



**13^{ème} Conférence Annuelle
Europa Cinemas**

Paris

13-16 novembre 2008

Compte rendu des interventions

(Avec la collaboration de Pierre Eisenreich)

Avec 1 945 écrans répartis dans 43 pays,
Europa Cinemas est le premier réseau international de salles de cinéma
pour la distribution et l'exploitation
des films européens.

Avec le soutien
de MEDIA et d'Euromed Audiovisuel II (Union Européenne),
du Centre National de la Cinématographie (France),
de la FFA (Allemagne)
d'Eurimages (Conseil de l'Europe)
et du Ministère français des Affaires étrangères et européennes.

Jeudi 13 Novembre 2008

AVANT-PREMIERES DE FILMS EUROPEENS

La Conférence a débuté le 13 novembre avec la projection de 10 films européens récents:

Bahrtalo! (Good Luck!) de Robert Lakatos (Hongrie) - Label Europa Cinemas Karlovy Vary 2008

Hooked (Pesceit Sportiv) de Adrian Sitaru (Roumanie)

Bullet in The Head (Tiro en la cabeza) de Jaime Rosales (Espagne)

Involuntary (De Ofrivilliga) de Ruben Östlund (Suède)

Louise Michel de Gustave de Kervern et Benoît Delepine (France)

Machan de Uberto Pasolini (Italie / Royaume-Uni) - Label Europa Cinemas Giornate Degli Autori 2008

No Pop-corn on The Floor (Une saison sans pop corn) de Gaël Mocaër (France)

Jerichow de Christian Petzold (Allemagne)

Revanche de Götz Spielmann (Autriche) - Label Europa Cinemas Berlin Panorama 2008

Mid-August Lunch (Pranzo di Ferragosto) de Gianni Di Gregorio (Italie)

Vendredi 14 Novembre 2008

INAUGURATION DE LA CONFÉRENCE

Claude Miller (Réalisateur, Président d'Europa Cinemas)

Véronique Cayla (Directrice Générale, Centre National de la Cinématographie, France)

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

Peter Dinges (Directeur Général, Filmförderungsanstalt, Allemagne)

Claude-Eric Poiroux (Directeur Général d'Europa Cinemas)

CLAUDE MILLER :

La 13^{ème} Conférence annuelle prouve une nouvelle fois la fidélité des membres du réseau, toujours plus nombreux chaque année à venir y assister. Félicitons-nous de la venue d'exploitants d'une quarantaine de pays, d'Europe et de bien plus loin. Les idées et conclusions des débats de cette édition devront, il faut l'espérer, rayonner au-delà de cette manifestation.

Pour un réalisateur comme moi, chaque nouveau film présente un risque, celui de ne pas être suivi par le public. Or nous savons qu'au moment de la diffusion, notre œuvre nous échappe. C'est à ce moment-là que vous, les exploitants, devenez nos principaux alliés. C'est dire l'importance des liens qui nous unissent, que cette Conférence met en valeur. C'est un euphémisme de dire que les temps sont difficiles. Les préoccupations dans le monde dépassent aujourd'hui le secteur cinématographique. Mais en temps de crise les gens gardent le besoin de rêver et de se retrouver au cinéma comme dans un refuge, ou plutôt une maison accueillante qui permet d'y retrouver de la force d'âme. Face aux difficultés actuelles que traversent les spectateurs, les professionnels doivent encore hausser le niveau de qualité de l'offre cinématographique. Les trois journées de la Conférence vont confirmer ce souci de créativité et d'innovation qui importent à travers le travail des exploitants du réseau, qui procure une image si dynamique, diversifiée et généreuse du cinéma européen, grâce à leur ligne éditoriale et à leurs résultats. C'est donc cette grande solidarité qui unit dans le réseau Europa Cinemas cinéastes et exploitants, autour des films européens, dont je voulais me réjouir dans cette introduction.

VÉRONIQUE CAYLA :

Le CNC tient beaucoup à Europa Cinemas. Ce partenariat existe depuis la création du réseau, tout comme le programme MEDIA de la Commission Européenne.

Pour la première fois, la conférence accueille Peter Dinges, délégué général du FFA (Filmfördeungsanstalt).

Le CNC demeure optimiste sur l'avenir de la salle de cinéma : plus les gens consomment d'images sur des écrans individuels chez eux ou dans les transports, plus ils éprouvent le besoin de se retrouver ensemble devant un grand écran pour partager des émotions communes. Ce phénomène apparaît aussi à travers les salles de concert, bondées tandis que l'industrie du disque souffre. Il provient également de la volonté de se détourner du formatage des images en provenance de la télévision et d'Internet pour préférer regarder des programmes différents qui apportent du sens et qui obligent à réfléchir.

La salle de cinéma vit une pleine période de mutation avec la perspective de sa numérisation. Le numérique peut entraîner le meilleur comme le pire. Les copies digitales faciliteront la circulation des films. Pour chaque copie un grand nombre de sous-titrages sera accessible. Ce bénéfice sera très important pour le cinéma européen et la diffusion de ses œuvres en Europe. Mais la transition vers le numérique peut entraîner également une dissociation entre les salles modernes qui projettent un cinéma à dominante américaine et des salles fragiles qui conserveraient le support argentique pour projeter un cinéma à dominante européenne. Il s'agirait du pire scénario, qui verrait la concentration de la fréquentation sur des productions *mainstream* et le cinéma européen se marginaliser. Une norme unique de la projection numérique est indispensable pour éviter cette dissociation entre les salles. Aujourd'hui la norme technique 2K s'impose. L'interopérabilité entre les matériels périphériques doit également être effective. Le CNC y veille quotidiennement en collaboration avec Peter Dinges de la FFA. Ce secteur technique apparaît aujourd'hui bien clarifié. Les difficultés demeurent actuellement pour trouver le bon modèle économique pouvant servir à la numérisation des salles. Trois sources de financement offrent la possibilité de cette transition : l'exploitant, le distributeur et les fonds publics. La part du distributeur sera la plus conséquente pour financer l'équipement numérique, car il bénéficie dès le début des économies faites grâce à la disparition de la copie argentique. Ce partage entre le distributeur et l'exploitant pour payer la transition vers le numérique fonctionne très bien aux Etats-Unis. En Europe, le distributeur tiendra la même place dans le processus de financement. Cependant ce schéma bloque au niveau européen, car les distributeurs les plus importants sont ceux appartenant aux réseaux des majors. Faire appel exclusivement à eux pour le financement du numérique renforcerait leur position dominante et la part de marché du cinéma américain en Europe. Il faut trouver un système européen de financement, peut-être indexé sur la copie numérique, adossé à un établissement bancaire qui pourrait être la BEI (Banque Européenne d'Investissement). Il n'est pas question que les distributeurs et les exploitants européens financent seuls le passage au numérique. Les fonds publics régionaux, nationaux et européens peuvent contribuer à cet effort. La mobilisation pour cette évolution vers le numérique concerne tous les acteurs du cinéma européen et doit rapidement être effective pour cultiver cette diversité culturelle et artistique.

CHRISTOPHE FORAX :

La commissaire européenne Viviane Reding transmet à Europa Cinemas un message d'amitié et d'admiration pour le métier d'exploitant au sein du réseau, pour son rôle de passeur de cultures, pour son engagement dans un cinéma de qualité et diversifié.

En 2007 le réseau a programmé 63 % de films européens, 39 % de films européens non nationaux et 9 % de films non européens et non hollywoodiens. Ces chiffres sont excellents. Le partenariat entre le CNC et la Commission européenne a permis de créer un réseau de grande qualité. Les 15 millions d'euros investis par le programme MEDIA en 2007 sont très bien employés au sein du réseau.

Pour la période 2009-2012, les priorités d'Europa Cinemas seront consacrées à l'augmentation du nombre d'écrans et de salles, au développement de mini-réseaux dans des contrées européennes non encore couvertes par le réseau. Une autre priorité demeure l'action envers le jeune public et son éducation au cinéma dans la salle. Il y aura également un développement de la diversité de la programmation européenne en renforçant le soutien qui lui est déjà alloué. Le label Europa Cinemas est aujourd'hui bien ancré et doit être pérennisé. Enfin la stratégie d'Europa Cinemas pour la transition vers le numérique va être aidée par la Commission européenne.

Parmi les nouvelles mesures de la Commission européenne, les aides aux salles sont sécurisées par le programme MEDIA jusqu'à 2012. Un nouveau mini-programme est instauré, nommé MEDIA INTERNATIONAL. Il répond à un besoin de coopération entre les professionnels européens et non européens provenant des pays tiers. Il favorisera la diffusion des œuvres européennes sur d'autres continents et rendra les entreprises du cinéma européen plus compétitives. Il s'agit d'un programme de compétitivité et non de développement. L'année prochaine, ce mini-programme sera doté de 5 millions d'euros au lieu des 2 millions actuels.

Europa Cinemas a remporté un autre volet de MEDIA INTERNATIONAL, appelé MEDIA MUNDUS, financé à hauteur de 700 000 euros. Il élabore une coopération entre des salles de cinéma, notamment du Brésil et de la Corée du Sud, avec le réseau Europa Cinemas. Les deux pays cités présentent aujourd'hui un fort potentiel économique et de progression pour le cinéma européen et inversement de diffusion de leurs films au sein du réseau Europa Cinemas. La situation économique actuelle ne permet pas vraiment de connaître maintenant l'évolution du budget de ce dernier volet de coopération.

