



**11ème Conférence Annuelle
Europa Cinemas**

Paris

16-19 novembre 2006

Compte rendu des interventions

Avec 1689 écrans répartis dans 55 pays,
Europa Cinemas est le premier réseau international de salles de cinéma
pour la distribution et l'exploitation
des films européens, méditerranéens et africains.

Avec le soutien
de MEDIA Plus, d'Euromed Audiovisuel et du Fonds de Développement Européen
(Union Européenne),
du Centre National de la Cinématographie (France),
d'Eurimages (Conseil de l'Europe),
du Ministère français des Affaires Etrangères
et de l'Organisation Internationale de la Francophonie.

INAUGURATION DE LA CONFÉRENCE

Claude Miller (Réalisateur, Président Europa Cinemas)

Christophe Girard (Maire Adjoint à la Culture de la Ville de Paris)

Christophe Forax (Membre du Cabinet de Madame Viviane Reding, Commission européenne)

Xavier Merlin (Directeur des affaires européennes et internationales du Centre National de la Cinématographie)

Claude-Éric Poiroux (Directeur Général Europa Cinemas)

Christophe Girard :

La Ville de Paris a une politique très volontaire de soutien aux salles de cinéma. En son sein existe un organisme appelé « Mission cinéma » qui aide les tournages, les salles art et essai et fait la promotion de l'accès aux séances. Elle s'assure que si un écran est amené à disparaître, un autre doit être créé pour le remplacer, afin que la ville conserve le même nombre de salles. Elle a conscience que chaque fermeture est mauvaise pour le cinéma, les films, la production, la distribution, la culture, et ainsi pour l'ensemble du pays. Avec 374 écrans, Paris est la première ville au monde en nombre de salles. Elle résiste à l'augmentation du nombre de multiplexes et favorise la conservation des salles de quartier pour maintenir la diversité et l'existence des cinémas.

La mairie de Paris adresse tous ses compliments à Europa Cinemas qui, depuis quatorze ans et bien avant que l'Europe ne connaisse sa configuration actuelle, œuvre pour que le cinéma européen ait un sens. Celui-ci réunit aujourd'hui les exploitants de toute l'Europe liés à son réseau, afin que les expériences de chacun soient échangées et que l'on empêche la disparition d'un établissement. Aller au cinéma, c'est un choix, un geste citoyen et culturel. Il faut, pour les vingt ans à venir – dans le but de conserver une vision salvatrice du cinéma, des salles et du public –, penser et maîtriser les évolutions technologiques et protéger le droit d'auteur. C'est un combat exigeant qui doit continuer. Les exploitants sont les ambassadeurs et les avocats les plus justes et les plus courageux dans l'aventure du cinéma.

Claude Miller :

Europa Cinemas se félicite aujourd'hui d'accueillir plus de 500 membres. Cela représente un record absolu et une preuve de leur assiduité. Une fois encore et plus que jamais, on doit trouver des solutions pour maîtriser l'avenir du réseau.

Christophe Forax :

La Commission européenne et Madame Viviane Reding sont fières de l'existence et des initiatives d'Europa Cinemas. Alors que le budget du programme MEDIA a été revu à la baisse pour 2007, le soutien consacré au réseau de salles ne sera pas diminué. Europa Cinemas concrétise des priorités chères à la Commission Européenne et au programme MEDIA. La première de ces priorités est l'organisation de la circulation des films de qualité, nationaux et européens. La seconde concerne la dimension internationale en accueillant des œuvres parfois non européennes et en créant des partenariats comme Africa Cinemas. Le troisième objectif est l'éducation au cinéma dont le meilleur projet est d'ailleurs primé ce soir par Europa Cinemas.

Concernant la distribution et l'exploitation numérique, la Commission européenne adresse trois messages. Le premier insiste sur le fait que c'est à l'exploitant de maîtriser le rythme et la technologie dans cette transition. Le modèle américain DCI (Digital Cinema Initiative) ne doit pas être la norme unique pour la

transition. Cette existence d'une norme unique, et c'est le second message, comporte des risques d'abus de position dominante, de sécurité des contenus, de diversité culturelle. Madame Viviane Reding et ses services réfléchissent à la possibilité de mandater une norme européenne ouverte pour une projection numérique de qualité. Doit-on adopter ce projet ? C'est aux distributeurs et aux exploitants du réseau Europa Cinemas d'y répondre. Enfin concernant les exploitants qui souhaitent s'équiper en numérique, la Commission européenne est en discussion avec la BEI (Banque européenne d'investissement) afin de soutenir les leasings contractés pour l'acquisition de ces matériels.

Claude-Éric Poiroux :

La Commission européenne n'est pas la seule institution à soutenir Europa Cinemas depuis sa création en 1992. Il y a aussi le CNC (Centre National de la Cinématographie) représenté par Monsieur Xavier Merlin.

Xavier Merlin :

Europa Cinemas et le CNC ont la conviction que la vie des films commence en tout état de cause dans une salle de cinéma. Ils sont aussi convaincus que le cinéma repose sur une politique de l'offre. Pour donner l'envie au public d'aller au cinéma, il faut lui proposer la plus grande variété de films et, en l'occurrence, la plus grande diversité d'œuvres européennes.

Le numérique a déjà modifié en profondeur les conditions de production des films. Cette évolution touche maintenant la distribution avec la VOD (Video On Demand) et la diffusion des films dans les salles. Europa Cinemas est d'ailleurs pionnier dans ce domaine, car il soutient la projection numérique dans les cinémas par l'intermédiaire du programme MEDIA.

Le numérique pose plus de questions que de réponses et la réflexion qu'il suscite devient urgente. C'est pourquoi le CNC, le UK Film Council au Royaume Uni, la FFA en Allemagne, l'ICAA en Espagne, et le Filminstitut en Autriche ont décidé de publier une déclaration commune, le 22 octobre dernier, pour que le cinéma européen profite des avantages apportés par le numérique.

Le CNC et Madame Véronique Cayla veilleront à ce que l'interopérabilité soit effective afin que les distributeurs et les exploitants ne se retrouvent pas prisonniers d'une technologie intégrée et puissent garantir une diversité de programmation. En outre, il devient primordial que les films européens soient en grand nombre transférés sur des copies numériques, car aujourd'hui le nombre de films européens disponibles en numérique est faible, par rapport aux productions américaines. Les films de patrimoine européen doivent aussi bénéficier de ce changement de support.

Pour conclure, Europa Cinemas donne une image positive de l'Europe qu'on aimerait voir plus souvent.

Claude-Éric Poiroux :

C'est avec fierté qu'on remarque aujourd'hui l'élargissement continu du réseau Europa Cinemas. Il est d'abord dû à l'entrée des nouveaux pays dans le programme MEDIA. Cette année, il accueille la Bulgarie et la Suisse ; en 2007, ce sera la Roumanie. Les salles du réseau sont implantées dans près de 400 villes européennes et favorisent avec visibilité la plus grande accessibilité des films européens auprès des citoyens du continent. Les résultats d'Europa Cinemas sont indispensables aux cinéastes européens et à leurs réalisations. Les chiffres sont à nouveau en progression, puisqu'en 2005, 59 % des séances du réseau étaient consacrées à des productions européennes et 37 % à des longs métrages européens non nationaux. Ces résultats sont impressionnants, par rapport aux 8% d'œuvres européennes programmées dans

l'ensemble du parc de salles du continent. Le nouveau bonus à la diversité, instauré l'année dernière, encourage les exploitants à prendre plus de risques.

Cependant trois principaux motifs d'inquiétude apparaissent aujourd'hui. Il y a d'abord les menaces sur la chronologie des médias, qui risque d'être bouleversée par un nouvel entrant : la VOD. Il est prévu, dans le prochain programme MEDIA, une ligne budgétaire pour la programmation des films européens par ce nouveau diffuseur qui deviendrait ainsi complémentaire des salles. Mais on aperçoit déjà la menace d'un rétrécissement des délais dans la chronologie des diffusions, en créant une place pour la VOD. Les films européens ont en majorité besoin d'un temps de carrière conséquent pour que le bouche à oreille fonctionne en leur faveur. La durée d'exclusivité de la salle devient donc cruciale et ne doit pas être raccourcie.

