska Bio, n'a pas mâché ses mots, mettant en évidence l'impact qu'avaient eu les restrictions, « Malgré l'absurdité des restrictions, nous sommes restés ouverts. Il fallait bien survivre. Je pense que nous sommes la seule grande chaîne de cinéma qui n'ait pas fermé en Europe. Nous avons beaucoup souffert, mais nous avons profité du soutien financier du gouvernement, j'en remercie notre ministre de la culture, Amanda Lind. Nous n'avons mis aucun film sous la touche, nous avons montré ce que l'on nous a offert. Dans le fond, il s'agit d'un écosystème, nous devons tous nous entraider. A présent, nous attendons que les quotas soient augmentés de 50 à 300 places, et l'arrivée de films américains tels que *Black Widow*, *F9*, *Space Jam : Nouvelle Ère*, et d'autres. »

Il y a, bien sûr, une peur que l'explosion soudaine de grosses productions américaines - le « ketchup effect » - ait pour conséquence que certains films soient court-circuités et ne rapportent pas autant d'argent qu'ils l'auraient fait durant n'importe quelle année « normale ». Le fait que la première de *The Triangle of Sadness*, de Ruben Östlund, aura finalement lieu à Cannes en 2022 n'est pas seulement dû à des problèmes de production, mais aussi à la crainte qu'avec une première à Cannes maintenant et la sortie cinéma à l'automne, le film n'ait pas le succès escompté.

Le grand film prévu à l'automne est le nouveau James Bond, *Mourir peut attendre*. Mais la question est de savoir si l'appétit du public pour ce film est toujours intact ou si le report permanent de la première aura fini par lasser les gens, voire que ceux-ci finissent par penser l'avoir déjà vu.

A Stockholm, le cinéma Capitol est resté ouvert tout du long, programmant un mélange de classiques et, pour ce qui est des nouveautés, de ce qui était disponible. Jakob Abrahamsson, directeur général du distributeur NonStop Entertainment et du Capitol, déclare : « Le Capitol est resté ouvert tout le temps. Tout d'un coup, notre cinéma est devenu l'un des rares endroits en Suède où vous pouviez avoir accès à la culture. Nous l'avons fait pour le personnel et pour le public. Nous avons calculé et compris que nous perdions un petit peu moins en restant ouverts. Notre bistrot aussi est resté ouvert, mais avec des horaires réduits. Durant la pandémie, il était possible de louer l'une des trois salles de projection du Capitol pour des projections privées. Nous avons aussi ajouté la possibilité

d'utiliser l'écran pour jouer aux jeux vidéo. Le « Jukebox cinema » est très populaire et nous allons le conserver. Nous avons aussi un « dine-in cinema », où nous servons des plats chauds à certaines places, là où nous ne risquons pas de déranger les autres spectateurs.

Je suis convaincu qu'il y a une grande demande pour les films au cinéma. Même si nous et certains autres sommes restés ouverts, l'impression générale est que tout était fermé. La plupart des gens ignoraient que certains cinémas étaient ouverts. »

Beaucoup d'exploitants de cinéma sont critiques vis-à-vis de ce qu'ils considèrent être des restrictions tout à fait illogiques, autorisant le même quota réduit de spectateurs, qu'il s'agisse d'un cinéma ayant une capacité de 20 ou de 500 places. Markus Lehtinen, qui travaille pour le cinéma d'art et d'essai Liris, à Lahti, en Finlande, a écrit dans un e-mail, alors que le cinéma venait de rouvrir, début juin : « Les autorités locales ont restreint le nombre de clients à dix personnes par projection, ouvrir n'est donc pas économiquement viable, mais au moins, les employés peuvent reprendre le travail. Le point positif est qu'il y a des tas de films à projeter, donc nous ne devons pas trop nous casser la tête pour programmation. »

Tout comme Jakob Abrahamsson, il pense que la poursuite du visionnage privé, en famille ou entre amis, sera un effet durable de la pandémie.

Dans les discussions avec les exploitants et les propriétaires de salles de toute la région, les mêmes sujets surgissent lorsqu'il s'agit du futur - un futur où l'on ne sait toujours pas clairement quand est-ce que les restrictions seront levées ; la perte d'argent, des restrictions sans aucune logique, la différence dans les programmes de subventions, quelles leçons ont pu être tirées - et la concurrence du streaming. En Suède, *Cruella* est sorti exactement le même jour à la fois dans les cinémas et sur Disney Plus, tandis qu'au Danemark et en Norvège, l'absence de délai a poussé au boycott partiel des films de Disney et de la Warner Bros.