Le cinéma numérique représente un débat qui arrive enfin à un niveau européen. Les gouvernements des États membres cherchent une alternative au modèle économique Virtual Print Fee (VPF). La BEI s'intéresse à la possibilité d'émettre un fonds d'investissement destiné au financement du numérique dans les salles sur la base d'une coopération entre le public et le privé avec des taux d'emprunts plus avantageux, garantis par la Banque Européenne d'Investissement.

PETER DINGES :

Véronique Cayla, il y a quelques temps au Festival de Cannes, avait suggéré que l'Allemagne fasse partie intégrante d'Europa Cinemas car c'est une idée européenne. L'Allemagne doit et peut assumer plus de responsabilités au sein de l'Europe, car son cinéma est plus présent que jamais sur le continent. Europa Cinemas bénéficie aujourd'hui des partenariats avec le programme MEDIA, le CNC et la FFA. Mais n'y a-t-il pas d'autres collaborations à élaborer, ne faut-il pas développer Europa Cinemas au-delà de l'Europe ? La qualité et la force d'Europa Cinemas dépendent de la qualité et de la force de ses membres. La FFA va ainsi aller à la rencontre d'autres acteurs possibles à travers le monde et l'Europe pour étendre le réseau. La promotion d'Europa Cinemas doit être consolidée et mieux répandue. Il y a encore des villes au cœur de l'Europe dont les cinémas ne connaissent pas l'existence du réseau. Pour y arriver, il faut y ajouter ce chaînon manquant qu'est la coopération avec les distributeurs afin de faciliter l'accès aux films européens. En 2007, 922 films européens ont été produits, mais beaucoup d'entre eux ne franchissent pas leurs frontières nationales faute de

distributeurs étrangers. L'entité Europa Distribution doit devenir la cousine d'Europa Cinemas. Avec la dynamique instaurée par leurs travaux, on peut rester optimiste pour l'avenir du cinéma européen.

CLAUDE-ERIC POIROUX :

Nous allons être près de 500 ce week-end à nous retrouver à Paris, en plein cœur de la présidence française européenne et de la Saison culturelle à laquelle Europa Cinemas participe activement.

Au mois de mai dernier, pendant le festival de Cannes, Jeanne Moreau, qui nous fait l'honneur aujourd'hui de sa présence et de son fidèle soutien, a présidé au lancement du tour de France des 27 cinéastes européens. Cette initiative connaît depuis le 1er juillet un franc succès dans les salles françaises du réseau. Nombre d'entre nous, en Province comme à Paris, accueillons ainsi des réalisateurs qui viennent de toute l'Europe présenter leurs films à la presse et au public. En 6 mois, près de 150 rencontres auront ainsi eu lieu dans une soixantaine de villes, autant d'occasion de rencontrer Mike Lee, Manoel de Oliveira, Andrzej Jakimowski, Béla Tarr, Ursula Meier, José Luis Guerin, Paolo Sorrentino, Steve Mac Queen ou les 3 réalisateurs de *Rumba...* Nous avons ainsi voulu montrer comment la France et notamment vos salles savent accueillir les films de toute l'Europe et ouvrir le débat avec leur public. Opération réussie donc, qu'on retrouvera peut-être, je l'espère, dans d'autres pays d'Europe à l'occasion des prochaines présidences.

Quelques mots maintenant sur les principaux thèmes de cette Conférence : comme toujours, il s'agira de questions qui se retrouvent au cœur de nos pratiques et de nos préoccupations quotidiennes d'exploitant.

Cet après-midi, nous allons réfléchir avec des responsables de villes et de régions sur leur engagement en faveur du cinéma. Chacun sait le rôle déterminant que jouent de nombreuses régions européennes dans le financement de la production de films. Les génériques nous ont habitués à voir défiler leurs logos de plus en plus nombreux. Leur action en faveur des salles est parfois moins visible et dans certains cas inexistante. Cela dépend des pays mais nous allons bien sûr exposer dès cet après-midi de nombreux exemples positifs de partenariats réussis.

Mais aujourd'hui, avec le numérique, une nouvelle opportunité s'offre à ces instances locales et régionales. Comme vous le savez, le coût élevé de ces nouvelles technologies risque d'affaiblir des salles à l'économie déjà fragile, notamment dans les petites et moyennes agglomérations. Elles ont un double rôle : celui de diffuser des films et c'est notre intérêt qu'elles continuent à programmer des œuvres européennes ; mais elles jouent aussi un rôle social déterminant dans des communes où l'offre de loisirs est limitée. Il y a donc une double nécessité que ces salles ne disparaissent pas pour de simples raisons économiques. A nous d'entamer ou de poursuivre un dialogue avec les élus locaux pour que ces exploitants réussissent leur transition vers le numérique. L'action publique peut ainsi venir conforter les professionnels du cinéma à maintenir une offre diversifiée, en termes de films comme de lieux de diffusion.

Le numérique se retrouve donc à nouveau à l'ordre du jour de cette Conférence. Qu'y a-t-il de neuf par rapport à l'année dernière ? Quelques dizaines de salles équipées en plus mais surtout une prise de conscience de la nécessité de « jouer collectif » pour réussir cette transition compliquée. Le modèle économique que nous avons exposé ici même il y a 2 ans, faisait apparaître le besoin de flexibilité pour adapter le « Virtual Print Fee » à la diffusion des films en Europe. C'est une idée qui a bien avancé depuis. Mais ce qui reste compliqué, c'est comment offrir une égalité de chances à tous les types de salles et de films pour que cette nouvelle technologie produise bien les effets que nous en escomptons, à savoir simplifier la circulation des œuvres et en accroître la diversité européenne. Dans plusieurs pays, de préférence au

niveau national, des regroupements se sont opérés entre exploitants et distributeurs, notamment dans le secteur indépendant où Europa Cinemas est très bien implanté.

De nombreuses expériences vont être exposées ici et illustrer concrètement ce que nous espérons être le mot d'ordre de cette Conférence, à savoir la nécessité de concertation entre exploitants et distributeurs pour répartir équitablement les économies à réaliser d'un côté, et de l'autre les investissements que nous, nous devons engager.

Enfin, nous allons poursuivre notre réflexion sur le devenir de nos salles et de leurs spectateurs. Nous sommes poussés vers l'avant par l'évolution ultra-rapide de la circulation des images. Les questions sont simples : quel est l'avenir du cinéma en salles et plus particulièrement l'avenir du cinéma européen dans nos salles ? Quand on voit les résultats que vous atteignez chaque année en termes d'offre de films européens au public (63% de vos séances), nous nous sentons plutôt renforcés et confiants pour affronter ces nouveaux supports. Faisons de l'Internet et de ces nouvelles technologies des atouts à notre service pour conquérir un nouveau public, en particulier les jeunes spectateurs qui sont grands utilisateurs de petits écrans.

Et pour engager cette réflexion, nous vous proposons cette année d'entendre l'éminent avis de quelqu'un qui ne fait pas notre métier, un philosophe qui mène une réflexion sur des questions contemporaines qui nous concernent au plus près. Son analyse en profondeur peut nous aider à prendre du recul et de la hauteur sur la mission que nous assumons avec plaisir et conviction, à savoir transmettre l'amour du cinéma, si possible sur grand écran.

EXPOSÉ D'INTRODUCTION DE GILLES LIPOVETSKY (PHILOSOPHE-SOCIOLOGUE, FRANCE) :
« LA SALLE DE CINÉMA FACE À LA NOUVELLE CULTURE D'IMAGES ET D'ÉCRANS »

Le réseau Europa Cinemas contribue à la diversité, à la vitalité du cinéma européen et plus largement au développement culturel dans le monde. Le cinéma est un art essentiellement moderne. Il n'y a pas de cinéma pré-moderne et c'est le seul art dans ce genre. En tant qu'art moderne, le cinéma n'a jamais cessé d'évoluer, de se transformer, de connaître des mutations et des révolutions.

Il existe une périodisation de l'Histoire du cinéma autour de quatre grands moments, qui permet de bien comprendre l'immense bouleversement qui est en train de se jouer aujourd'hui.

1°) Le premier moment est la phase inaugurale du cinéma, sa modernité pré-primitive, avec un cinéma muet ayant pour référence le théâtre.

2°) 2^{ème} moment. Il s'agit du cinéma classique situé entre les années trente et cinquante. C'est l'avènement du cinéma parlant, de la couleur, des écrans panoramiques et du cinémascope. La narration du film doit être transparente, fluide, continue, et va vers un dénouement final.

3°) 3^{ème} moment. Il s'agit d'une modernité cinématographique émancipatrice arborant un récit déconstruit. Cette période va de la fin des années cinquante aux années soixante-dix. Il s'agit alors de se défaire de la dictature du scénario, de filmer dans la rue en privilégiant le jeu naturel des acteurs. Le cinéma représente une modernité individualiste avec l'exaltation du bonheur, du sexe, de la jeunesse, de l'authenticité et de la liberté.