La seconde inquiétude porte sur la transition vers le numérique. Cette technologie va permettre de faciliter la circulation internationale, la diversité et la compréhension des films européens. Pour y arriver, bien des obstacles commerciaux, techniques et financiers doivent être levés. L'arrivée du numérique ne doit pas altérer la liberté de programmation pratiquée avec le 35 mm. L'interopérabilité des matériels est indispensable ; la gestion des clés ne doit pas limiter les capacités de programmation ; la plus grande transparence doit s'effectuer entre les fournisseurs et les premiers contractants de matériels numériques, car ces premières transactions feront jurisprudence auprès des exploitants européens qui s'équiperont par la suite. Il est important que des effets de concentration technologique et commerciale soient évités. La solidarité devient une condition prioritaire pour permettre aux petits et moyens exploitants d'acquérir la technologie numérique. Ils ne peuvent pas seuls supporter un nouveau coût financier qui les affaiblirait dangereusement.

Enfin, dernier point, la fragilisation des indépendants : les producteurs et les distributeurs peuvent de moins en moins s'appuyer sur les télévisions pour coproduire et préacheter leurs films. L'audience du cinéma et sa place s'effritent au sein des chaînes. Un manque de moyens touche ainsi les titres européens. Europa Cinemas se soucie de la santé des distributeurs européens et a participé à la création d'Europa Distribution qui, à côté de la FIAD (Fédération internationale des associations de distributeurs de films) consolide le dialogue entre le secteur de l'exploitation et celui de la distribution. Mais Europa Cinemas est aussi convaincu que les mêmes convictions défendant les films européens animent les indépendants, qu'ils soient producteurs, diffuseurs, distributeurs ou exploitants. Tous doivent être réunis au sein d'une même plateforme d'échanges et de discussions pour accroître la qualité et la quantité des films européens sur les écrans.

SESSION 1

DISTRIBUTEURS - EXPLOITANTS : LIBERTÉ, SOLIDARITÉ, DIVERSITÉ !

1^{ère} Partie :

- Présentation par Daniel Goudineau du Rapport « Adieu à La Pellicule ? Les Enjeux du Cinéma Numérique ».
- Présentation par Thomas Pintzke de l'Etude sur les modèles économiques réalisée par Rinke Medien Consult - RMC.

2^{ème} Partie :

- Comment garantir l'indépendance et la liberté de choix des distributeurs et des exploitants ?
- Quelle répartition des rôles dans la transition vers le numérique pour distributeurs-exploitants-industries techniques ?
- Que peut y gagner le cinéma européen ? Quelle place pour les films indépendants ?
- Comment la salle de cinéma peut-elle conforter son rôle de leader sur le marché ?

Dirigée par **Pascal Rogard** (Directeur Général de la SACD, France)

En présence d'**Anne Durupt** (Directrice Générale Adjointe du Centre National de la Cinématographie)

Daniel Goudineau (Directeur Général France 3 Cinéma)

Thomas Pintzke (Consultant, Rinke Medien Consult, Allemagne)

Christophe Rossignon (Producteur, Nord-Ouest Productions, France)

Thomas Negele (Président de la Fédération des Exploitants Allemands HDF Kino)

Jean Labé (Président de la Fédération des Exploitants Français FNCF)

Julian Levin (Executive Vice-President Digital Exhibition & Non-Theatrical Sales & Distribution, 20th Century Fox, USA)

Régine Vial (Distributrice, Les Films du Losange, France)

Peter Buckingham (Directeur, Distribution et Exploitation, UK Film Council)

Nico Simon (Directeur Général du Groupe d'Exploitation Utopia, Luxembourg)

Pascal Rogard :

Si le numérique n'est pas encore très présent dans les salles, il est en revanche très utilisé au niveau du montage, et désormais au stade du tournage pour les films d'animation.

Christophe Rossignon :

Le numérique tient une place importante dans la production, mais encore peu au niveau de la prise de vue. La postproduction l'emploie beaucoup pour l'étalonnage numérique. Ce transfert de la pellicule vers la copie numérique facilite les trucages, en particulier ceux qui sont invisibles. Il apparaît aujourd'hui que la projection numérique est d'une qualité égale voire supérieure à la projection 35 mm. Par exemple, le film d'animation *Azur et Asmar* de Michel Ocelot est sorti en France sur 25 copies numériques. La transition vers le numérique s'avère inéluctable. En tant que producteur, l'issue d'un film demeure en priorité la salle. Cette évolution vers le numérique ne doit pas s'effectuer n'importe quand et n'importe comment, pour que soit assurée la pérennité des exploitants indépendants et des circuits art et essai.

Daniel Goudineau :

Le débat sur la qualité du numérique vis-à-vis du 35 mm est maintenant dépassé. La transition vers le numérique s'accélère, mais elle reste modeste du fait de la faible production de projecteurs numériques. Cette transition devrait encore durer une dizaine d'années.

Le projecteur numérique ne représente que le bout de la chaîne de cette mutation. Il faut d'abord compter avec la production des copies numériques, puis avec un nouveau mode de distribution physique du film qui entraînera un grand bouleversement.

Le rapport sur le numérique commandé par le CNC repose sur trois principes fondamentaux. Le premier est celui de l'universalité auquel la France est très attachée : tous les cinémas doivent avoir accès à tous les films, y compris les longs métrages américains. Le second principe s'intitule « liberté et transparence ».

Chaque opérateur doit garder sa liberté, son indépendance, qu'il puisse faire les choix qu'il veut sans contraintes économiques et techniques. Le dernier principe incarne le respect de l'identité et de la diversité culturelle du territoire : c'est défendre la diversité du cinéma et affirmer que le 7^e art est un loisir de proximité, car il existe un ancrage territorial du cinéma. On ne peut pas imaginer que le cinéma soit l'objet d'une distribution mondiale, indifférenciée. On peut ajouter un dernier principe qui est la solidarité des professions dans le respect du métier de chacun. Le numérique touche toutes les professions du cinéma : les producteurs, les distributeurs et les exploitants. Et toute mutation technique peut tenter un certain nombre d'opérateurs d'aller prendre le métier des autres.

Aujourd'hui, en ce qui concerne la projection numérique, il existe un modèle de développement dominant qui est celui des Etats-Unis, mis en vigueur depuis cette année. Il repose sur une norme technique de projection et de distribution, appelée DCI et valable pour les dix prochaines années. Ce modèle présente également une architecture sous la forme d'un tiers investisseur entre les producteurs/distributeurs et les exploitants. Il organise toute la filière technique du numérique, à savoir la distribution et l'installation des salles. Il repose aussi sur un principe économique nommé VPF (Virtual Print Fee). Les économies réalisées par les distributeurs sur les copies numériques sont redonnées à la partie investissement des projecteurs. C'est ce tiers investisseur qui récupère le VPF et qui a recueilli l'adhésion des exploitants. Ce modèle présente un inconvénient important, donnant un pouvoir exorbitant au tiers investisseur. Il menace la liberté et la transparence en risquant de déterritorialiser la relation entre le distributeur et l'exploitant.

Un modèle alternatif pourrait être proposé en Europe. S'il se fondait sur une norme différente de l'Américaine, il risquerait de se mettre hors circuit d'un pan entier du cinéma. D'autre part, élaborer un modèle alternatif pour financer le passage au numérique d'un certain nombre de cinémas, amènerait les exploitants non bénéficiaires de cette mesure à se marginaliser. Aujourd'hui, il n'est pas envisageable de financer le numérique dans l'ensemble des salles uniquement grâce à des fonds publics.