Kim Foss, le directeur général de Camera Film, qui possède le Grand Teatret, un vieux et prestigieux cinéma situé au cœur de Copenhague, croit, comme ses collègues nordiques, en la nécessité de faire du cinéma un événement. Et, là aussi comme les autres, il aimerait savoir quelles seront les conséquences d'un délai de plus en plus court entre les sorties en salles et les sorties en streaming. Au Danemark, plusieurs gros exploitants boycottent actuellement les films de Disney et de la Warner Bros. Foss déclare : « Nous ne boycottons pas, nous projetons *Nomadland* bien qu'il soit aussi disponible en streaming. Notre mission n'est pas de renvoyer les spectateurs chez eux, maintenant que les cinémas ont enfin rouvert. C'est tout l'inverse. Nous voulons montrer les films tels que leurs créateurs les ont imaginés : sur le grand écran. Nous avons perdu un tas d'argent. Le gouvernement a proposé un programme de subventions qui, dans notre cas, couvrait 58 % de nos salaires. Nous avons tout fait pour ne devoir licencier personne. »

Guttorm Petterson, directeur général de Film & Kino, l'organisation de l'industrie cinématographique norvégienne, est extrêmement critique quant à la manière dont Disney sort ses films simultanément en streaming et dans les cinémas. « Ce qui nous fait peur, c'est le court délai entre l'exploitation en streaming et en salle. C'est chez Disney que c'est le pire, ils prétendent qu'ils sont là pour les cinémas, mais avec Disney Plus, ils font l'opposé. Les grands studios ont fondé leurs propres services de streaming, et voici le résultat. La perte totale en 2020 était de 57 %, c'est encore pire cette année, mais nous espérons de nouvelles restrictions plus libérales. Et nous avons besoin de nouveaux films à Oslo ; s'ils n'arrivent pas jusqu'ici, ils n'iront pas dans les autres régions. Au début de la pandémie, il y avait quelques projections drive-in ici, en Norvège ; il se peut qu'elles se poursuivent aussi. »

Christian Munggaard, l'un des chroniqueurs cinéma les plus prolifiques et réputés du Danemark déclare : « Je pense que les cinémas devront se réinventer et trouver de nouvelles manières d'attirer le public. La pandémie a montré à quel point ils sont dépendants des grosses productions américaines, et nous ne pouvons pas avoir une situation où les gros prestataires de streaming, appartenant aux plus importantes compagnies cinématographiques, continuent de sortir leurs films simultanément en streaming et au cinéma. Je pense que les cinémas, de cette manière, risquent de

perdre leurs jeunes spectateurs, qui veulent voir les gros blockbusters au cinéma, mais qui ne le peuvent pas en ce moment. Les propriétaires de cinémas doivent aussi se faire à l'idée de ne plus nécessairement être ceux qui décident de ce que les gens voient à tel moment. Il s'agit d'une évolution que les services de streaming ont accélérée. »

Mais, en dépit de toutes ces inquiétudes, il y a une chose qui, plus que tout, joue en faveur des salles de cinéma : les gens veulent se retrouver.

Gunnar Rehlin

Pologne

Les cinémas polonais et la pandémie : une histoire de ténèbres et de résilience

Comme toutes les branches de l'industrie cinématographique dans le monde, les cinémas polonais ont été durement touchés par la pandémie. Une crise particulièrement douloureuse, compte tenu de la hausse constante de la fréquentation au cours de la dernière décennie. L'année 2019 a été une année record : plus de 61 millions de spectateurs se sont rendus dans les salles de cinéma, dont beaucoup pour des productions locales. Le 13 mars 2020, le couperet du premier confinement est brutalement tombé. Il était initialement prévu pour ne durer que quelques semaines, mais il aura fallu des mois pour que les établissements soient autorisés à rouvrir leurs portes. « Les décisions du gouvernement étaient annoncées à la dernière minute, ce qui rendait l'organisation plus difficile. En juin, à la fin du confinement, la réouverture des salles de cinéma a été plutôt chaotique. Il n'y avait aucune réglementation sanitaire cohérente et les multiplexes n'avaient pas de films à diffuser. Les cinémas d'art et d'essai ont été en quelque sorte obligés d'ouvrir pour survivre », explique Marlena Gabryszewska, directrice du cinéma Elektronik à Varsovie et responsable de l'Association polonaise des cinémas d'art et d'essai. De plus petits établissements, comme le cinéma Muranów à Varsovie, propriété de Gutek Film, avaient leurs propres films à diffuser et n'ont pas dû attendre que les grands du secteur mettent à jour leurs programmes de distribution.