4°) Depuis les années quatre-vingt, le cinéma vit une phase hypermoderne. Elle n'a pas le même statut que les trois premières. Aujourd'hui, c'est l'univers du cinéma en son entier qui est bouleversé de fond en comble : la création, la production, le marketing, la diffusion, la consommation. Le cinéma n'a jamais connu une transformation d'une telle

ampleur. Il est complètement faux de dire que le cinéma vit sa mort depuis les années soixante-dix. On voit apparaître en fait l'émergence d'un hyper-cinéma.

a°) Avec le développement des hautes technologies et en particulier du numérique depuis les années quatre-vingt-dix, on peut créer des mondes inédits autrefois impossibles à concrétiser. Le numérique va complètement révolutionner la conception des décors et des effets spéciaux.

b°) Ces nouvelles technologies révolutionnent également le marché de la diffusion des films. La vidéo, le DVD et maintenant Internet (téléchargements, VOD) contribuent à de nouveaux modes de consommation des films. On est au début de cette mutation. La pellicule va disparaître et être relayée par le numérique. Cent ans de cinéma vont être effacés avec l'essor de ce nouveau support numérique haute définition, utilisé du tournage jusqu'à la diffusion dans les salles via le satellite.

c°) Cette logique hyperbolique touche le système économique du cinéma avec l'explosion des coûts de production autour de 300 millions de dollars. Les films européens sont loin d'atteindre ces sommets hollywoodiens. L'écart s'accroît entre les films riches et pauvres. Il existe une bipolarisation des budgets de production. Ce sont les films les plus chers qui sont les plus rentables. L'explosion des coûts vient entre autres de l'inflation des cachets des stars.

d°) Les coûts de distribution ont également explosé avec l'augmentation du nombre de copies, jusqu'à 10 000 euros pour un blockbuster en sortie mondiale. Il y a également une intensification des campagnes publicitaires. De nos jours, le budget de promotion des films hollywoodiens s'élève à plus du tiers du budget de production. Il s'agit d'un hyper-marketing. L'impératif est d'inonder le marché, de créer un méga-événement médiatique au moyen d'une stratégie d'omniprésence du film dans les salles comme dans les médias. La concurrence est telle et la carrière des films tellement écourtée en terme de rentabilité, que nombreux sont ceux qui ne franchissent pas la première semaine d'exploitation. Le succès d'un film, c'est tout de suite ou jamais. Apparaît aussi une extension de la commercialisation des films avec la vente des produits dérivés qu'ils génèrent. Cela entraîne une concentration du succès sur un nombre de films de plus en plus restreints.

e°) La fréquentation des salles est sur une pente déclinante. La consommation semi-collective en salle a cédé le pas à une consommation hyper-individualiste du cinéma, dérégulée, désynchronisée, que ce soit dans un avion, chez soi, sur un téléphone mobile. Il s'agit d'une consommation en libre-service du cinéma. Mais le sens collectif du cinéma n'est pas pour autant éradiqué. Aller au cinéma est toujours vécu comme un moment de convivialité et de partage des émotions. Jamais les gens ne sont autant sortis et n'ont autant voyagé.

f°) Il faut rejeter l'idée de la mort du cinéma. On produit toujours plus de films et des œuvres toujours plus hétérogènes à côté d'un cinéma formaté. Tous les styles de vie sont traités dans les films. On voit de plus en plus de longs métrages réalisés par les femmes. Le genre documentaire et les films d'animation connaissent une seconde vie. On assiste à l'avènement d'un cinéma global.

Pour assurer la pérennité des salles, les exploitants doivent jouer la carte de la fidélisation de leur public, par des politiques tarifaires, de programmation, afin d'apporter un plus à la seule vision du film, au moyen d'invitations de personnalités de la profession, de séances-débats, etc. Mais cela correspond encore à une culture de cinéphiles qui n'est plus en adéquation avec la culture fun des jeunes. Les salles art et essai européennes sont touchées par une désaffection du public âgé entre 12 et 24 ans. Pour faire revenir ces jeunes spectateurs, la salle doit devenir un lieu de rencontres, où on peut aussi se restaurer, acheter des livres, voir des expositions, bref un lieu multi-culturel qui correspond à une époque de décloisonnement et de déstabilisation des frontières. La salle art et essai ne doit plus être

réservée à une élite intellectuelle mais doit arborer un look branché et artistique. La société d'hyperconsommation est organisée par la logique de la mode, de l'image, de la séduction. Il faut que la salle adopte un environnement conforme à ce nouvel esprit.

La salle art et essai doit aussi jouer la complémentarité des écrans et intégrer Internet en élaborant un site d'informations et de forum, en créant un lieu multimédia, pour des jeux vidéo, des films amateurs. Ce type d'établissement pourra répondre à l'esprit cinémania d'aujourd'hui, quand tout le monde filme et prend des photos. Cela est déjà démontré : quand on offre de nouveaux services, on augmente la fréquentation.

Le numérique apportera un nouvel âge de la cinéphilie qui sera différente de la cinéphilie classique dont le rapport au cinéma est très intellectualisé. Cette nouvelle cinéphilie prendra en compte la consommation, mais également la fabrication, le public filmant lui-même beaucoup dans ses moments de loisir. On remarque aussi qu'il y a de plus en plus de gens qui font de l'art. La consommation ne satisfait pas intégralement les individus et il y a un très fort désir d'expression. L'individu d'aujourd'hui est d'abord intéressé par sa capacité de production en réaction à l'hyperconsommation. Le public veut comprendre aussi la fabrication des films, dans le but d'en réaliser à son niveau. Le cinéma ne peut pas se substituer à l'école, la programmation ne doit pas répondre à une pédagogie, ce n'est pas son rôle. La salle doit par contre montrer des œuvres et élaborer une programmation qui concerne les jeunes d'aujourd'hui. Cette tâche est difficile car la question du choix est devenue antagonique : l'offre de films est devenue pléthorique alors que le nombre de titres remportant l'adhésion du public s'est restreint de plus en plus.

Une des tendances de l'individualisme est la rétraction sur l'espace privé. Mais les nouvelles technologies poussent paradoxalement à pratiquer des activités collectives en dehors de chez soi. La sortie n'obéit plus à un mode traditionnel. L'espace de la salle de cinéma doit accompagner la sortie en tant qu'environnement esthétique. Le cadre joue un rôle majeur comme esthétisation de la consommation.

CLAUDE-ERIC POIROUX :

Paradoxalement, face à l'hyper-individualisme qui se caractérise par une consommation d'images en continu chez soi, les salles de cinéma offrent une alternative indispensable à l'être humain, à savoir rompre l'isolement et rencontrer les autres. La salle est le lieu où l'on peut voir des œuvres dans leur intégralité et ressentir une émotion profonde, parce que partagée.

ALLOCUTION DE MME CHRISTINE ALBANEL (MINISTRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION, FRANCE)

(Ce texte est un résumé de l'intervention de Madame Albanel. La version intégrale de son discours est disponible en français sur le site Internet).

Avec la multiplication des écrans domestiques et la circulation accélérée des films sur Internet, qui se fait le plus souvent dans le mépris du droit d'auteur, le spectateur devient consommateur de culture. 450 000 piratages de films en France chaque jour, c'est autant que les entrées en salles. La loi Création Internet vise à endiguer ce phénomène inquiétant. Il est donc nécessaire de toujours rappeler que le film naît dans la salle de cinéma, lieu de dialogue, de partage et de brassage social au cœur de la cité. L'action, exemplaire, d'Europa Cinemas, met en valeur le rôle que joue la salle en faveur de la diversité et du partage des cultures.

Avec 921 films produits l'année dernière en Europe, soit plus du double de la production américaine, on sent un désir de création cinématographique sur tout le continent. Il y a bel et bien une spécificité du cinéma européen, un ton, une approche des sujets, une façon d'ancrer les histoires dans les réalités nationales, ce qui explique l'universalité des films européens et leur succès hors de leurs frontières. Une sensibilité, difficile à définir, est en train de naître, une sensibilité qu'il faut stimuler et nourrir en facilitant la circulation des œuvres.

Or la circulation des films européens non nationaux, si elle progresse, reste, à 8%, insuffisante. Il faut maintenir les dispositifs qui ont permis à la production européenne de prendre un nouvel essor et saluer la décision prise par la Commission européenne de proroger jusqu'en 2012 les critères d'autorisation de ces aides. Saluons également l'action d'Eurimages, qui sous la présidence de Jacques Toubon soutient près de 60 coproductions chaque année. Les coproductions circulent, selon l'Observatoire, mieux hors de leurs frontières que les films nationaux.

En matière de diffusion, le numérique peut constituer une formidable opportunité pour la circulation des œuvres européennes. Mais nous sommes bien conscient que cette mutation technologique fait peser une menace sur les salles qui ont une économie fragile, qui sortent des films plus difficiles, parfois sur un seul écran. Si ces salles devaient disparaître, c'est à la fois la diversité culturelle et l'accès à cette diversité qui disparaîtraient. C'est pourquoi le numérique a été inscrit à l'ordre du jour du prochain Conseil des ministres de la culture de l'Union. Il est indispensable que sur cette question les pays membres adoptent une position commune. Il est également capital de s'assurer qu'il existe une véritable offre de films européens en numérique, ce qui peut nécessiter de soutenir leur numérisation.

Récemment, la manifestation « Les Arènes de l'indépendance » a montré qu'il fallait, en matière de culture, préserver le droit sectoriel de la concurrence en proposant un accès facilité au crédit pour les PME de l'industrie cinématographique, via la BEI, ainsi qu'une TVA à taux réduit sur les biens culturels.

Sur le plan médiatique, le cinéma européen pourrait se renforcer en élaborant une fête du cinéma à travers toute l'Union Européenne et en faisant des European Films Awards l'équivalent des Oscars. Et je rappelle aussi que depuis le 1er juillet jusqu'à la fin de cette année, 27 réalisateurs européens font un tour de France pour présenter leurs films. Je compte suggérer que chaque pays en charge de la présidence de l'Union poursuive ce travail de promotion du cinéma européen.

Je voudrais terminer en évoquant cet autre horizon qu'est la coopération avec les pays tiers. L'année 2008 a été marquée par le lancement de l'action préparatoire MEDIA International. Elle doit déboucher en 2011 sur la mise en œuvre d'un nouveau programme, MEDIA Mundus. Croyez bien que je suis spécialement heureuse qu'Europa Cinemas ait été retenue dans le cadre de l'appel d'offres lancé cette année et puisse étendre ses activités hors Europe. C'est un bel horizon pour votre action.