La solution serait d'adapter le modèle américain à l'Europe. Dans un premier temps, on peut se caler sur la norme américaine DCI, c'est-à-dire une résolution 2K minimum. Préconiser une norme européenne qui ne soit pas compatible avec la norme américaine ne serait pas réaliste. D'ailleurs la norme AFNOR proposée par la France est compatible avec la norme DCI. Pour que l'interopérabilité soit bien effective, il est important de créer un organisme technique neutre qui vérifiera la compatibilité de tous les matériels à installer dans les salles. Il faut aussi encourager, pour les trois ans à venir, le développement de la postproduction numérique pour l'ensemble des films européens afin d'accroître l'offre en copies numériques. C'est une responsabilité qui incombe aux producteurs. La Commission européenne pourrait s'investir afin de permettre l'accélération des versions numériques des films européens.

La gestion des clés conditionne la liberté et la transparence du système. Une plateforme garante de l'indépendance des opérateurs, qui génèrent et gèrent les clés, doit être créée afin d'éviter les phénomènes d'intégration verticale.

Au plan financier, les dépenses, les coûts de maintenance et les ressources sont aujourd'hui difficiles à évaluer. Le seul modèle de financement viable en Europe appliquerait un recyclage des économies faites par les distributeurs sur les copies numériques. Mais au lieu de faire payer la copie par l'intermédiaire d'un VPF, on ferait payer les clés de lecture à travers la plateforme indépendante. Pour corriger certains déséquilibres, les petits exploitants auraient recours au compte de soutien de manière complémentaire, qu'Europa Cinemas pourrait par exemple réguler.

Peter Buckingham :

Le UK Film Council s'est intéressé au numérique pour favoriser la programmation des films européens dans les salles britanniques qui n'en diffusent guère. On a ainsi décidé de recourir au meilleur niveau possible de projection numérique, ce qui correspond à la norme DCI. Les exploitants voulaient déjà un équipement numérique qui soit du meilleur niveau pour éviter la concurrence du Home Cinema. Tout projecteur numérique installé dans les salles devait aussi pouvoir projeter des films d'Hollywood. On a mis également au point un boîtier multimédia qui puisse diffuser toutes sortes de contenus par souci d'universalité.

La pire des choses pour la distribution indépendante serait qu'il y ait plusieurs normes. La proposition de la Commission européenne de créer une seconde norme est en ce sens infondée. La norme DCI est tout à fait acceptable pour l'Europe. Elle garantit la qualité de l'image, la lutte contre le piratage et l'interopérabilité. Il faut une seule norme existante en Europe.

Il y a une vraie volonté commune d'instaurer le numérique. La raison de son empêchement repose sur le choix du modèle économique.

Thomas Pintzke :

La transition vers le numérique engendre deux points de vue différents. Il y a d'abord celui du pessimiste. Il se demande combien il faut investir, qui devra payer, et comment trouver l'argent. Va-t-on perdre en diversité et en indépendance, notamment pour la programmation ? Est-ce que les investissements seront garantis à long terme ?

Et il y a d'autre part le point de vue optimiste : le numérique apportera davantage de revenus (publicitaires) ; il y aura une réduction des coûts de la distribution, une amélioration de la mise à disposition des films avec plus de diversité, l'accès à de nouveaux contenus et la possibilité de cibler d'autres publics.

Aujourd'hui, on se trouve entre ces deux grands courants, pessimiste et optimiste. Pour évoluer, il faut insister sur les connaissances techniques et économiques en toute transparence.

La stratégie du marché ne défend pas les faibles. Elle prône des accords financiers entre les opérateurs les plus puissants, souvent en dehors du milieu du cinéma. Mais il y a une autre conception qui est basée sur la solidarité pour défendre les acteurs les plus faibles du marché. La bonne volonté politique d'éviter la suppression d'écrans à cause du passage au numérique s'accompagne d'une présence économique par le biais de possibles allègements fiscaux.

Les distributeurs et les exploitants doivent se mettre d'accord sur un refinancement des investissements dans les systèmes de projection. Il ne peut pas y avoir qu'un seul modèle économique pour toute l'Europe. Chaque pays doit tenir compte de ses spécificités locales.

Les coûts de passage au numérique peuvent être indexés sur le nombre d'heures de projection car chaque salle possède sa propre programmation. Cette notion de coût par heure de projection peut être utilisée pour le paiement par des fonds d'assistance. Ce système pourrait s'avérer aussi intéressant pour les petits distributeurs qui accepteraient le fonctionnement d'un print fee variable. Ce modèle devrait fonctionner selon les lois du marché et de manière autoporteuse, sans que les aides publiques n'aient à intervenir de façon conséquente.

Patrick Vanhoudt :

La Commission européenne a spécifié une norme de qualité minimum afin que le numérique puisse être accessible à tous. Certains exploitants n'auraient ni les besoins, ni les moyens de payer une qualité de projection maximale. La Banque européenne d'investissement sera aussi à leur écoute.

Julian Levin :

La 20th Fox soutient la production des films indépendants, mais aussi la distribution et l'exploitation indépendantes. Elle exerce en cela un partenariat avec l'Europe. Le numérique procurera aux spectateurs une meilleure expérience du cinéma dans les salles, et accroîtra l'efficacité de la rentabilité et du management chez les professionnels. L'état actuel du numérique aux États-Unis s'apparente à un chaos organisé qui devrait durer encore 18 mois. Le choix d'une norme unique (DCI) permet une économie d'échelle et une réduction des coûts tout en assurant une fiabilité comparable au 35 mm. Pour la distribution des films numériques, la 20th Fox souhaite coopérer avec l'Europe en tenant compte des spécificités territoriales de chaque pays et de leurs marchés. Cela devrait être rapidement envisageable puisque les coûts du passage au numérique sont appelés à baisser.

Pascal Rogard :

Est-ce que les studios américains ont déjà daté le passage au tout numérique ou souhaitent-ils encore conserver pour un temps le double système en continuant de distribuer des copies 35 mm ?

Julian Levin :

Les studios ignorent la durée de la transition complète vers le numérique. Ils supposent une quinzaine d'années encore pour les États-Unis. D'ici là, la 20th Fox fournira les deux systèmes que sont le 35 mm et le support numérique. Ailleurs cela prendra peut-être une vingtaine d'années, où on devra maintenir aussi un double stock de copies. Mais certains pays, notamment européens, peu équipés en salles traditionnelles, sont déjà en train de gagner la course au numérique et seront totalement équipés avec cette nouvelle technologie bien avant les États-Unis.

Thomas Negele :

Les exploitants allemands ont un besoin urgent d'éclaircissement des conditions de passage au numérique. On doit obtenir une mesure juste des coûts d'investissements, des économies réalisées par les distributeurs, des risques de piratage. La stratégie à adopter doit viser le long terme, car le temps de transition est déjà plus ou moins prévu. Il faut éviter de répéter les erreurs qui ont été faites lors de l'introduction du DVD en jugeant mal le marché et la concurrence imposée par ce nouveau support.

Le financement par des tiers du passage au numérique n'est pas très souhaitable. Un système de prélèvements directs avec des rééquilibrages est plus réaliste. Un contrat a été établi avec la FFA (Filmförderungsanstalt) pour régler la question des droits publics, de l'interopérabilité, des solutions concernant la propriété, des mécanismes de financement (subventions, emprunts). Une certification européenne des matériels est nécessaire.

Nico Simon :

Le réseau Utopia compte 30 écrans numériques répartis dans le Benelux pour 100 salles au total. Cet équipement a été acquis il y a 18 mois comme un investissement d'apprentissage. Mais Utopia n'installera pas d'autres écrans numériques avant qu'un modèle économique viable ne soit choisi. On a besoin du numérique non pas pour les films, mais pour les salles afin d'accroître leur qualité. Elles doivent rester le meilleur endroit pour voir un film. Recourir au numérique permet aussi d'assurer l'indépendance et la diversité de l'exploitant, à partir du moment où il n'existe qu'une seule norme et une interopérabilité complète qui n'est malheureusement pas encore d'actualité.

La Commission européenne doit veiller à l'instauration de modèles économiques ouverts à tous. Les distributeurs, en particulier américains, ont l'obligation de fournir les clés pour toutes les salles d'un même cinéma.

Aujourd'hui on peut remarquer une certaine convergence entre producteurs, distributeurs et exploitants pour trouver un modèle économique qui devra être élaboré en toute transparence.