Les cinémas sont restés ouverts avec une capacité d'accueil limitée (de 25 % à 50 %), par la suite directement établie en fonction des taux de COVID dans certaines régions. Les masques étaient obligatoires, la nourriture et les boissons interdites. Seuls les proches pouvaient échapper à la règle « un siège sur deux », bien connue de ceux qui ont assisté au Festival international du film de Venise en septembre dernier. Certains événements ont miraculeusement réussi à avoir une édition physique (Festival international du film de Varsovie) ou hybride (Festival international du film Nouveaux Horizons) avant qu'un nouveau confinement ne soit imposé le 13 novembre. Malgré les efforts, les statistiques étaient peu réjouissantes. Entre juin et novembre, la fréquentation était d'environ 10 % de la moyenne de 2019, une proportion qui s'est bien évidemment répercutée sur les finances. La fréquentation a augmenté grâce à des films de plus grande envergure comme *Tenet* et *Mulan*, mais ce sont deux films polonais (*Pęta* et *25 years of innocence*) qui ont dépassé la barre des 500 000 entrées en septembre 2020, le dernier mois rentable avant que le spectre d'une troisième vague ne renvoie les spectateurs sur leur canapé.

La dernière fermeture a été plus courte mais a frappé plus fort. Il est de notoriété publique que les cinéphiles sont particulièrement enclins à chercher l'inspiration dans l'obscurité magique d'une salle de cinéma lorsqu'il fait froid dehors. Malheureusement, la brève réouverture de février n'a duré qu'un mois. Tous les multiplexes sont restés fermés. Il y a eu quelques succès inattendus au box-office : le film indépendant *Palm Springs* a passé la barre des 100 000 entrées. Le 20 mars a marqué le jour des adieux, cette fois pour plus de deux mois, contrairement aux prévisions de l'industrie et au bon sens, puisque les églises, par exemple, n'ont jamais été contraintes de fermer. Certains grands événements ont de nouveau dû être reportés, comme par exemple le plus grand festival polonais de documentaires, Docs Against Gravity, ouvrant la voie en annonçant de nouvelles dates en septembre. Cette décision a ébranlé le fragile écosystème culturel, contraignant à déplacer plusieurs autres événements moins importants. Les résultats du box-office de cette période sont difficiles à retracer, car seules les premières officielles ont été prises en compte, laissant dans le flou les personnes intéressées par les projections en avant-première. Et il y en a eu un paquet ! Les distributeurs, privés des stratégies marketing habituelles en matière de relations publiques, ont eu recours à la sortie anticipée des films les plus attendus et sans cesse repoussés. *Nomadland*, *Minari* et *Drunk* ont ainsi été diffusés des mois avant leur date de sortie officielle, permettant de sensibiliser le public.

Le soutien financier du gouvernement aux cinémas et aux entreprises de l'industrie cinématographique n'a pas été mis en place assez rapidement pour garantir stabilité et continuité.

Les cinémas distribuant et promouvant des films polonais pouvaient recevoir une subvention, mais celle-ci devait être versée après (mai 2021), et pas avant. Certains établissements ont eu recours à des programmes pour diverses entreprises, tandis que d'autres ont pu survivre grâce au fonds Europa Cinemas. Certains cinémas, comme le Żeglarz de Jastarnia, ont choisi la solution du financement participatif. Mme Gabryszewska et ses collègues de l'Association des cinémas d'art et d'essai ont refusé de se reposer sur leurs lauriers et ont créé, en mai 2020, Mojeekino.pl (mon cinéma en ligne), une plateforme virtuelle regroupant initialement 42 cinémas. « Un concept sur le modèle des formats néerlandais et allemand, je crois », explique Ewa Jaskólska, membre du conseil d'administration et propriétaire du Stacja Falenica, un café-cinéma situé dans une gare historique restaurée à la périphérie de Varsovie. « Nous ne voulions pas que les spectateurs perdent le contact avec les films que nous, les cinémas d'art et d'essai, diffusons habituellement », explique Mme Gabryszewska, tout en soulignant que l'offre non commerciale des grandes plateformes comme Netflix n'était pas très étendue avant la pandémie. « Je suis extrêmement fière de ce que nous avons réalisé », déclare Mme Jaskólska. « Nous ne sommes pas prêts à disparaître », ajoute-t-elle en souriant.