SESSION I - QUELLES POLITIQUES PUBLIQUES LOCALES ET RÉGIONALES POUR LES SALLES DE CINÉMA ?

- Etat des lieux des aides pour le cinéma au niveau local et régional en Europe.
- Comment les collectivités locales et les régions peuvent-elles assurer la diversité de l'offre en salles et en films ?
- Transition vers le numérique : quels dispositifs d'accompagnement locaux et régionaux pour les investissements des salles ?
- Renouvellement des publics : un enjeu commun pour les exploitants et les pouvoirs publics ?

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

Susan Newman-Baudais (Analyste, Informations sur les marchés et financements, Observatoire européen de l'Audiovisuel)

Paolo A. Rebaudengo (Adjoint au Président, Education-Formation-Travail, Province de Bologne, Italie)

Sylvie Robert (Présidente de la Commission Culture, Association des Régions de France)

Calle Nathanson (Responsable, Croissance et Développement, Association des Collectivités Locales et des Régions, Suède)

Martin Soukup (Adjoint à la Culture, à l'Education et aux Affaires Sociales, Municipalité de Hradec Kralove, République Tchèque)

Claudia Droste-Deselaers (Directrice Adjointe, Filmstiftung NRW, Allemagne)

Jean-Marie Hermand (Exploitant, Churchill – Le Parc – Sauvenière, Liège, Belgique)

Dr. Elisabeth Vitouch (Coordinatrice, Commission EDUC, Comité des Régions, Autriche)

Pierre Godin (Analyste des politiques, DG REGIO, Commission européenne)

Lene Løken (Directrice Générale, Film&Kino, Norvège)

Jacek Wilczyński (Secrétaire Général de la Chambre de Commerce Audiovisuelle de Pologne)

Roger Tropéano (Directeur, Les Rencontres – Association des villes et régions de la grande Europe pour la Culture)

Ignasi Guardans (Membre du Parlement européen, Commission Culture, Espagne)

MICHAEL GUBBINS :

Après avoir établi les avantages techniques que représente le numérique pour la circulation des films, nous allons chercher à déterminer si les allègements fiscaux qui peuvent être proposés par les régions pour la numérisation des salles peuvent en même temps soutenir la diversité cinématographique.

SUSAN NEWMAN-BAUDAIS :

L'Observatoire Européen de l'audiovisuel est un centre unique pour la collecte d'informations. La question des financements publics y est traitée par nos différents services. En 2005, il existait en Europe 199 organismes de financements publics. Ce chiffre a augmenté, notamment pour les fonds régionaux. 21% des aides publiques européennes sont consacrées aux régions. Sur l'ensemble des soutiens régionaux européens, 71% sont consacrés à la production, 1 % à la distribution et 10% à l'exploitation. Les principaux soutiens des salles européennes proviennent des collectivités régionales et locales. En Allemagne, le financement local pour l'exploitation représente 25,3% du financement total pour les salles. En France, le financement national pour l'exploitation représente 22,4% du total. 15,5% des salles françaises sont gérées par des collectivités publiques. On manque aujourd'hui de données sur les interventions locales et régionales européennes pour l'aide aux salles. Ces informations sont nécessaires pour envisager de nouveaux types de partenariats dans la transition vers le numérique.

CLAUDIA DROSTE-DESELAERS :

La Filmstiftung de Rhénanie-du-Nord-Westphalie finance déjà d'importantes productions : *Good Bye Lenin !*, *Le Parfum...* 40% de ses fonds sont détenus par le Land et 60% par les chaînes de télévision. Les accords de production sont parfois difficiles à établir entre ces deux parties.

Elle aide également à la rénovation des salles, à l'accès aux copies, à la programmation d'événements cinématographiques (rencontres, débats). Aujourd'hui, cette aide encourage la circulation des films allemands à

l'étranger. Elle soutient également la promotion des films européens et les séances Jeune public. Elle octroie des bourses pour des formations professionnelles chez les distributeurs et les exploitants.

Une étude avait déterminé que les multiplexes représenteraient un jour 90 % du parc des salles de Rhénanie-du-Nord-Westphalie. Au contraire, le nombre de salles art et essai a augmenté.

Hors des multiplexes, il n'y a dans le Land que 4 petites salles équipées de projecteurs numériques.

100 millions d'euros d'aides publiques vont être consacrées au financement du numérique en Allemagne.

CALLE NATHANSON :

Salart représente 20 collectivités régionales suédoises. Cet organisme est financé à 100 % par ses membres. Il est totalement indépendant du gouvernement et ne bénéficie d'aucune subvention de l'Etat. Il exerce des activités de lobbying pour une égalité de l'accès à la culture. Les régions offrent toutes un soutien à la production cinématographique. Le pays compte ainsi 19 agences proposant des aides. Les collectivités locales favorisent également l'éducation au cinéma avec des séances Jeune Public et scolaires. En Suède, le développement culturel à travers le cinéma compte autant que le développement durable.

La numérisation des salles en est à ses débuts. A ce jour, la Suède compte 5 salles équipées en projecteurs 2K. Les collectivités locales devraient participer au soutien financier de l'équipement en numérique. Le gouvernement est également intéressé par une participation dans la numérisation.

SYLVIE ROBERT :

Les régions, communes et départements français agissent dans le cadre de la clause de compétence, c'est-à-dire de façon libre. L'investissement dans le champ de la culture y est très conséquent. Mais la situation de ces participations demeure incertaine. Les réformes et priorités gouvernementales risquent de remettre en cause ces différents modes de soutien à l'exploitation cinématographique. Face à ces interrogations sur l'avenir, la question du choix du modèle économique doit être posée aux niveaux européen et international. L'investissement public à travers les régions doit perdurer et favoriser la création cinématographique, l'aide à la production, l'accueil des tournages, la programmation des salles et des festivals, l'équipement des cinémas, l'éducation à l'image. Ces programmes régionaux participent à l'aménagement du territoire et au pluralisme, c'est-à-dire au modèle de société de demain.

JACEK WILCZYNSKI :

Le Ministère de la culture participe à l'économie du cinéma polonais (65 millions € par an). Trois fédérations des villes et des régions coopèrent au niveau local au soutien à la production et à l'exploitation. La numérisation des salles représente un enjeu important pour les salles polonaises. Un programme national a ainsi été lancé par la Chambre de commerce et par l'Association des producteurs polonais. Il veut aider les salles à devenir des centres culturels, le numérique devant leur permettre de diversifier leur programmation. Les recettes des films publicitaires projetés en numérique pourraient renforcer le soutien à l'équipement et à la programmation.

LENE LØKEN :

La Norvège possède un réseau fortement établi de petits cinémas municipaux. L'Institut du film norvégien est financé par le gouvernement pour soutenir la production. Film&Kino est de son côté un organisme géré par les municipalités qui prélève une taxe sur les entrées afin de soutenir la distribution et l'exploitation. Nous prévoyons un développement de la numérisation en Norvège l'année prochaine. Aujourd'hui 41 salles sont numérisées parmi les 400 existantes. Le plan de

financement concerne absolument toutes les salles. Le modèle économique se fonde sur la participation des distributeurs, de Film&Kino et des exploitants. Nous négocions avec les studios pour la mise en place de VPF. Cet investissement dans le numérique permettra de garantir la diversité des programmations et la pérennité des petites salles comme centres culturels.

ROGER TROPÉANO :

L'important est de trouver un lieu entre les différentes institutions européennes et les partenaires locaux et privés pour le soutien aux salles. Il est nécessaire que des ponts soient jetés entre les politiques audiovisuelles des collectivités territoriales et les politiques cinématographiques. Les élus doivent avoir une réflexion sur les évolutions technologiques afin de bien mesurer les possibles contradictions naissantes entre les politiques publiques culturelles et les modèles économiques que la numérisation peut imposer. Cependant cette réflexion ne doit pas s'éterniser et entraîne la nécessité d'une concertation européenne afin d'établir un calendrier d'investissement raisonnable.

MARTIN SOUKUP :

En tant que maire, la première tâche désagréable fut de fermer une association culturelle pour un cinéma municipal. Aujourd'hui, la ville soutient énormément les salles. Les 35 élus du conseil municipal mettent tout en œuvre pour obtenir les financements publics d'aides aux cinémas. Ceux-ci ne peuvent pas compter uniquement sur les investissements privés.

PAULO A. REBAUDENGO :

À Bologne, on pratique l'intégration plutôt que la coopération. Cela concerne autant les ressources publiques et privées que la formation et l'éducation au cinéma. En Italie, le cinéma n'est pas entré dans l'éducation nationale en tant que programme scolaire comme en France. Cependant la région a proposé d'annexer à l'école certains programmes cinématographiques, notamment grâce à la cinémathèque de Bologne et son important festival. Deux autres mesures ont été prises en faveur des jeunes : Digicitta pour l'apprentissage au numérique, et un programme de formation professionnelle en alternance se déroulant dans un nouveau cinéma.