Jean Labé :

La norme numérique unique est réclamée depuis cinq ans à la Commission européenne afin de faire perdurer les avantages connus avec le 35 mm. Il existe maintenant la norme DCI et elle, seule, doit être adoptée par l'Europe, c'est-à-dire au minimum une résolution 2K. L'image cinématographique européenne aura la nécessité d'être absolument de qualité.

L'interopérabilité et la certification des matériels sont bien sûr obligatoires. La gestion des clés doit avant tout garantir la liberté de programmation. Toutes les clés sont à remettre à un même établissement afin qu'une copie puisse changer de salle selon la volonté de l'exploitant et, bien sûr, en fonction de la durée d'exploitation contractée avec le distributeur.

Le devoir de la FNCF (Fédération nationale des cinémas français) est d'aider les petits et moyens établissements à passer au numérique. Une coopérative pourrait être fondée. Le numérique restera un outil et ne sera pas suffisant pour accroître la fréquentation des films européens. De nouveaux procédés autres que techniques seront à mettre en place si l'on veut que les cinémas européens gagnent des parts de marché plus importantes.

Régine Vial :

Europa Distribution regroupe une cinquantaine de distributeurs indépendants européens. Ces derniers appréhendent l'arrivée du numérique avec désir mais aussi avec beaucoup d'inquiétude. Aujourd'hui la mission d'un distributeur indépendant est de défendre un auteur et son film, qui répond souvent à une démarche personnelle et qui est aussi porté par un producteur indépendant. Le distributeur indépendant effectue un travail de défrichage et de découverte de nouveaux talents. Mais sa mission doit faire face désormais à la concentration verticale et horizontale imposée par les majors et les chaînes de télévision qui bousculent grandement le quotidien de la distribution. La part de marché des distributeurs indépendants devient de plus en plus ténue. L'augmentation du nombre de films et du nombre de copies tirées s'accompagne d'un raccourcissement de la durée de vie des œuvres dans les salles. Le public a l'impression que tout long métrage s'apparente à un objet de consommation. Cette réalité est maintenant violente et difficile à vivre pour les distributeurs et les exploitants. Seule la solidarité et l'entente autour d'un cinéma qu'on défend permettra d'éviter le pire.

L'arrivée du numérique risque de permettre aux distributeurs les plus puissants d'accélérer leurs cadences de sorties et de tirages des copies et d'écraser les indépendants. Le Virtual Print Fee est pour Europa Distribution une initiative terrible. Il supprime la liberté de dialogue instaurée depuis toujours entre le distributeur et l'exploitant. Mais nous approuvons le Virtual Key Fee et cette idée de gestion indépendante des clés décrite dans le rapport de Monsieur Daniel Goudineau.

L'acquisition des masters numériques demeure un problème pour les distributeurs européens. Le CNC et le programme Media devraient soutenir les producteurs à masteriser leurs films.

Claude-Éric Poiroux :

Il faut rappeler qu'Europa Cinemas a mis en place, depuis l'année dernière, un plan d'encouragement et de soutien aux exploitants (à hauteur de 7500 euros par an et par salle) pour ceux qui souhaitent s'équiper et projeter des films européens en numérique 2K. Il est nécessaire qu'un manuel de savoir-vivre soit publié par Europa Cinemas afin que les différents acteurs du réseau avancent vers le numérique de façon équilibrée.

SESSION II - ATELIER 1

A LA RECHERCHE DE MODÈLES ÉCONOMIQUES ÉQUITABLES POUR LE CINÉMA NUMÉRIQUE

- Présentation détaillée de l'Etude RMC sur les modèles économiques. Evolution des initiatives industrie-secteur public.
- Quels choix économiques et quelles normes pour un développement durable du cinéma numérique ?
- Dispositifs d'accompagnement des investissements : rôles des pouvoirs publics et des collectivités locales.
- Comment gérer la période de transition analogique/numérique ?
- La projection numérique peut-elle attirer de nouveaux publics ?

Dirigé par **Anders Geertsen**

(Directeur Distribution Danish Film Institute et Directeur du Département Commercial de l'European Digital Cinema Forum)

Thomas Pintzke et Kim Ludolf Koch (Consultants, Rinke Medien Consult – RMC, Allemagne)

David Hancock (Senior Analyst Film & Cinéma, Screen Digest, Royaume-Uni)

Dr. Siegfried Föbel (Directeur Projet, Cinéma Numérique, Fraunhofer institut, Allemagne)

Patrick von Sychowski (Directeur Digital Business Development Deluxe Europe)

Patrick Vanhoudt (Economiste au sein de la Direction de Projets, Banque Européenne d'Investissements, Luxembourg)

Klaus Hansen (Directeur Association des Producteurs, Danemark)

Edward Fletcher (Distributeur, Soda Pictures, Royaume-Uni)

Marcus van der Zwaag (Distributeur, Cinemien, Pays-Bas)

Age Hoffart (Distributeur, Oro Films, Norvège)

Chris Koppelmeier (Project Manager German Roll Out)

Christophe Lacroix (Consultant, ex-Directeur Distribution Buena Vista France)

Michel Humbert (Exploitant et Membre de l'AFCAE, France)

Anders Geertsen :

Il y a aujourd'hui un consensus établi à propos de la norme DCI à adopter par l'Europe. Lorsque le numérique sera utilisé avec une norme unique, il permettra de faire des économies. C'est un principe de base. Comment seront alors réparties ces réductions de coûts ? Y aura-t-il un élément tiers qui assurera la transition des économies réalisées vers l'exploitant ?

Dr. Siegfried Fössel :

La spécification DCI est très bonne et va devenir une norme SMPTE courant 2007. L'Allemagne, à travers la FFA et le Fraunhofer Institut, est en train d'élaborer ses propres packages numériques pour garder son indépendance vis-à-vis d'Hollywood. Le format de compression Jpeg 2000 proposé par le DCI est à l'étude pour devenir une norme ISO et favoriser l'interopérabilité. Des chaînes de vérifications et de tests sont créées afin de certifier la compatibilité des différents matériels avant qu'ils ne soient mis sur le marché. Mais on ne sait pas encore si ces certifications pourront être validées par le fabricant lui-même ou bien par un organisme indépendant. Pour cela, on attend aussi les collaborations européennes des autres agences comme le UK Film Council et le CNC. Avec la FFA, le Fraunhofer Institut recherche également un modèle économique destiné au pays et une instance qui générera et gèrera les clés publiques. Il établit aussi un programme de formation destiné aux projectionnistes et gérants de salles numériques.

David Hancock :

Les États-Unis possèdent aujourd'hui 1300 écrans numériques sur 25 000 salles existantes et sont entrés dans une ère de type industriel de développement qui débute chez eux. L'Europe n'a pas encore atteint ce niveau d'équipement du fait de la fragmentation de son marché. Dans l'ordre décroissant, les pays européens qui comptent le plus d'écrans numériques sont la Grande-Bretagne, l'Allemagne, l'Italie, les Pays-

Bas. 84 % des salles sont équipées en 2K. Barco est le premier équipementier pour l'Europe. La moitié des sorties de films effectuées en numérique (DCI) dans le monde se fait aujourd'hui sur le territoire américain. Le moteur du déploiement du numérique va être avant tout une logique commerciale. Il faudra tenir compte des différentes structures du marché en Europe. La notion de fair share (répartition équitable des coûts) doit être appliquée entre les différents acteurs, basée sur le nombre d'heures de projections numériques ou bien sur le prix de la copie numérique grâce aux économies qu'elle va susciter pour les distributeurs.

Thomas Pintzke et Kim Ludolf Koch :

Il faut trouver un compromis entre le gérant des clés de lecture et l'exploitant qui doit garder sa liberté de programmation. D'autre part les producteurs vont devoir dépenser plus pour la masterisation de leurs films. Il est important que ces derniers soient aussi inclus avec les distributeurs et les exploitants dans un système de répartition équitable des coûts. En moyenne, le coût d'une copie numérique sera 10 fois inférieur à celui d'une copie 35 mm, soit une économie de l'ordre de 900 euros.