Depuis fin mai 2021, les cinémas ont rouvert avec une capacité d'accueil limitée. « Tout le monde espère que ce sera la dernière fois », déclare Mme Gabryszewska. L'une des retombées du confinement, observée également dans le domaine de la programmation des festivals, réside dans l'augmentation des premières de films sur un même créneau. Tandis que traditionnellement, les films polonais ne sortent presque jamais entre mars et le début de l'automne, il y a soudain eu trois nouveaux films par semaine, en plus des superproductions étrangères. Cette abondance ne facilite en rien le travail, surtout avec l'arrivée du soleil et la réouverture des restaurants. « Il est difficile d'écrire sur tous ces films, d'en assurer la couverture médiatique et la promotion », souligne Mme Gabryszewska. Mais personne ne veut attendre plus longtemps : l'incertitude prend le pas sur l'estimation habituelle basée sur les tendances saisonnières. Les retenues, qui réglementent le délai de diffusion d'un film après sa première, peuvent également être un facteur. D'autre part, les grandes sociétés de distribution qui, avant la pandémie, laissaient souvent les cinémas d'art et d'essai sur la touche, sont désormais plus ouvertes à la collaboration (Searchlight Pictures de Disney, Sony Pictures Classics de United International Pictures, etc.) « Les spectateurs vaccinés sont exemptés du port du masque et ne sont pas inclus dans les limites de la capacité d'accueil. Cela nous permet techniquement d'augmenter les ventes de billets, mais c'est également très difficile à mettre en œuvre. Nos systèmes informatiques ne peuvent pas prendre en compte autant de paramètres. Comment sommes-nous censés pouvoir vérifier en ligne qui est vacciné ? », s'interroge Mme Gabryszewska. À partir du 12 juin, la nourriture et les boissons ont été de nouveau autorisées dans les salles, et deux semaines plus tard, la capacité d'accueil est passée à 75 %. Mme Jaskólska déclare : « Nous avons l'impression de repartir de zéro. Il est inutile de consulter des données ou des statistiques, car il s'agit d'une situation sans précédent. Mais, sauf si la pandémie frappe de nouveau, nous retrouverons un jour ou l'autre un nouveau souffle. Il ne peut en être autrement. »

Anna Tatarska

Espagne

L'Espagne brave la pandémie : l'oasis des cinémas indépendants

En mars 2020, l'Espagne est entrée dans une phase de confinement rigoureuse et les cinémas ont, bien entendu, été immédiatement fermés. La réouverture a été progressive dans les zones enregistrant un plus faible nombre de transmissions et d'hospitalisations, avec une réouverture presque générale à la fin du mois de juin. Depuis lors, il est arrivé que les cinémas doivent de nouveau fermer sur des périodes de temps différentes en fonction des politiques des administrations régionales et des statistiques liées à la COVID-19. Mais ces fermetures n'ont jamais duré aussi longtemps que pendant la première vague de la pandémie et n'ont pas eu lieu dans tout le pays. Dans l'ensemble, aller au cinéma en Espagne a plutôt été chose aisée en comparaison avec de nombreux autres pays comme la France, l'Allemagne ou le Royaume-Uni, où les cinémas sont restés porte close pendant beaucoup plus longtemps.

La réouverture des cinémas n'a été possible qu'à condition que ces derniers prennent les mesures de sécurité nécessaires : une capacité d'accueil limitée (jusqu'à une moyenne de 70 % actuellement), le port du masque obligatoire, l'attribution des sièges aux spectateurs, l'incitation à acheter les billets en ligne et la présence de distributeurs de gel hydroalcoolique dans les foyers. Dans ce contexte, les exploitants indépendants ont été parmi les premiers à rouvrir leurs portes l'année dernière et ont ainsi pu rester fidèles à leur style de programmation et aux goûts de leur public. Cela n'a pas été le cas des multiplexes commerciaux, comme les grandes chaînes espagnoles Yelmo Cines et Cinesa, puisque Hollywood a fortement réduit le nombre de ses sorties. Ils ont donc dû programmer un nombre plus important de films indépendants espagnols et européens qui, en temps normal, n'auraient pas fait partie de leur programmation, ainsi que des classiques et des rééditions. Parmi ceux-ci figurait *Cinéma Paradiso* de Giuseppe Tornatore, l'un des premiers films à avoir été symboliquement projeté sur les écrans lors de la réouverture des cinémas en juin dernier. *In the Mood for Love* de Wong Kar-Wai et la trilogie du *Seigneur des anneaux*, qui s'est placée en tête du box-office espagnol pendant plusieurs semaines au printemps 2021, étaient également à l'affiche.