PIERRE GODIN :

La Commission Européenne assure une coordination avec les politiques régionales. Son objectif est de réduire les disparités régionales en termes de croissance et d'emplois. Bruxelles ne finance pas directement au niveau local. Ce sont les régions qui mettent en place les mécanismes de soutiens qui seront ensuite approuvés par la Commission Européenne. Le cinéma peut faire partie du programme de réhabilitation de l'urbanisme. Un certain nombre de mesures régionales pour l'innovation sont susceptibles d'intéresser les exploitants dans leur transition vers le numérique. Elles peuvent faire partie de la création d'un cinéma dans un nouveau quartier qui émergera par exemple avec l'implantation d'autres entreprises. Les formes d'aide sont principalement des subventions non remboursables. Mais pour éviter une distorsion du marché, le système des aides octroyées tient compte des revenus perçus par l'activité de l'entreprise. La politique régionale européenne n'est pas sectorielle. Elle propose plusieurs mesures cadres pour une contribution au développement économique, qui peuvent intégrer différents types d'initiatives comme la numérisation d'une salle.

JEAN-MARIE HERMAND :

À Liège, le cinéma indépendant Churchill a bénéficié des fonds régionaux car nous avons permis la création d'emplois en lançant la construction d'un autre cinéma de 4 salles en centre ville. Ce projet existait d'abord pour contrer la possible

concurrence de l'implantation d'un multiplexe UGC qui a pris finalement beaucoup de retard. Les fonds régionaux de la Commission européenne ont d'abord apporté 1,25 millions d'euros. La ville a acheté le terrain pour 1 million d'euros, donné à la Communauté française qui bénéficie d'un bail de 9 ans et y a investi 4 millions pour l'édification du bâtiment. L'ensemble de la construction a coûté 10,5 millions. La fréquentation a globalement augmenté de 30% et une cinquantaine d'emploi ont été créés.

ELISABETH VITOUCH :

Le comité des régions à Vienne est une assemblée d'élus. Il défend les identités culturelles régionales à travers des programmes approuvés par la Commission Européenne. Pour le secteur audiovisuel, ces mesures accentuent la compétitivité des régions. Les premiers soutiens concernent le sous-titrage des copies et bien sûr la transition vers le numérique dont la solution demeure européenne. On encourage la création de festivals et la mobilité des professionnels du cinéma. Une attention particulière est portée sur les manifestations cinématographiques pour le Jeune Public. La formation des professionnels fait également partie des priorités.

Très peu de films nationaux et européens sont montrés à Vienne et en Autriche. C'est pourquoi 4,5 millions d'euros ont été investis dans la production de longs métrages autrichiens. Le fonds du cinéma de Vienne tient compte de la représentation de la région dans les films soutenus. La position géographique de Vienne au centre de l'Europe lui donne un avantage pour l'accueil des coproductions européennes.

IGNASI GUARDANS :

Il est primordial de se battre auprès de la Commission européenne pour favoriser la transition vers le numérique, qui exige la mise en place d'une véritable politique. Le marché semble déséquilibré par cette transformation technologique, notamment entre les distributeurs et les exploitants. Il s'agit d'une reconversion industrielle du cinéma. Cette transition peut entraîner la fermeture de salles qui ne pourront pas s'équiper. Ce serait une catastrophe non seulement économique mais aussi culturelle.

Mais la numérisation peut permettre aux salles de ne plus se consacrer uniquement au cinéma et de se transformer en centres culturels. C'est une chance à saisir pour toutes les villes et les villages.

On ne peut pas attendre de l'Europe des directives générales qui conviendraient à tout le continent. Cependant, il existe des outils. La stratégie de Lisbonne, par son approche de soutien économique aux PME, peut permettre aux exploitants d'évoluer vers le numérique. Europa Cinemas doit établir cette chaîne d'informations en aidant à élaborer ces différents projets économiques et culturels. Mais nous vivons actuellement une crise économique terrible. La zone euro est en récession. L'exploitation cinématographique est concurrencée maintenant par toutes les autres industries pour l'obtention des aides européennes.

PRIX EUROPA CINEMAS 2008 :

Vendredi 14 novembre, l'actrice **Jeanne Moreau**, les réalisateurs **Claude Miller** et **Radu Mihaileanu** ont remis les PRIX EUROPA CINEMAS 2008 à 4 exploitants européens du réseau lors d'une soirée au Publicis Cinémas.

- Prix de la Meilleure Programmation : **Arthouse Kinos, Zürich** (Suisse), exploités par This Brunner.
- Prix de la Meilleure Action Jeune Public : **Kino Centrál, Hradec Králové** (République tchèque), exploité par Leoš Kučera.
- Prix du Meilleur Entrepreneur : **Light House Cinema** (Dublin, Irlande), exploité par Neil Connolly et Marettta Dillon, et **access>CINEMA** (Irlande), dirigé par Maeve Cooke.

La remise des prix était suivie d'une avant-première exceptionnelle, la projection en numérique du film anglais *Slumdog Millionaire* de Danny Boyle, Prix du public au Festival de Toronto 2008, destiné à sortir en salles début 2009.

SESSION II - EXPOSÉ D'INTRODUCTION DE LAURENT CRETON

(PROFESSEUR D'ÉCONOMIE DU CINÉMA, FRANCE) :

« COMMENT NOS SALLES SE POSITIONNENT-ELLES DANS LES TRANSFORMATIONS ÉCONOMIQUES ACTUELLES ? »

Le cinéma est partie prenante du XXe siècle. Et la période que l'on vit aujourd'hui est très agitée. On n'y trouve pas forcément de réponses. Ce n'est pas nouveau.

En revanche, ce qui est nouveau, c'est le rythme des changements, leur complexité, leur intensité. Il y a une difficulté à se représenter l'avenir, à faire des choix. Dans ce contexte, qu'est devenu le rapport à la salle de cinéma ?

Autrefois le film n'existait que par la salle. De nos jours, il est visible sur une multiplicité de supports et à travers de multiples marchés. Les acteurs de la filière cinématographique ont des intérêts communs. Mais leurs intérêts individuels divergent classiquement en raison de la concurrence des marchés, face aux innovations, aux mutations sectorielles, aux effets de concentration.

Pour comprendre l'avenir, voici un petit retour sur la fréquentation cinématographique.

En 1992, on dénombrait en France 116 millions d'entrées, chiffre pour le moins bas. On a assisté depuis à un rebond de la fréquentation de plus de 50%.

Le cinéma est d'abord né en tant qu'activité foraine. Des entrepreneurs tels que Gaumont et Pathé l'ont installé dans des salles magnifiques. L'arrivée du son en 1929 a marqué une transformation majeure qu'on pourrait rapprocher de la situation actuelle. Mais le son a amené dans les salles des spectateurs supplémentaires, ce qui diffère avec les innovations technologiques d'aujourd'hui. Les années trente, suite à la crise économique de 1929, ont connu les faillites de Gaumont et de Pathé, mais la création cinématographique est restée très riche grâce aux talents des producteurs indépendants. L'exploitation pendant cette période ne se porte pas très bien en raison des coûts de l'arrivée du son dans les salles et des taux élevés des crédits à l'équipement. Au milieu du XXème siècle, c'est l'apogée du cinéma avec plus de 350 millions d'entrées et, pendant trente ans, le cinéma français compte plus de 200 millions de spectateurs. La société de consommation des années soixante-dix bouleverse les comportements et fait chuter lourdement la fréquentation.

Au cours du XXème siècle, les innovations technologiques n'ont jamais cessé de transformer le cinéma : la couleur, le son, le cinémascope, etc. Aucune n'a permis d'enrayer le déclin de la fréquentation cinématographique. Cependant les ménages dépensent de plus en plus pour acheter des programmes audiovisuels. Le cinéma y représente seulement 14 % des dépenses en programmes audiovisuels. Les nombreuses offres proposées sont le fruit de concentrations énormes : Orange (CA : 54 milliards d'euros) contre Canal+ (CA : 4 milliards d'euros) et la production cinématographique (CA : 1 milliard d'euros).

Le cinéma vit une intensification de la concentration, de la mondialisation et de l'innovation. Les rapports de force sont écrasants. Cependant il est nécessaire aujourd'hui de présenter des modèles alternatifs européens, car l'innovation vient souvent des petites structures. L'innovation gérée par les conglomérats est elle-même immédiatement mondialisée et globalisée par souci de rentabiliser leurs investissements colossaux dans la production et le marketing. Les innovations réussies sont celles qui prennent en compte l'existant et qui respectent les traditions.

Le but d'une entreprise n'est pas la concurrence mais bien son évitement. Les effets de concentration en sont la meilleure réponse. Désormais, le film de cinéma est devenu un produit d'appel pour vendre dans les multiplexes de la

nourriture rapide, des produits dérivés, avec des marques telles que « Tom Cruise ». En France, les dépenses publicitaires pour le cinéma ont été multipliées par treize en 15 ans.

Autre effet de concentration : les 20 premiers films du box-office français représentent 45 % des entrées sur 580 sorties annuelles. La profusion de programmes et de films n'entraîne pas une dispersion de l'attention.

L'Histoire du cinéma montre qu'il n'y a pas de fatalité dans les rapports de force et les parts de marché entre Hollywood et l'Europe. Le devenir de la filière cinématographique repose d'abord sur les spectateurs. Ils sont le garant des remontées des recettes. Depuis les années 80, les chaînes de télévision sont devenues le principal financeur et diffuseur des films de cinéma. Les métiers de la filière sont réinterrogés quand on voit un distributeur s'adosser à une chaîne de télévision, qui elle-même va pratiquer la VoD. Aujourd'hui les chaînes généralistes perdent de l'audience, ce qui entraîne une chute de la diffusion des films de cinéma, en raison du développement majeur de l'économie de l'Internet.

La situation actuelle est beaucoup plus contingente et indéterminée qu'il n'y paraît. Culturellement et symboliquement, le cinéma garde une identité forte, en dépit du déclin de sa position économique relative, d'une tendance à sa banalisation et de son exploitation intensive faite par d'autres secteurs. Le cinéma doit toujours réaffirmer une différence et plus encore une distinction. Le cinéma est une invitation faite au spectateur de porter un autre regard, de trouver un ailleurs.