Le projecteur numérique représente un achat sur le long terme. Ce matériel doit être assuré ce qui cause encore des dépenses. Afin d'être opérationnel, cet équipement doit fonctionner pour 1320 séances par an au minimum. La durée de vie d'un projecteur est prévue pour 7 ans, garantissant ainsi 20 000 heures de projections. Il est important que l'exploitant demeure le propriétaire de son matériel. En ayant tout calculé, y compris les ressources générées (publicité, subventions nationales ou locales), le coût total de l'investissement pour l'exploitation numérique est de 25 000 euros par écran.

Le Flexible Print Fee s'apparente à une redevance calculée en fonction du nombre d'heures d'utilisation du projecteur. Son tarif serait de 3 à 4, 80 euros par heure. Le Flexible Print Fee doit rester optionnel tout comme le Virtual Print Fee (prix fixe à la copie), car d'un film à l'autre, le tirage des copies et la durée d'exploitation en fonction de la fréquentation peuvent faire varier considérablement la rentabilité entre ces deux systèmes de compensation de l'investissement sur le matériel. Pour résumer, les distributeurs devront payer une redevance de 800 euros par copie ou de 4, 80 euros par heure de projection.

Chris Koppelmeier :

La FFA en Allemagne connaît maintenant l'ensemble du processus requis pour le passage au numérique. Elle est un partenaire précieux pour le pays. Elle va servir de modérateur entre les différents opérateurs. L'Allemagne est aujourd'hui en attente d'une spécification d'interopérabilité qui doit être commune à l'Europe. Elle souhaite que son élaboration se fasse rapidement et que le modèle économique pour l'investissement sur le matériel soit prêt pour l'été 2007.

Patrick Vanhoudt :

Si un exploitant devait contracter un prêt de 100 000 euros auprès d'une banque pour investir dans du matériel numérique, il serait obligé d'augmenter le tarif du ticket d'entrée de 60 centimes à 1 euros selon la taille de son établissement. La Banque européenne d'investissement ne peut réduire ce coût que de façon marginale, à hauteur de 50 %, afin de ne pas concurrencer les banques privées. Le regroupement des sociétés de leasing permettrait d'obtenir des réductions sur le prix des équipements auprès de leurs fabricants. La BEI peut emprunter des capitaux à des taux faibles du fait de la garantie que lui apportent les États-membres. Après avoir bénéficié de ces fonds européens aux taux d'intérêts faibles, les sociétés de leasing proposeraient à leur tour des taux de remboursement compétitifs aux exploitants. Pour le moment,

ces sociétés de leasing hésitent encore à s'engager car elles ignorent la pérennité réelle des matériels numériques.

La BEI réfléchit à un mode d'intervention qui concernerait les coûts obligatoires d'investissement en matériel, venant en amont des rétributions différées que proposent le VPF et le FPF.

Klaus Hansen :

Le numérique peut apporter une mise en valeur de l'expérience cinématographique dans les salles, ainsi qu'un surplus de créativité pour les scénaristes et les réalisateurs. Mais le numérique n'abaissera pas les coûts de production, voire les augmentera. Il n'engendrera pas plus d'opportunités de bénéfices pour les producteurs. Ils ne peuvent donc pas avoir la responsabilité du financement de l'équipement des salles. Ils n'ont déjà pas été aidés pour digérer les surcoûts de la numérisation au niveau de la postproduction. Il faut que leur voix se fasse entendre davantage au sein de l'Europe pour participer à cette transition complète vers le numérique.

Age Hoffart :

La Norvège est un des rares pays où l'on trouve encore des salles propriété des municipalités. Il y a quinze distributeurs en activité, 420 écrans dont 2 numériques. En moyenne, un film sort sur 19 copies. Comme dans les autres pays européens, les budgets de distribution sont devenus plus importants, le nombre de copies par film a augmenté, et les délais d'exploitation ont été raccourcis. La transition vers le numérique représente pour les distributeurs norvégiens une révolution aussi conséquente que le passage du muet au parlant. Les pouvoirs publics ont prévu de débloquer des fonds de soutien au numérique pour 2009. En 2010, le 35 mm devrait avoir totalement disparu des salles norvégiennes. Pour les grands établissements cinématographiques, les distributeurs devront payer en moyenne 40 % des coûts d'équipement. La clé représente désormais le contrat entre le distributeur et l'exploitant.

Edward Fletcher :

Bien que la Grande-Bretagne soit le pays le plus avancé en Europe concernant le nombre de salles équipées en numérique, elle doit faire face à une véritable barrière culturelle due à la langue anglaise. Il est difficile pour les distributeurs britanniques de proposer des œuvres d'origine non anglo-saxonne. Le public du Royaume-Uni s'y intéresse rarement. Aujourd'hui on compte plus de cent écrans numériques. Les distributeurs fournissent les masters numériques, les sous-titrages, les clés d'encodage... Mais il faut comprendre aussi que les économies réalisées par le distributeur indépendant lui permettront d'accroître ses budgets de marketing. Il aura un choix à faire entre cela et le VPF. Le numérique présente un grand avantage technique pour les exploitants indépendants qui pourront programmer un film trois mois après sa sortie, sans que la copie ne soit détériorée par les multiples projections précédentes.

Marcus van der Zwaag :

Les Pays-Bas comptent plus de trente écrans numériques. Un distributeur indépendant spécialisé dans le numérique vient d'arriver sur le marché néerlandais. Les distributeurs comprennent qu'il faut aider les exploitants à s'équiper, mais comme ces derniers demeurent propriétaires de leur matériel, ce sont eux qui devront fournir la majorité du financement. D'autre part le secteur de la distribution est déjà déficitaire avec la concurrence du Home Cinema. Le numérique entraînera un plus grand nombre de copies par film distribué,

donc des frais en plus. L'existence d'un tiers est nécessaire pour gérer le VPF. Ce tiers ne devra pas avoir de vocation commerciale.

Christophe Lacroix :

Le DCI apparaît comme un compromis au même titre que le 35 mm a été préféré au 70 mm, bien que celui-ci soit de qualité supérieure. Le distributeur ne disparaîtra pas dans la chaîne numérique car il lui incombera toujours la responsabilité du marketing. Le distributeur devra aussi surveiller que les contenus alternatifs diffusés dans les salles n'empiètent pas sur le marché de ses films. Il n'y a pas lieu de s'inquiéter du pouvoir du distributeur sur l'exploitant par l'intermédiaire des clés KDM, puisque aujourd'hui c'est l'exploitant qui décide d'arrêter la carrière d'un film et non le distributeur. Les certificats pourraient logiquement être détenus par les laboratoires qui masterisent les copies.

Michel Humbert :

Le numérique ne garantit pas, pour le moment, la diversité de production, de distribution, et la liberté de programmation. Que deviendront les films qui sortent sur très peu de copies ? En France, pour l'année 2005, sur 580 films exploités, 170 sont sortis sur moins de 19 copies.

SESSION II – ATELIER 2

COMMENT ACCROITRE LE POTENTIEL DES PRODUCTIONS EUROPÉENNES EN SALLES ?

- Augmenter le potentiel des films européens : stratégies communes distributeurs-exploitants (Etudes de cas).
- Le désengagement des chaînes de télévision a-t-il un impact sur la diversité de l'offre ?
- La concentration des opérateurs et des médias respecte-t-elle la démarche des indépendants ?
- Qu'y a-t-il de nouveau dans la chronologie des modes d'exploitation ?
- Emergence de la VOD (Video On Demand) : Impact sur la fréquentation en salles.