Les membres du réseau Europa Cinemas en Espagne, à savoir 58 cinémas pour un total de 249 écrans, s'accordent à dire qu'ils ont eu différentes options favorisant leur survie en ces temps difficiles. « Les cinémas comme le nôtre, qui ont toujours privilégié la diversité, ont eu plus de chance, contrairement à ceux qui dépendent uniquement ou principalement des grosses productions hollywoodiennes », explique Toni Espinosa, directeur et associé fondateur du Cinemas Girona à Barcelone. « Nous avons subi des pertes, mais si d'autres cinémas ont perdu 70 ou 80 % de leur public, les pertes ont été plus faibles nous concernant, environ 50 %. » Dans le même ordre d'idées, Francesc Vilallonga, programmateur et cofondateur du cinéma Truffaut dans la ville de Gérone, au nord de la Catalogne, ajoute : « L'année dernière, les sorties dans les cinémas indépendants ont été régulières, ce qui nous a permis de maintenir notre politique de programmation. Cela n'a pas été le cas des multiplexes commerciaux qui ont dû programmer les films qui étaient à leur disposition. Et, dans de nombreux cas, ce n'était pas en accord avec le style de films auquel ils ont habitué leur public. En matière de fréquentation, si la baisse générale a été de l'ordre de 70 à 80 %, celle du Truffaut a été d'environ 25 %. Je pense que les cinémas comme le nôtre auront moins de mal à remonter la pente que les multiplexes commerciaux. »

« Mais avoir été en meilleure posture que la plupart des cinémas commerciaux au cours des 12 derniers mois ne veut pas dire que tout a été facile », affirme Octavio Alzola, responsable de la programmation et du marketing de Cines Renoir, qui compte quatre cinémas entre Madrid et Barcelone et fait partie du réseau Europa Cinemas. « La situation a été très difficile et l'est toujours. Il est vrai que nous avons pu rouvrir assez vite, et l'impact de la crise a été plus léger pour nous que pour les cinémas commerciaux, mais cela a un prix. Nous avons paradoxalement perdu de l'argent au moment même où nos cinémas, le Princesa à Madrid et le Floridablanca à Barcelone, se classaient en première et deuxième position au box-office. »

Les fonds publics permettant aux cinémas de surmonter la crise, faire face au coût des mesures de sécurité et compenser la perte de leurs recettes ont été essentiels à la survie de l'exploitation cinématographique en Espagne. Ces fonds proviennent de différentes sources : l'UE, le gouvernement espagnol (à hauteur de 13 millions d'euros) et certaines administrations régionales et locales, mais pas toutes. Les membres espagnols du réseau Europa Cinemas qui ont été consultés se sont tous accordés à dire que ces aides ont été cruciales pour leur permettre de rester ouverts et maintenir leur activité à flot. Certains souhaiteraient que les administrations centrales et régionales allouent des montants plus importants, tandis que d'autres sont favorables à un soutien durable plutôt qu'à des subventions ponctuelles.

À long terme, la nature des cinémas indépendants pourrait également permettre de remédier à un effet secondaire durable de la pandémie : la concurrence des plateformes de streaming, précipitée par le confinement. « À cause de la pandémie et de la concurrence des streamers, nous avons entendu toutes sortes de messages apocalyptiques, mais je pense que cela prouve aussi que le cinéma et le streaming peuvent coexister. Les cinéphiles aiment sortir et profiter d'une expérience cinématographique plus immersive », déclare Toni Espinosa du Cinemas Girona à Barcelone.

Les exploitants indépendants sont déterminés à maintenir leurs liens avec la culture des villes (organismes culturels, musées, écoles de cinéma, festivals) où sont implantés les cinémas. Ils souhaitent également conserver leur programme de présentations et de questions-réponses, qui s'est avéré efficace pour permettre au secteur de traverser ces temps difficiles. C'est aussi au nom de la diversité culturelle que les cinémas indépendants d'Espagne ont lancé l'association PROMIO, appelée ainsi en hommage au caméraman des frères Lumière, Alexandre Promio. L'initiative a été présentée en novembre au Festival du cinéma européen de Séville, en présence de Beatriz Navas, directrice de l'ICAA, l'organisme gouvernemental espagnol de l'industrie cinématographique, ainsi que de Claude-Éric Poiroux, directeur général d'Europa Cinemas.