La salle conserve le privilège d'être une parenthèse dans le temps et l'espace, de donner une pleine disponibilité et une attention au film, au contraire du zapping permanent infligé par le quotidien. Face à la profusion et à la rotation excessive des films dans les salles, il est désormais primordial pour l'exploitant d'établir une ligne éditoriale. Il s'agit d'abord de faire des choix, d'établir une médiation, d'exercer le métier de passeur. C'est la mission actuelle de l'exploitant.

La numérisation des salles vit le début de son processus. Le financement de ces investissements et leur rentabilisation peuvent fragiliser les exploitants parfois déjà endettés. La solidarité interprofessionnelle doit prévenir les futurs échecs qui pourraient en découler. Il faudra faire très attention aux futurs contrats proposés par les tiers investisseurs en termes de garantie d'investissements, de remboursements et de liberté de programmation.

SESSION II - ATELIER 1 :

POUR UNE SOLIDARITÉ DISTRIBUTEURS - EXPLOITANTS DANS LA TRANSITION VERS LE NUMÉRIQUE

- Vers quels modèles économiques s'orientent aujourd'hui le secteur du cinéma ? Etat des lieux européen.
- Comment le secteur indépendant développe-t-il ses propres solutions ?
- Quelle part d'initiative revient aux producteurs dans la mutation vers le numérique ?
- Dans quelles conditions la projection numérique peut-elle faciliter la distribution des films européens sur les petits marchés ?

Dirigée par **David Hancock** (Directeur Cinéma, Screen Digest, Royaume-Uni)

Peter Dinges (Directeur Général, Filmförderungsanstalt, Allemagne)

Rolv Gjestland (Directeur technique, Film&Kino, Norvège)

Patrick Brouiller (Président de l'Association Française des Cinémas d'Art & Essai, France)

Phil Clapp (Directeur, Cinema Exhibitors' Association, Royaume-Uni)

Harri Ahokas (Directeur de la Distribution, Finnish Film Foundation, Finlande)

Fiona Deans (Directrice du Cinéma Numérique, Arts Alliance Media, Royaume-Uni)

Serge Plasch (CEO, Administrateur Délégué, XDC, Belgique)

Jean Mizrahi (Président Directeur Général, Ymagis, France)

Patrick Vanhoudt (Economiste, Banque Européenne d'Investissement, Luxembourg)

Gerald Miersch (Chef d'Unité adjoint Antitrust et Médias, DG COMP, Commission européenne)

Thierry Delpit (Directeur du Développement, CN Films, France)

Christine Eloy (Distributrice, Cinéart, Belgique)

Carole Scotta (Productrice, Distributrice, Haut et Court, France)

Rita Linda Potyondi (Coordinatrice, Proton Cinema Ltd, Hongrie)

Roberto Bassano (Directeur Général, Microcinema SpA, Italie)

Antoine Virenque (Secrétaire Général de la FIAD et Président du European Digital Cinema Forum, France)

DAVID HANCOCK :

Le déploiement du numérique a ralenti en 2008 aux Etats-Unis. La 3D en est la cause avec l'arrivée de nouveaux équipements. En Europe, le lancement de la numérisation a été retardé. C'est l'Allemagne qui ces derniers temps a connu le plus fort équipement. Mais il va aussi falloir penser à intégrer la possibilité des projections 3D, qui enthousiasment le public. La période de transition vers le numérique doit être raccourcie et l'aide publique peut y aider. Son apport permettra de compresser les coûts d'investissement avec la mise en place d'un VPF qui s'avère être le modèle économique de demain en Europe.

Le continent compte plus de 7 000 salles à écran unique, dont l'existence s'avère risquée dans la transition vers le numérique.

PETER DINGES :

Le modèle économique allemand a la qualité d'être simple. Il peut être adapté à d'autres pays européens. Il préconise le recours aux aides publiques.

Il est difficile de quantifier les économies que vont réaliser les distributeurs grâce à la copie numérique, et la perte encourue par l'exploitant dans sa transition vers le numérique. Le FFA joue un rôle de médiateur entre les exploitants, distributeurs et pouvoirs publics. Il a décidé de procéder à grande échelle. Tous les exploitants, quelle que soit leur taille, peuvent participer au programme. Plus la conversion au numérique sera rapide, moins les coûts économiques seront importants. Cela présuppose un certain degré de solidarité qui entraîne l'obligation d'adopter une seule norme mondiale et son interopérabilité technique. Cela justifie une implication de l'Etat. Aujourd'hui les problèmes technologiques sont surmontés, mais l'Europe doit encore officialiser cette norme et cette interopérabilité.

Le modèle économique allemand porte le nom de « Modèle 100 ». On estime à 60 000 euros le coût de l'équipement par écran en Allemagne. Les coûts vont diminuer de 3 % par an. L'ensemble du budget représente 211 millions euros pour

3700 écrans. Les distributeurs paieront les coûts hybrides et les exploitants les frais périphériques (entretien, maintenance de l'équipement). 100 millions d'euros viendront des distributeurs (350 euros de VPF pour 57 000 copies diffusées par an et pendant cinq ans). Les exploitants débourseront 100 euros par mois pour chaque projecteur numérique. Les pouvoirs publics paieront par an 12 millions d'euros (60 millions en cinq ans). La FFA injectera 20 millions et les tiers, également 20 millions. 40 % du financement proviennent du distributeur, 13 % de l'exploitant et 47 % des tiers. Ce plan permettra de préserver la diversité. Il reste à convaincre les financeurs publics et privés d'y participer.

ROLV GJESTLAND :

Le plan de Film&Kino qu'a adopté la Norvège prévoit une numérisation complète de toutes les salles dans les deux prochaines années. L'accord n'a pas encore été signé et fera peut-être l'objet de modifications à l'avenir. Il est en négociation avec les majors et devra faire appel à un VPF favorable au territoire norvégien. Le VPF sera contractualisé pour une période d'engagement de 8 ans. Des honoraires alternatifs sont prévus dans le cas où l'exploitant projettera des contenus numériques alternatifs. Le VPF est prévu pour une durée de 90 films numériques projetés. Si un film numérique art et essai est diffusé rarement dans une salle, l'exploitant pourra remplacer l'honoraire que représente le VPF par un honoraire alternatif. L'ensemble du projet est estimé à 29,6 millions d'euros pour 428 écrans. La distribution paiera 40 %, l'exploitation 20 % et Film&Kino 40 %. L'exploitant aura la liberté de choisir son équipement et les systèmes intégrés. Film&Kino sera propriétaire du matériel et le louera le temps que les exploitants et distributeurs aient remboursé leur part. Le système 3D a été pris en compte par ce plan de financement.

HARRI AHOKAS :

On dénombre 6,5 millions d'entrées par an en Finlande, pour 320 écrans. 21 % des salles sont dans des multiplexes. Aujourd'hui le pays compte 14 écrans numériques. La fondation finlandaise pour le cinéma est financée par la loterie. Le financement public doit motiver la numérisation des salles. Aujourd'hui toutes les productions finnoises sont disponibles en numérique. Les contenus alternatifs et particulièrement les opéras sont très prisés dans les salles numérisées. La subvention publique allouée à la salle ne doit pas dépasser 50% des coûts d'équipement. Elle se situe en réalité aux alentours de 35%.

La fondation finlandaise a prévu un programme de formation au numérique qui tient compte des nouveaux modes de management induits par cette évolution.

PHIL CLAPP :

Le Royaume-Uni compte 280 écrans numériques pour 3600 salles. 5 entreprises se partagent la numérisation des écrans. Le réseau numérique fonctionne, mais seulement 40 écrans de plus ont été installés cette année. La crise économique a ralenti cette expansion. La plupart des petits exploitants ne pourront pas accéder au numérique même avec un accord VPF. Les fonds publics doivent donc intervenir, mais le gouvernement a refusé de contribuer à la numérisation car il faut payer les Jeux Olympiques. Le modèle économique retenu est un regroupement d'acheteurs privés, qui maintient les niveaux de concurrence. Le risque d'investissement est présent chez les exploitants indépendants.

On essaie donc de développer un modèle économique unique. On souhaiterait bénéficier d'une approche paneuropéenne de la numérisation. On ne peut plus avoir une approche attentiste vis-à-vis du numérique.

SERGE PLASCH :

XDC a décidé d'aider la distribution à se lancer dans le numérique. Cette entreprise n'a pas une activité de financement mais d'équipementier multimarques. Elle met tout de même en place deux modèles VPF. Nous avons débuté avec les majors américaines, mais leur participation n'est pas forcément incontournable en Europe. Des accords ont été signés avec les 6 studios américains. Les contrats VPF sont prévus pour une période d'exploitation de 10 années. Les exploitants paient 25% du coût total évalué à 100 000 euros. D'après XDC, le secteur publicitaire n'apportera pas une contribution conséquente au système VPF.

FIONA DEANS :

Le modèle économique d'Arts Alliance a permis d'installer 400 écrans numériques dont l'équipement provient de nombreux fournisseurs. Cette société tiers propose un catalogue de nombreux films numériques et de programmes alternatifs comme des opéras et des ballets. Son modèle VPF fonctionne bien. L'interopérabilité est effective. L'accord avec les distributeurs se base sur le prélèvement d'un pourcentage par copie numérique. Le contrat signé avec l'exploitant est prévu pour une période de dix années d'exercice, qui correspondent à la durée de garantie du matériel fourni par le fabricant. Il est dommage que le VPF soit calculé uniquement en fonction du coût de remplacement de la copie 35 mm.