Dirigé par **Michael Gubbins** (Rédacteur en Chef de Screen International, Royaume-Uni)

Stefan de Potter (Distributeur, Cinéart/Cinélibre, Belgique)

Isabelle Dubar (Distributeur, ID Distribution, France)

Antonio Medici (Distributeur, BIM Distribuzione, Italie)

Marcin Piasecki (Distributeur, Kino Swiat, Pologne)

Linda Pariser (Exploitante, Cornerhouse, Royaume-Uni)

Enrique Gonzáles Macho (Exploitant et Distributeur, Renoir Cinemas et Alta Films, Espagne)

Jean-Jacques Varret (Distributeur, Films du Paradoxe, France)

Johannes Klingsporn (Directeur, Verband der Deutschen Filmverleiher, Allemagne)

Nicole La Bouverie (Déléguée Générale, Procibel, Belgique)

André Lange (Responsable Départ. Marchés et Financement, Observatoire européen de l'audiovisuel)

Stefan de Potter :

Indie Circle est un pôle d'acquisitions, constitué aujourd'hui de distributeurs de cinq pays : la Belgique (Cinéart), la France (Haut et Court), l'Italie (Lucky Red), les Pays-Bas (A-Film) et la Suisse (Frenetic). Ces distributeurs indépendants ont pris conscience d'un goût commun dans le choix des œuvres qu'ils distribuaient et d'une même expertise quant à la situation du cinéma européen. Cette initiative repose sur l'idée de proposer aux vendeurs internationaux ou aux producteurs cinq territoires européens en une fois pour la distribution d'un même film. Il est acheté avec tous les droits pour les cinq territoires. Cela permet de faire baisser les coûts en recoupant notamment les éléments des campagnes marketing. Le premier film distribué par Indie Circle fut *Osama* (2003) de Siddiq Barmak. Puis Indie Circle a acquis les droits de *Ne dis rien* (*Te doy mis ojos*, Espagne, 2003) d'Icíar Bollaín, une production européenne. Il a permis à Indie Circle d'entrer en contact avec le programme Media pour obtenir l'aide sélective et automatique. Ce regroupement de distributeurs européens ne pouvait qu'être en phase avec celui-ci. Ainsi l'Union européenne a octroyé 2 points de plus à *Ne dis rien* dans le volet « aide sélective ».

Indie Circle fait face à une très forte concurrence, notamment en France où les distributeurs indépendants sont nombreux et les majors très actives. Cette structure achète en moyenne deux films par an, car il est très difficile de trouver une œuvre susceptible de plaire en même temps à ces cinq pays de cultures très différentes. Indie Circle n'a pas la volonté de devenir une mini-major. Elle est un outil de complément pour des distributeurs indépendants nationaux.

Elle achète les droits pour les cinq pays ; en revanche les frais de sortie et promotionnels dans chacun des cinq territoires sont à la charge du distributeur national.

Isabelle Dubar :

ID Distribution a acheté pour la France *Tournage dans un jardin anglais* (*A Cock and Bull Story*, Royaume-Uni, 2005) de Michael Winterbottom. Celui-ci est un cinéaste très prolifique qui a malheureusement connu plusieurs échecs commerciaux en France. C'est pourquoi, ID Distribution a pu en acquérir les droits facilement, lors du festival de Toronto. Comme il s'agissait d'une comédie, nous avons décidé de le sortir en

juillet 2006. Nous avons utilisé comme base promotionnelle l'affiche américaine qui présentait l'œuvre comme un film en costumes. Nous y avons rajouté quelques petits détails pour souligner qu'il s'agit d'un film dans le film. Le choix du titre français repose sur son caractère britannique et sur le souvenir de *Meurtre dans un jardin anglais* de Peter Greenaway. Il installe le long métrage de Michael Winterbottom comme un véritable film d'auteur.

La presse française a très bien accueilli *Tournage dans un jardin anglais*, le qualifiant de comédie intelligente, et a effectué un bon relais auprès du public. L'AFCAE (Association française des cinémas art et essai) a soutenu cette production. UGC a décidé de l'exploiter largement ce qui a amené ID Distribution à tirer 60 copies. Le film est resté tout l'été à l'affiche totalisant 130 000 entrées. Michael Winterbottom est un auteur qui change de style film après film. Il peut donc travailler souvent avec de nouveaux distributeurs.

Stefan de Potter :

Il faut rendre hommage au travail de ID Distribution sur ce film, car c'était une production qui paraissait impossible à sortir. Par exemple, le Benelux ne l'a toujours pas achetée.

Antonio Medici :

Les distributeurs italiens effectuent de plus en plus de coproductions européennes pour occuper une place visible sur le marché. *Caché* de Michael Haneke a connu un bon succès en Italie, grâce à ses deux acteurs, Daniel Auteuil et Juliette Binoche, qui sont des stars européennes, et grâce aussi à son prix cannois. Il faudrait d'ailleurs développer l'idée d'un star system européen.

Les principales recettes du film ont été effectuées lors de ses quatre premières semaines d'exploitation.

La situation de la chronologie des médias en Italie est dramatique. La législation n'a fixé que deux délais : 12 mois pour la télévision à péage et 24 mois pour la télévision gratuite. Il faudrait que l'Europe légifère une bonne fois pour toute. À cause des 24 mois de délais, les distributeurs italiens ne peuvent plus vendre les droits à des chaînes gratuites qui refusent de plus en plus des films qui ont déjà été exploités en salles, en vidéo et sur des chaînes payantes.

Pour renforcer leur positionnement face aux multiplexes, des distributeurs indépendants italiens se sont regroupés au sein d'un réseau d'exploitation nommé Circuito Cinema. Il faudrait que les distributeurs et les exploitants réfléchissent en commun aux moyens de fidéliser le public, par exemple par un système de points gagnés en fonction de la fréquentation en salle.

Marcin Piasecki :

Kino Swiat est une société de distribution polonaise indépendante qui détient 4 % du marché national. Elle a élaboré une distribution originale pour un grand succès allemand, *7 Zwerge* (2004) de Sven Unterwaldt Jr. Le film n'était d'ailleurs sorti qu'en Allemagne où il a réalisé 700 000 entrées. Nous l'avons acquis dans le cadre d'un package. Les points forts de cette production très grand public reposaient sur la célébrité du conte original, l'humour, sa ressemblance avec des films d'animation à succès. Ses points faibles : il n'était pas un film d'animation, il était allemand avec un humour très germanique, les acteurs étaient inconnus. Le pari fut de le vendre au public comme un film d'animation ressemblant à *Shrek*. Il a d'abord fallu cacher tous les points faibles. Les dialogues ont été modifiés pour y inclure des références polonaises et pour que le doublage devienne le point fort du film. Des vedettes polonaises de la télévision ont prêté leur voix à chaque rôle choisi en fonction du type d'émission qu'elles présentaient à la télévision et de leur notoriété. La

campagne publicitaire a été très importante à la télévision, à la radio, sur Internet, accompagnée d'un affichage très présent. *7 Zwerge* a connu un grand succès en Pologne grâce à sa campagne médiatique, émaillée de scandales fabriqués et fortuits.

Linda Pariser :

Manchester a la chance d'accueillir un festival de films espagnols. Entre 8 et 16 films y sont présentés tous les ans. Ce programme devient ensuite itinérant à travers le Royaume-Uni et rencontre un vrai succès public. Nous avons ouvert la sélection à des films venant d'Amérique Latine. Grâce au festival, le public perçoit l'établissement Cornerhouse comme la maison du cinéma espagnol. Nous avons publié des guides scolaires et universitaires sur les films programmés, mis en ligne sur le Web. Cornerhouse a créé une base de données pour communiquer par mails avec les spectateurs et les informer de tous les événements organisés. Cette méthode d'exploitation aide ainsi la distribution à faire connaître et à faire venir d'autres films.

Cornerhouse fait partie du programme numérique britannique et souhaiterait s'entendre avec un distributeur espagnol pour obtenir une copie numérique d'un film hispanique.

Enrique Gonzáles Macho :

L'Espagne compte aujourd'hui une quinzaine d'autonomies dont chacune possède son parlement et ses propres lois. Les compétences audiovisuelles et cinématographiques sont ainsi réparties dans toutes ces autonomies. Le pays possède 7 chaînes nationales dont 2 publiques. Viennent ensuite 15 chaînes publiques régionales. Malgré ce nombre important d'interlocuteurs, les distributeurs espagnols se retrouvent dans la misère absolue. Il n'y a plus qu'une seule chaîne nationale qui achète des productions européennes, et encore, en très petite quantité. Le comportement des décideurs audiovisuels est pour le moins déroutant. *Les Choristes*, qui ont réuni 5 millions de téléspectateurs après avoir attiré 3 millions de spectateurs dans les salles espagnoles, n'a pas plus incité les chaînes à acheter de films européens. Pourtant les télévisions publiques sont archi-déficitaires. L'Espagne a besoin d'une véritable politique audiovisuelle et cinématographique. Les producteurs et les distributeurs européens ont besoin d'un retour sur investissement qui passe nécessairement par les télévisions pour pouvoir continuer à exercer leur métier.