Selon Octavio Alzola de Cines Renoir, la leçon à tirer de cette situation est la suivante : « Nous devons soutenir encore plus le cinéma espagnol et européen, qui est dans notre ADN, et travailler en étroite collaboration avec les distributeurs indépendants pour contribuer à la promotion des films et inviter les équipes créatives dans les salles pour des présentations et des questions-réponses. Cela a très bien fonctionné pendant la pandémie. Lorsque nous avons annoncé la présence de Viggo Mortensen (qui vit à Madrid) pour la sortie de son premier long métrage en tant que réalisateur, *Falling*, les billets se sont vendus comme des petits pains, en seulement quelques minutes. »

En fin de compte, affirme M. Alzola, « ce qui pousse les gens à retourner au cinéma, ce sont les films, et je pense qu'aujourd'hui, la barre est plus haute. Les spectateurs doivent vraiment avoir très envie de voir un film pour aller au cinéma. » Au cours de l'année difficile qui vient de s'écouler, des films comme *Drunk* de Thomas Vinterberg et *Nomadland* de Chloé Zhao ont acquis leurs lettres de noblesse sur le circuit indépendant. Des films espagnols comme *L'oubli que nous serons* de Fernando Trueba, *Le mariage de Rosa* d'Icíar Bollaín et *Las niñas* de Pilar Palomero ont également bien marché.

Les programmeurs espagnols du réseau Europa Cinemas s'accordent à dire que l'espoir est au rendez-vous avec des sorties prometteuses dans les mois à venir, et tous voient l'affiche de Cannes comme un signal encourageant de meilleurs moments à venir.

Elisabet Cabeza

Royaume-Uni

Peu de joie pour les cinémas britanniques à capacité réduite malgré toutes les séances à guichets fermés 2020

« L'impact du coronavirus a été catastrophique sur le plan financier », déclare Jason Wood, directeur artistique du cinéma et de la culture au centre culturel HOME à Manchester, en Angleterre. « Le fonds de relance de la culture a permis à bon nombre de cinémas du réseau Europa Cinemas de rester solvables. »

En avril 2021, le gouvernement britannique a débloqué 400 millions de livres supplémentaires pour aider plus de 2 700 organisations artistiques, culturelles et patrimoniales, dont les cinémas indépendants, à survivre au confinement. Sur 1,57 milliard de livres du fonds de relance de la culture du département du Numérique, de la Culture, des Médias et du Sport (DCMS), 1,2 milliard a été alloué sous forme de subventions et de financements remboursables. Le British Film Institute (BFI) a été chargé de distribuer une petite partie du fonds total aux cinémas. Jusqu'à présent, 27,6 millions de livres ont été octroyés à 209 cinémas indépendants en Angleterre. Cela signifie que 78 % des cinémas éligibles ont touché de l'argent du fonds, parmi lesquels 87 % sont des cinémas situés hors de Londres. Selon le BFI, il existe 808 cinémas au Royaume-Uni, dont 315 cinémas indépendants. Le BFI n'alloue des fonds qu'à l'Angleterre, et les administrations décentralisées gèrent les subventions pour l'Écosse, le Pays de Galles et l'Irlande du Nord.

Ben Roberts, directeur général du BFI, déclare : « Le fonds de relance de la culture a été une véritable bouée de sauvetage pour les cinémas indépendants locaux dans tout le pays. En proposant les films les plus récents, allant des superproductions aux films britanniques et des nouvelles découvertes du monde entier aux grands classiques, le "cinéma paradiso" local représente souvent la seule forme de culture et de divertissement accessible et est donc vital pour sa communauté. »

Les cinémas ont fermé pour la première fois à la mi-mars 2020 en raison de la pandémie mondiale. Au Royaume-Uni, ils ont pu rouvrir en septembre dernier avec une capacité d'accueil limitée. C'était compter sans le variant Alpha, découvert dans le comté du Kent, qui a entraîné une nouvelle fermeture des cinémas à partir de fin décembre et pour cinq mois. Le 17 mai 2021, les cinémas du Royaume-Uni ont pu rouvrir, à condition de suivre strictement des directives gouvernementales.

Pour aller voir un film au BFI Southbank, les spectateurs doivent réserver leurs places à l'avance. Le cinéma cesse de promouvoir le film et de vendre des billets en ligne 45 minutes avant le début de la séance. Le port du masque à l'intérieur du bâtiment est obligatoire pour tous les spectateurs. Ces derniers doivent également déclarer leur venue en utilisant l'application NHS COVID-19 ou en indiquant leur nom et leurs coordonnées. À l'intérieur, les cinémas doivent limiter le nombre de personnes par séance et s'assurer que la distanciation sociale est respectée en tenant les personnes seules et les groupes à plus d'un mètre de distance. Des nettoyages en profondeur plus fréquents et d'autres mesures de sécurité ont également été instaurés.