Les exploitants indépendants bénéficient davantage du numérique car ils programment un grand nombre de films.

JEAN MIZRAHI :

Ymagis parie sur l'apport des publicitaires pour financer avec les distributeurs la transition vers le numérique des exploitants. Le VPF est complémentaire au financement public. Cette société fournit des solutions aux établissements cinématographiques de toute taille. En fonction de la dépense des exploitants, on adapte le partenariat financier. On n'interfère pas dans la programmation de l'exploitant. Les projets d'équipement essaient d'être le plus possible ouverts. On a créé un serveur privé pour le téléchargement des films et des bandes-annonces par les exploitants. Notre société existe depuis un an et nous avons signé des accords de distribution avec trois majors américaines. Nous avons équipé notre premier cinéma fin juillet 2008. Depuis nous avons signé avec 12 autres exploitants indépendants art et essai.

CAROLE SCOTTA :

Haut et Court a décidé de sortir *Entre les murs* en numérique. Grâce à Cannes et à la Palme d'or, nous avons eu le temps de préparer une sortie européenne. Le film a été uniquement fourni par téléchargement dans les salles, solution la plus économique pour l'exploitant par rapport à la copie numérique envoyée sur disque dur. Une trentaine de salles ont téléchargé ce long métrage. CNFilms a servi d'intermédiaire pour le téléchargement et la délivrance des clés. Ces clés ont octroyé une autorisation de projection d'une durée de 4 mois. Les exploitants pouvaient ainsi stopper les séances au bout de trois semaines et reprendre la projection du film ultérieurement, à la fréquence qu'ils souhaitaient. Cette expérience a révélé l'importance de trouver un standard de VPF basé sur un mode de rétribution commun. Le stade de la négociation financière entre l'exploitant et le distributeur pourra ainsi être dépassé pour que l'exploitant se consacre vraiment à la programmation.

L'économie que la copie numérique apporte au distributeur est indéniable. Le prix de la copie est en moyenne divisé par deux en comparaison avec le 35 mm.

PATRICK BROUILLER :

L'accès au numérique ne sera pas facile pour toutes les salles, en particulier pour les salles art et essai. Elles programment des films qui, pour 70 % d'entre eux, sortent en France sur moins de 50 copies et font moins de 50 000 entrées. Dans ce contexte, l'AFCAE a imaginé un modèle économique qui exclurait un tiers investisseur car les exploitants art et essai n'auront pas les moyens de le rémunérer.

Tout le cinéma français est basé sur la mutualisation. Et avant que le passage au numérique ne soit effectif, il faut créer une structure pérenne, car la technologie va encore évoluer, la concurrence entre les salles s'exacerber. La contribution au numérique sera tripartite et inclura producteurs, distributeurs et exploitants.

Le numérique apporte immédiatement une économie sur le transport des copies, le montage des films en cabines ainsi qu'une souplesse de programmation. Aujourd'hui on ne peut pas demander aux collectivités territoriales de financer en partie le numérique, sous prétexte qu'il s'agit d'une nouvelle technologie. Les publicitaires peuvent en revanche participer indéniablement au VPF. En France, où pas loin de 200 films sont produits et où 580 longs métrages sortent par an, il n'est pas possible que le parc de salles se réduise. C'est pourquoi la transition vers le numérique doit être menée avec une très grande prudence.

LINDA RITA POTYONDI :

Proton Cinema Ltd s'est occupé de la sortie hongroise de *Delta* qui a réalisé 20000 entrées, ce qui est important pour la Hongrie. Ce long métrage a également bénéficié de son prix au Festival de Cannes 2008. Le film est sorti au moment où les salles se sont équipées en numérique. *Delta* est sorti sur 4 copies et a tourné dans les zones rurales et les grandes villes.

À Budapest, la programmation des salles est hebdomadaire tandis qu'elle est mensuelle dans le reste du pays. Le numérique permet de bien gérer ces chronologies.

CHRISTINE ELOY :

Cineart, distributeur belge, a déjà sorti en numérique *Max & Co.*, *Les Femmes de l'ombre*, *Funny Games*, *Le Silence de Lorna* et *Entre les murs*. *Le Silence de Lorna* a été distribué sur 10 copies numériques, *Entre les murs* sur 7 copies numériques. Ces deux films sont également sortis au Luxembourg sur 1 copie numérique.

On vit aujourd'hui une période d'adaptation au numérique. Le processus est pour le moment empirique. Plusieurs réalisateurs ne souhaitent pas que l'on distribue leur œuvre en numérique pour différentes raisons, surtout par ignorance qualitative et technique, ce qui démontre que ce support est encore méconnu par une grande majorité de professionnels. Cineart a pour le moment toujours dû éditer lui-même le master, ce qui s'avère parfois très onéreux (jusqu'à 48 000 euros devisés) si le film sort sur peu de copies, en tout cas bien plus cher que le 35 mm.

En Belgique, le numérique est principalement installé dans les réseaux de salles commerciales. Cineart cède la copie à la salle pour une durée de 3 mois.

Ce support facilite énormément la gestion des copies et permet de fournir un exploitant dans des temps très courts. Le système technique fonctionne très bien : aucune projection n'a eu à souffrir d'anomalies. Il est souhaitable qu'à l'avenir producteurs et vendeurs internationaux mettent à la disposition des distributeurs le matériel source (master).

THIERRY DELPIT :

Le premier problème que rencontre un distributeur indépendant pour une sortie numérique est le coût du master (7000 euros). Le prix devrait être réparti entre le producteur et le vendeur international. Aujourd'hui peu de salles indépendantes offrent un accès aux sorties numériques, ce qui alourdit la tâche du distributeur indépendant. Ce dernier doit également composer avec l'apprentissage sur le tas de cette nouvelle technologie numérique.

D-platform est un regroupement de 11 distributeurs européens pour les aider à effectuer des sorties numériques et à les gérer de la manière la plus efficace et souple possible. Il repose sur un projet pilote d'une durée de trois ans, soutenu par le programme MEDIA à hauteur de 50 % des frais de sortie numérique, comprenant l'encodage, les disques durs, les clés KDM, les livraisons. D-platform fournit aussi des informations pour analyser les devis, la valeur des différents matériels, etc. Cet organisme a mis en place une mutualisation entre distributeurs des coûts occasionnés par les sorties numériques. D-Platform a aidé la sortie numérique de 10 titres. Le but du distributeur est de mettre en symbiose la logistique des copies avec la programmation. Pour l'épauler dans cette démarche, D-Platform a créé Cinego, un logiciel qui gère autant la partie technique du numérique que la programmation en calculant les frais de sortie pour chaque salle. Ce logiciel déclenchera l'envoi du fichier du film dans les salles. Il élaborera toute la partie facturation après avoir récolté les différentes données concernant les temps de programmation. Cinego a été utilisé par Haut et Court pour la sortie d'*Entre les murs*.

ROBERTO BASSANO :

Microcinema est un organisme italien qui propose aux producteurs un serveur de transmission des copies numériques dans les salles. Cette transmission se fait via le satellite. Les cinémas peuvent par ce moyen s'ouvrir à d'autres marchés tels que l'opéra. Ce projet technologique de communication est né grâce à l'ESA (European Space Agency) qui attendait ce type d'initiative technique. Microcinema soutient les investissements des exploitants dans leur transition vers le numérique. Il s'agit déjà d'une vision globale du numérique que l'on souhaite étendre à toute l'Italie et exporter. Pour Microcinema, une ville sans cinéma est une ville aveugle. Nous proposons un catalogue numérique d'une centaine de films. Nous avons réalisé 250 000 entrées pour des projections numériques en un an.

GERALD MIERSCH :

L'antitrust est une coordination européenne entre entreprises pour rendre la concurrence effective, notamment entre distributeurs et exploitants. En terme d'accords horizontaux, elle évite notamment les effets d'entente tarifaire entre plusieurs distributeurs vis-à-vis de plusieurs exploitants, les restrictions arbitraires d'accès aux copies pour favoriser un établissement par rapport à un autre. En ce qui concerne les accords verticaux, il s'agit de la pression que peut exercer un distributeur sur un exploitant afin que l'accès à une copie soit conditionné par la programmation de tels ou tels autres films.

La loi antitrust n'impose pas un intégrateur VPF exclusif au distributeur. Ce dernier peut passer des accords avec le nombre de tiers qu'il veut.

PATRICK VAN HOUTT :

La BEI peut proposer des crédits à l'équipement numérique à des taux réduits. Le financement public devrait intervenir en tant que complément et faire baisser par son soutien les taux d'emprunt. Cet apport public entraînerait un équilibre dans l'accès au numérique entre les petites et les grandes salles. La BEI pourrait investir dans un plan de numérisation

européen jusqu'à hauteur de 45 millions d'euros. Le crédit bail permet aussi à l'exploitant un meilleur amortissement de ses investissements. On ne sait pas pour le moment quel sera le niveau de prélèvement des tiers VPF. Il faudrait créer un fonds d'investissements tiers à but non lucratif, transparent, public et moins onéreux. Cette dernière mesure rendra plus facile et plus rapide l'intervention de la BEI dans l'aide à l'équipement numérique des salles.

ANTOINE VIRENQUE :

European Digital Cinema Forum est un forum d'exploitants et de distributeurs qui échangent entre eux avec d'autres institutions techniques nationales, dans le but de faire évoluer les salles avec le numérique. Cet organisme est chargé de diffuser les informations. Il ne vend rien. Il édite des guides et des glossaires. Une étude est en ce moment menée sur la compatibilité des clés.