On demande aujourd'hui aux chaînes espagnoles privées, dont certaines sont parmi les plus bénéficiaires au monde, d'investir 5 % de leur chiffre d'affaires dans les films de fiction européens (3 % pour les productions espagnoles, 2 % pour les productions non-nationales), distribués dans les salles espagnoles.

Mais il y a une donnée importante du public à prendre en compte. Il s'est généralisé au point de rendre floue l'idée de groupes de spectateurs à cibler. On ne peut pas se baser sur les succès qui sont toujours exceptionnels. Il faut évaluer la situation en fonction de cette majorité de films qui n'ont pas la carrière qu'ils méritent.

Il demeure une grande question insoluble : pourquoi les films européens, financés par des fonds publics, ne sont-ils pas achetés par les télévisions publiques alors qu'elles sont désignées pour le faire ?

Jean-Jacques Varret :

La société de distribution Les Films du paradoxe existe depuis une vingtaine d'années et a une politique éditoriale de découverte des auteurs. Pour elle, il n'y a pas de public, mais des publics. Chaque œuvre doit donc sortir en fonction de son potentiel économique. Le dialogue cinématographique avec les instances

européennes n'a pas à se fonder sur des raisons industrielles mais sur la multiplicité artistique qui existe au sein de l'Union européenne. La société de consommation a été remplacée par une société de consommateurs où on s'adresse individuellement à chacun à partir d'un produit commun. Le spectateur deviendra de plus en plus tributaire d'un comportement schizophrénique : « je veux tout et tout de suite/j'ai besoin de prendre du recul ».

Aujourd'hui la chaîne ARTE ne remplit plus son rôle éditorial pour le second marché de la distribution des films d'auteur européens. Elle veut faire de l'audience et oblige donc les distributeurs, découvreurs de nouveaux talents, à changer de politique éditoriale. Mais on ne peut pas demander à un premier film original de drainer un large public.

Pour qu'un lobbying cinématographique européen soit efficace, il faut que les professionnels indépendants de chaque pays fassent pression sur leur commissaire attribué à Bruxelles. De plus, il y a de vraies actions à mener auprès des députés européens.

Johannes Klingsporn :

Depuis 1990, la fréquentation des salles allemandes a augmenté de 40 %. Il n'y a pas eu de liens négatifs entre le développement des marchés du cinéma et de la vidéo. Les multiplexes représentent aujourd'hui 27 % du parc des salles allemandes et assurent 47 % de la fréquentation.

Le secteur de l'art et essai ne représente qu'une partie du marché du film européen. La distribution indépendante se consacre autant à l'art et essai qu'aux films grand public. Dans les années 90, les budgets de distribution allemande ont augmenté de 100 % du fait de la multiplication des chaînes privées et de la possibilité d'y diffuser les bandes-annonces des films. Le nombre de copies pour chaque sortie s'est aussi considérablement accru.

Les télévisions privées allemandes ne s'impliquent pas du tout dans la diffusion et la production des films européens. Les distributeurs et les producteurs allemands sont ainsi confrontés au même problème. Le secteur de la distribution pourrait percevoir d'autres sources de financement par le biais de la télévision non payante sur l'Internet. Des opérateurs privés sont en train de développer ce concept. Il serait bénéfique pour les distributeurs indépendants, si ces opérateurs du câble acceptaient de renouveler leur catalogue de films, y compris pour la VOD.

Nicole La Bouverie :

La chronologie des médias est nécessaire pour maximiser les revenus dans les différentes fenêtres d'exploitation d'un film. Cela implique une exploitation territoriale des droits, fenêtre par fenêtre. Il faut prendre conscience que l'Union européenne conçoit cette chronologie des médias par territoire comme un obstacle au marché unique. Pourtant les professionnels américains et européens sont d'accord pour appliquer ces systèmes de délais de diffusion des films.

Actuellement, la salle de cinéma demeure en première position dans le calendrier des fenêtres d'exploitation. Légalement elle conserve son droit d'exclusivité. Mais Disney a décidé d'offrir sur le site iTunes ses nouvelles productions lors de leur semaine de sortie dans les salles. Le téléchargement d'un film coûte 12,99 euros.

La VOD a trouvé sa place entre l'exploitation vidéo et la pay per view. La télévision gratuite intervient toujours après les 24 mois de la première exploitation dans les salles. La télévision numérique apporte aujourd'hui une explosion de l'offre des films, si bien que les chaînes pay per view se confondent désormais

avec les chaînes pour abonnés, et bientôt avec la VOD. La vraie bataille concurrentielle se joue désormais dans le salon du téléspectateur. À l'échelle européenne, la VOD est perçue comme une menace par les indépendants et par les chaînes gratuites. Pourtant le DVD cause bien plus de problèmes de concurrence aux différentes fenêtres, et personne ne s'élève contre cela. La VOD ne doit pas être crainte par les distributeurs européens. Elle offre une grande opportunité de diffusion des œuvres européennes.

Enrique Gonzáles Macho :

Il faut bien comprendre que les ayants droit parlent au nom de la légalité, alors que le public agit à partir de l'illégalité. Pour lui, les fenêtres n'existent pas puisque tous les films sont téléchargeables sur Internet avant leur sortie en salles. Le discours des professionnels sur la chronologie des médias est déjà dépassé.

André Lange :

L'Observatoire européen de l'audiovisuel a pour mission d'améliorer la transparence dans le secteur de l'audiovisuel. Les grands pays européens n'ont pas à s'inquiéter pour le moment d'un déclin potentiel des salles de cinéma. La fréquentation est en hausse de 7 % à 8 % pour l'Union européenne en 2006.

L'Allemagne et l'Espagne sont les plus gros diffuseurs de films sur les chaînes non cryptées. Il y a ainsi plus de films français programmés à la télévision allemande que sur les chaînes françaises.

Le marché du DVD est par contre en baisse. La VOD compte maintenant en Europe 68 fournisseurs opérationnels, dont 25 en France. Paradoxalement, elle représente le pays où la fréquentation dans les salles a le mieux repris cette année.

Il est nécessaire que les opérateurs du DVD, du pay per view et de la VOD publient en toute transparence les résultats des ventes de leurs titres. Ce sont les ayants droit qui doivent les y inciter.

CONCLUSIONS DES ATELIERS

Michael Gubbins :

On vit une époque de grands changements, devant laquelle nous sommes poussés à identifier les problèmes avant d'y apporter des solutions. Nous avons analysé la nature mondiale du secteur de la distribution et essayé de voir comment les comportements des spectateurs ont évolué et sont devenus individualisés.

La visibilité des films européens n'est pas satisfaisante. Il est vrai que les chaînes nationales achètent moins de longs métrages européens que par le passé. Le lobbying serait plus efficace pour les inciter à remplir leur rôle dans le second marché de la distribution. Ce lobbying devrait s'exercer à un niveau européen. La VOD va renforcer la présence des productions européennes, mais sa rentabilité demeure inconnue pour les distributeurs.

Nous avons aussi réfléchi à l'opportunité d'un star-system européen pour accroître la médiatisation des œuvres du continent. Les délégués présents ont abordé le problème du piratage qui peut, dans certains cas, répondre à une demande de films européens inexistants sur support DVD. Il devient donc primordial que les éditeurs augmentent leur offre.

Anders Geertsen :

Il existe aujourd'hui un consensus général sur le fait que le cinéma numérique et la distribution numérique doivent reposer sur une norme unique au niveau mondial. Cela est très important pour les petits exploitants indépendants afin qu'ils puissent projeter des films venant de tous les pays. La transition vers le numérique doit être prise en main par les Européens eux-mêmes pour répondre aux conditions spécifiques de leurs marchés. Le pire serait d'opter pour une politique attentiste.