Les règles de distanciation sociale devaient être levées le 21 juin, le Royaume-Uni ayant bien géré l'étendue de la couverture vaccinale sur son territoire. Cependant, avec l'augmentation des cas du variant Delta, découvert en Inde et se propageant plus rapidement, le gouvernement a reporté de quatre semaines, soit au 19 juillet au plus tôt, l'assouplissement des règles relatives à la capacité d'accueil des établissements et à la distanciation sociale en Angleterre. Actuellement, la capacité d'accueil des cinq salles du HOME a été réduite de 508 à seulement 108 places.

M. Wood a été stupéfait par cette nouvelle. « Les conséquences financières d'une capacité d'accueil limitée sont lourdes, et le report de la levée complète du confinement n'arrange en rien la situation. » M. Wood souligne que le HOME, comme d'autres cinémas, a enregistré une fréquentation record

avant la pandémie. Le succès critique et financier du film *Parasite*, plusieurs fois primé, a prouvé que les sous-titres ne sont pas une barrière à la popularité. La pandémie n'aurait pas pu arriver à un moment moins propice.

En prévision de la réouverture fixée au 17 mai, les cinémas étaient bien plus au fait des bonnes pratiques de lutte contre la pandémie, car ils ont été soumis à une capacité d'accueil limitée de septembre à décembre. Le public avait alors prouvé qu'il retournerait dans les salles dès qu'il en aurait l'occasion. Pour beaucoup, cela a témoigné du rôle essentiel que joue le cinéma dans la communauté et du fait que les spectateurs réclamaient la réouverture des salles.

Dès le 17 mai, le public a rapidement regagné les salles de cinéma. Le BFI Southbank a ouvert avec une limite de 27 % de sa capacité d'accueil totale. Le film le plus populaire, et de loin, a été *Nomadland*, tandis que *Sound of Metal* et *First Cow* ont enregistré de bons résultats. Une rétrospective sur Robert Altman a également attiré beaucoup de spectateurs. Le HOME a affiché complet pour des séances consacrées à *Minari*, *County Lines*, *Poly Styrene : I Am a Cliché*, *Apples* ou encore *La voix d'Aïda*. Le film ayant fait le plus d'entrées a été *Judas and the Black Messiah*.

« On avait le sentiment que l'absence de superproductions et de films à forte notoriété laisserait plus de place à des films tels que *Nomadland*, *Minari* et *After Love* », déclare M. Wood. « C'est une bonne nouvelle pour le cinéma en matière de diversité, car cela prouve que le public veut voir autre chose que des films hollywoodiens grand public et qui représentent une plus grande diversité de genres. »

Gali Gold, responsable du cinéma au centre culturel Barbican, a également adopté une stratégie de programmation diversifiée pour inciter les spectateurs à revenir au cinéma après la pandémie. Elle déclare : « Sur le long terme, les priorités du cinéma Barbican, que ce soit pour notre équipe interne ou nos partenaires externes, sont d'amplifier les voix qui n'ont pas la parole, d'offrir une expérience collective sur grand écran des films internationaux les plus passionnants, de défendre le cinéma indépendant et de veiller à ce que notre offre soit abordable et accessible. »

Cependant, le moment tant attendu viendra lorsque les cinémas pourront rouvrir sans capacité d'accueil limitée. Vendre des séances à guichet fermé dans des cinémas où la distanciation sociale est de mise n'est pas un modèle économique durable pour les établissements, mais gagner le public à la cause de films plus diversifiés sera la clé de la survie des cinémas indépendants.

Kaleem Aftab

L'initiative 27 Times Cinema et le Prix LUX du public

Rassembler le jeune public et promouvoir le cinéma européen

Intéresser un public plus jeune et les cinéphiles en général est essentiel pour assurer l'avenir d'un marché sain et prospère dans le secteur européen du cinéma d'art et d'essai. Cela fait également partie intégrante de la stimulation du débat public autour de la culture, une cause que certaines initiatives ont cherché à servir au fil des ans. Depuis 2010, 27 jeunes cinéphiles, représentant chacun un pays de l'Union européenne, assistent au Festival international du film de Venise sous le titre générique de projet 27 Times Cinema, anciennement intitulé 28 Times Cinema avant le Brexit. Le projet a été lancé par le Parlement européen, en partenariat avec Europa Cinemas, Giornate degli Autori (la section indépendante du Festival du film de Venise) et Cineuropa. Les participants, tous âgés de 18 à 25 ans, sont sélectionnés tous les ans sur la base de leur créativité et de leur passion pour le cinéma. Ces qualités doivent apparaître dans le processus de candidature mis en œuvre par un groupe de cinémas désignés au sein du réseau Europa Cinemas.