Nous avons également analysé, d'après le rapport de Monsieur Daniel Goudineau, la possibilité d'une tarification supplémentaire des clés numériques, plutôt qu'une tarification supplémentaire à la copie virtuelle (VPF) selon le système américain. Un modèle économique européen a aussi été étudié proposant une tarification souple, comptabilisée en fonction du nombre d'heures de projection numérique (FPF).

L'année 2006 marque un développement certain de la distribution et des salles numériques. Pour le moment, ce déploiement forme un grand puzzle à assembler, suggérant peut-être plusieurs modèles économiques pour l'Europe. Il demeure maintenant cinq grandes questions : Qui sera le tiers de confiance qui redistribuera aux exploitants les économies réalisées au niveau de la distribution ? Est-ce la copie numérique ou l'heure de projection numérique qui va déclencher la redistribution des économies réalisées vers les exploitants ? Qui doit générer et gérer les clés d'encodage, car celui qui les détient a le pouvoir ? Comment organiser l'intervention publique nécessaire au soutien des petites et moyennes salles pour qu'elles s'équipent ? Comment inciter les constructeurs à proposer des matériels compatibles avec la norme DCI, à des coûts raisonnables pour les petits indépendants ?

Quelques cinémathèques européennes ont demandé instamment que leurs stocks de films de répertoire soient numérisés. Cette initiative est en cours et servira la VOD. Elle fait aussi germer l'idée d'une cinémathèque numérique européenne centralisée pour tous les pays du continent.

Claude-Éric Poiroux :

Pour continuer à faire progresser la transition vers le numérique, Europa Cinemas est prêt à se rendre dans les différents pays pour discuter de sa mise en place et faire partager les expériences techniques vécues par les exploitants du réseau déjà équipés. On doit ainsi être très vigilant sur les mêmes questions posées d'un pays à un autre. En tout cas, ce débat sur le numérique fut le plus long et le plus important mené à l'échelle européenne.

SESSION III

EUROPA CINEMAS : PROJETS ET PERSPECTIVES 2007

- MEDIA Plus : Evolutions des Lignes Directrices 2007
- Euromed Audiovisuel II : premiers résultats du programme de soutien en Méditerranée et en Europe
- Point sur les dispositifs réglementaires concernant les services en ligne
- Questions diverses

Claude-Eric Poiroux (Directeur Général Europa Cinemas)

Claude Miller (Réalisateur, Président Europa Cinemas)

Nour-Eddine Sail (Directeur Général du Centre Cinématographique Marocain)

Nicole La Bouverie (Déléguée Générale, Procibel, Belgique)

Sophie Rakoto (Un Cinéma pour Madagascar)

(En raison d'un problème technique, les interventions de Nicole La Bouverie et de Sophie Rakoto n'ont pu être enregistrées et ne figurent donc pas dans ce compte-rendu. Nous vous prions de nous en excuser.)

Claude Miller :

Europa Cinemas rend hommage à la mémoire de Francis Girod, qui en tant que cinéaste avait un engagement artistique et culturel fort, notamment grâce à ses activités au sein de la SRF (Société des réalisateurs de film) et de la SACD (Société des auteurs et compositeurs dramatiques), qu'il présida toutes les deux.

À propos d'un star system européen qu'il serait intéressant de développer, il ne faut pas oublier qu'en Europe, ce sont les cinéastes, les vraies stars. L'industrie du cinéma européen ne repose pas sur des paillettes, mais sur ses auteurs.

Nour-Eddine Sail :

Le projet Euromed Cinemas est financé par l'Union européenne qui lui a alloué un budget d'environ 3,5 millions d'euros pour 3 ans (2006 – 2007 – 2008). Il a pour but d'aider les films des pays MEDA (Algérie, Egypte, Israël, Jordanie, Liban, Maroc, Palestine, Syrie, Tunisie, Turquie) à être distribués dans les pays de l'Union européenne et dans les pays MEDA, ainsi que les films européens dans les pays MEDA.

Plus de 100 titres de films bénéficieront de ce programme dans les trois prochaines années.

Euromed Cinemas est mis en œuvre par un consortium euro-méditerranéen dirigé par le CCM (Centre Cinématographique Marocain) et Europa Cinemas. Il est doté d'un Comité d'Experts composé de 6 membres - Eliane Raheb (Liban), Iréna Strzalkowska (Pologne), Willmar Andersson (Suède), Claude-Éric Poiroux (France), José Maria Riba (Espagne), Nour-Eddine Sail (Maroc) - qui examine les demandes et attribue les soutiens. Ce Comité se réunit une fois par trimestre.

Le budget des aides à la distribution et à l'exploitation se répartit de la manière suivante : 50 % pour les films de la région MEDA distribués dans l'Union européenne ; 30 % pour les films européens distribués dans la région MEDA ; 20 % pour les films MEDA distribués dans cette même région.

Le soutien pour les films MEDA exploités dans l'Union européenne peut atteindre 40 000 euros, dont 30 000 euros pour le distributeur et 10 000 euros pour les exploitants. Cette initiative repose donc, entre autres, sur la collaboration entre les distributeurs et les exploitants européens. Ces derniers ont un rôle primordial pour inciter les distributeurs à choisir des films de la région MEDA, à partir du moment où ils les repèrent et les demandent pour les programmer dans leurs salles.

En 2006, Euromed Cinemas a soutenu 51 sorties : 36 titres (*Volver, Romanzo Criminale, Azur et Asmar...*) dans 8 pays MEDA, 15 titres (*Les Climats, L'Enfant endormi, Dunia...*) dans 7 pays européens.

Il est vrai que le développement de l'exploitation au Maroc subit le fléau de l'énorme marché des DVD pirates. Mais les pouvoirs publics ont commencé à prendre des mesures draconiennes en détruisant, très récemment, 500 000 de ces DVD.

Claude-Éric Poiroux :

Dans le nouveau programme MEDIA, certaines actions seront soutenues à la baisse. Mais le budget du programme MEDIA alloué à Europa Cinemas pour la période 2007-2008, qui s'élève à 14 millions d'euros, est identique aux deux années précédentes. Il demeure cependant en dessous des attentes du réseau, qui compte désormais deux nouveaux pays avec la Roumanie et la Suisse et a toujours la vocation de s'élargir.

La croissance géographique du réseau entraîne donc quelques aménagements, dans le but de maintenir une équité entre toutes les salles et d'éviter toute exclusion qui serait due à ces assimilations.

Les montants des soutiens ne sont ainsi pas modifiés. Le pourcentage du quota de séances européennes non nationales est revu à la hausse : il passe de 33 % à 35 %. Cette mesure suit l'évolution générale de la programmation dans le réseau. D'après nos simulations, ce nouveau quota de SENN n'entraînera pas d'exclusions de salles et le soutien ne sera diminué que pour les salles les moins performantes. Le bonus à la diversité remplace le bonus aux entrées, mais il conserve les mêmes montants. Ce bonus permet d'orienter le réseau vers une plus grande représentativité des différents pays sans pénaliser l'activité des salles. Les principes du matching fund et de la limitation du soutien à 1 euro par entrée sont toujours en vigueur. Le soutien à la projection des films européens en numérique dans les salles des pays du programme MEDIA se poursuit.

Le forum du site Europa Cinemas, idée déjà ancienne, sera très prochainement mis en place. Les langues d'échange seront le français et l'anglais. Ce forum arrive à point pour traiter les questions et les réponses que propose le passage au numérique. Il sera ainsi un vrai lieu de débat et d'informations partagées sur les expériences de chaque membre du réseau.

Enfin, la bande-annonce diffusée dans les salles, qui semble toujours très appréciée, sera conservée dans sa forme actuelle, mais nous la mettrons prochainement à jour. Nous lancerons également une nouvelle carte pass au début de l'année prochaine.

Merci de votre participation. Donnons nous rendez-vous en mai 2007 à Cannes puis dans une autre capitale européenne en novembre.

Fin de la 11^{ème} Conférence Annuelle Europa Cinemas.