Pendant leur séjour au Lido, ces 27 cinéphiles représentent leurs cinémas locaux et constituent le jury officiel de la section parallèle qui, depuis 7 ans, décerne le Grand prix de Giornate degli Autori. Ils sont encadrés par un réalisateur de renom qui fait office de président du jury. Lors des éditions précédentes, cette fonction a été occupée entre autres par le lauréat de l'Ours d'or Nadav Lapid, Karim Aïnouz, Jonas Carpignano, Samira Makhmalbaf et Bruce LaBruce. Karel Och, directeur artistique du Festival international du film de Karlovy Vary, fait office de tuteur et de modérateur du jury depuis la création du prix en 2014. Par une série de délibérations menant à une discussion finale et une séance de vote diffusées en direct, ce jury unique choisit le film gagnant qui reçoit alors un prix en espèces de 20 000 € à partager entre le réalisateur et le distributeur. La liste des récents lauréats comprend *Le chasseur de baleine* de Philipp Yuryev, *La Ilorona* de Jayro Bustamante et *C'est ça l'amour* de Claire Burger.

En plus de leurs fonctions de jurés, les 27 représentants prennent part à plusieurs activités pendant le festival, notamment à des ateliers sur la critique cinématographique, la communication numérique, la traduction de films et plus encore, à des tables rondes et à des projections spéciales en marge des films participant à la compétition des Giornate degli Autori. Ces activités comprennent généralement des rencontres et des discussions avec des professionnels du cinéma, des influenceurs culturels, des programmeurs de festivals et même des membres du Parlement européen, avec lesquels les participants peuvent partager leurs préoccupations et leurs espoirs concernant la culture européenne. Dans le même temps, ils deviennent journalistes et critiques de cinéma en contribuant à un blog spécial géré par Cineuropa où ils publient des articles, des critiques et des interviews, tout en témoignant de leur expérience personnelle à Venise via les réseaux sociaux d'Europa Cinemas.

Cependant, l'étendue du 27 Times Cinema va bien au-delà du Lido. Avec plus de 300 membres rassemblés au fil des années prenant part à l'initiative, ce programme de formation intensive a vu nombre de ses participants devenir de grands professionnels de l'industrie cinématographique européenne, qu'il s'agisse de réalisateurs établis ou de producteurs et critiques primés, et tous ont endossé le rôle d'ambassadeurs du Prix LUX du public dans leurs pays respectifs.

Ce nouveau prix paneuropéen, présenté par le Parlement européen et European Film Academy (l'Académie européenne du cinéma), en partenariat avec la Commission européenne et Europa Cinemas, a été introduit pour la première fois à Venise l'année dernière sous la forme d'une fusion entre le Prix LUX du Parlement européen et le Prix du public de l'Académie européenne du cinéma. L'objectif de ce prix est de promouvoir des films qui soulignent la diversité et la complexité du cinéma européen, tout en traitant de sujets sociaux et politiques importants, et de faciliter leur

circulation dans les États membres en les sous-titrant dans toutes les langues officielles de l'UE. Les films en lice pour ce prix sont sélectionnés par un jury de professionnels du cinéma européen composé notamment de réalisateurs, de producteurs et de directeurs de festivals, et approuvé par la commission de la culture et de l'éducation du Parlement européen. Une fois que les films nominés ont été présentés, le public européen et les membres du Parlement européen peuvent voter pour leurs préférés par le biais d'un site prévu à cet effet. Le gagnant est finalement choisi sur la base des votes de ces deux groupes (chacun représentant 50 % des suffrages) et est annoncé lors d'une cérémonie ayant lieu pendant une séance plénière du Parlement européen à Strasbourg.

Dans les années à venir, ce nouveau format mettra cinq films en compétition pour le prix, mais en raison de l'impact de la pandémie de COVID-19, le nombre de films nominés lors de sa première édition qui vient de s'achever a été ramené à trois. L'affaire collective d'Alexander Nanau est devenu le tout premier lauréat du prix en battant les deux autres candidats, à savoir *Drunk* de Thomas Vinterberg et *La communion* de Jan Komasa. Pendant la campagne de vote, les trois finalistes ont voyagé dans toute l'Europe pour participer à différentes projections en ligne et physiques, tandis que les membres du projet 27 Times Cinema ont assuré la promotion des événements dans leurs communautés et sur les réseaux sociaux, encourageant les gens à voter. Malgré les défis posés par la pandémie, le projet 27 Times Cinema s'apprête à célébrer sa 12ème édition en 2021 et accueillera, à Venise, une nouvelle génération d'ambassadeurs qui rejoindront un réseau de jeunes cinéphiles enthousiastes ne cessant de croître chaque année.

Jesús Silva Vilas