Eurimages a aujourd'hui un budget de 500 000 euros pour aider à la masterisation des films. Cette somme semble faible, mais les demandes de la part des producteurs européens sont très réduites. Pour la 3D, il n'existe pas actuellement de norme unique et d'interopérabilité entre les 4 modèles proposés. Vis-à-vis du numérique, les professionnels adoptent encore une position attentiste qu'il faut désormais transformer en véritable plan d'action. La situation devient urgente pour ne pas rater le train de la numérisation.

SESSION II - ATELIER 2 :

QUELLE PLACE POUR LE CINÉMA EUROPÉEN À L'ÈRE DU TOUT-ÉCRAN ET DU TOUT-INTERACTIF ?

- Comment moderniser l'image de nos salles ? Nouveaux concepts et identités.
- La saturation de l'offre ou la pénurie des films sur les écrans conditionnent-elles le choix des spectateurs ?
- Comment les salles peuvent-elles s'associer pour mieux promouvoir et faire circuler les films européens ?
- Développer le „goût du cinéma“ chez les jeunes spectateurs : rôle des salles, cinémathèques, festivals et éditions DVD.

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

Thierry Decuyper (Architecte, cinéma Sauvenière, Liège, Belgique)

Maretta Dillon et Neil Connolly (Exploitants, Lighthouse Cinema Smithfield, Dublin, Irlande)

Rickard Gramfors (Chef de projet, Cinémas Numérique, Folkets Hus & Parker, Suède)

Andre Ceuterick (Exploitant, Plaza Art, Mons, Belgique)

Barbara de Wijn et Dagan Cohen (Chefs de projet, Initiative Upload Cinema, Pays-Bas)

Eric Vicente (Exploitant, Distributeur, Sophie Dulac Distribution, France)

Andrea Occhipinti (Distributeur, Producteur, Exploitant, Lucky Red Distribuzione, Italie)

Thomas Matlok (Distributeur, Pandora Filmverleih, Allemagne)

Rob Kenny (Directeur d'exploitation, Curzon Artificial Eye, Royaume-Uni)

Jean-Yves Bloch (Directeur Général, Universciné, France)

Ian Christie (Historien du cinéma, Vice-Président d'Europa Cinemas, Royaume-Uni)

Mark Higham (Directeur Général, Filmclub, Royaume-Uni)

MICHAEL GUBBINS :

Cette session a pour objectif de relater les dernières initiatives prises par des exploitants du réseau Europa Cinemas pour mettre en valeur la force du cinéma européen.

THIERRY DECUYPERE :

Un établissement cinématographique ne doit pas se contenter d'avoir seulement un rôle fonctionnel ; son architecture peut jouer un rôle culturel. Cette idée a été appliquée à Liège pour la construction en centre ville du cinéma Sauvenière des Grignoux. Le projet se basait sur l'importance de créer un sens spatial autour des volumes fixes et opaques que sont les salles. On a recherché une qualité spatiale de l'accueil en fabriquant un espace public comme ce jardin intérieur. Nous voulions aussi faire de ce bâtiment un lieu d'attente, au contraire des multiplexes où tout est fonctionnel : les multiplexes se contentent de créer un flux de consommation. Il a fallu créer des outils de représentation pour intéresser, parfois de façon métaphorique, l'exploitant et les distributeurs à cette architecture. Il était important de créer un lieu où le public entrant et sortant des salles puisse se rencontrer.

Le film est un élément immatériel qui se voit dans un espace matériel. Il est intéressant de ne pas dissocier les deux comme c'est le cas dans les multiplexes.

MARETTA DILLON, NEIL CONNOLLY :

Le premier dessin architectural qui annonçait le futur cinéma Lighthouse de Dublin a été fait en 2006, après quatre années de discussions avec le promoteur et les collectivités locales, qui souhaitaient vraiment que cet établissement soit aussi un centre culturel. Il fallait désormais être au niveau technique du XXI^e siècle avec une bonne qualité sonore des salles. Le Conseil du cinéma irlandais a octroyé 750 000 euros de financement pour amorcer le projet, car le promoteur immobilier était au départ réticent. Au total, Lighthouse a reçu 5 millions d'euros d'aides publiques. Cette initiative a été vraiment motivée par une passion pour le développement culturel. Le Lighthouse connaît désormais un vrai succès, mais doit faire face à la concurrence du multiplexe UGC qui programme aussi des films art et essai.

ANDREA OCCHIPINTI :

On rencontre aujourd'hui de vrais problèmes pour distribuer des films indépendants européens dans les salles italiennes, qui connaissent une chute de 40 % au box-office. Pour survivre, nous nous sommes ouverts à l'acquisition de films américains indépendants et aux cinémas de genres afin de diversifier le catalogue et le rendre viable économiquement. Le soutien à la distribution du programme MEDIA est fondamental.

Nous préservons cependant la qualité dans nos diverses acquisitions. Les ventes de droits aux chaînes de télévision se sont raréfiées, surtout pour les productions européennes indépendantes.

Aujourd'hui le bouche à oreille n'existe plus car la carrière du film en salles se joue dès le premier week-end.

THOMAS MATLOK :

Pandora Film cherche à mener une politique éditoriale de qualité, c'est pourquoi cette société distribue peu de films.

Pour qu'une sortie soit viable en Allemagne, il faut qu'un long métrage soit distribué sur 30 copies. Le pays connaît les mêmes problèmes qu'en Italie pour programmer des films européens. Il est facile de motiver le jeune public pour les productions art et essai. C'est plus difficile avec le public des adultes. Les exploitants allemands sont plutôt fatalistes. Seule une coopération étroite avec les distributeurs peut endiguer cette résignation. Le financement public exerce un véritable apport pour faciliter au niveau local des sorties réduites de films européens indépendants.

ERIC VICENTE :

La société Sophie Dulac exerce les activités de production, de distribution et d'exploitation dans 15 salles. La réussite d'une sortie repose sur le choix des réseaux de salles en adéquation avec le nombre de copies. Les films indépendants ont de plus en plus recours à une communication utilisant de la PLV et des totems pour dépasser les limites de l'affichage et de la bande annonce. La communication par Internet pour la promotion d'un film connaît un vrai développement. La concurrence et les coûts d'exposition y sont déjà très onéreux, c'est pourquoi ce type de communication doit être bien ciblé. L'attaché de presse est devenu un poste primordial pour le lancement d'un film art et essai. En y consacrant du temps bien en amont, il peut assurer des espaces dans la presse écrite pour faire exister le long métrage. L'AFCAE et l'ADRC aident à la visibilité des films art et essai chez les exploitants indépendants français. Sur Paris, les exploitants ont du pour la plupart recourir à la carte illimitée proposée par UGC/MK2. Elle génère dans les salles indépendantes 20 à 25 % des entrées. Avec cette carte, le spectateur veut bien prendre le risque de voir une production d'une cinématographie peu connue. Cela a permis de stabiliser la fréquentation des salles indépendantes, mais entraîne une baisse drastique des tarifs d'entrée.

ROB KENNY :

Artificial Eye possède 8 écrans numériques dont six ont été financés par le Film Council. Le public est attiré par les projections numériques. À cause de la langue, le public britannique privilégie les productions américaines plutôt qu'européennes non nationales. Il y a une résistance aux langues étrangères au Royaume-Uni. Artificial Eye s'est essayée aux sorties simultanées en salle et en VOD. L'expérience a été concluante avec *De l'autre côté* de Fatih Akin. Cela a permis de capter 145 000 spectateurs. La VOD présente un potentiel de 9 millions d'abonnés. Il faut envisager la salle et la VOD comme un seul et même marché de la distribution.

RICKARD GRAMFORS :

Les salles culturelles que nous dirigeons représentent 50 000 sièges. Il s'agit d'un véritable réseau qui agit comme club de cinéma qui programme pour une période de six mois. Il propose des séances-débats et des formations à de nouveaux outils d'exploitation et de marketing. On organise également un voyage professionnel à Hollywood tous les deux ans pour les exploitants. La Suède connaît une situation de l'exploitation véritablement monopolistique. Il existe pourtant un gros potentiel de fréquentation dans les zones rurales. Pour changer la conjoncture, la Suède a développé en premier un réseau de salles numériques. Cela a apporté 7 % de spectateurs en plus en première semaine d'exploitation. On attend que les organismes publics aident désormais au financement de l'équipement numérique. Les contenus alternatifs tels que l'opéra ont permis de faire revenir le public des adultes dans les cinémas par l'intermédiaire du numérique.

ANDRE CEUTERIK :

En Belgique, l'exploitation art et essai est bien distincte des circuits commerciaux. Pour se renforcer, on a créé, il y a 3 ans, un réseau de salles indépendantes art et essai, qui a permis de mutualiser les coûts avec un apport public de 100 000 euros par an. La communication du réseau ressemble beaucoup à celle que pratique Europa Cinemas par les publications, la réalisation d'un clip, etc. Cette initiative a également permis de numériser plusieurs salles. Des études ont été menées au sein du réseau pour évaluer le type de financements publics auquel il pourrait recourir et un audit technique a été effectué pour rendre plus performante les salles. C'est la CST de Paris qui l'a élaboré. Pour répondre à la crise, on a proposé des périodes de tarification à 2 euros l'entrée avec le soutien des pouvoirs publics, afin d'attirer les jeunes au cinéma art et essai.

BARBARA DE WIJN, DAGAN COHEN :

Upload Cinema a pour projet de ramener dans les salles les internautes en projetant sur grand écran ce qu'il y a de plus insolite et de plus intéressant sur le Web, comme le film *Star Wars Kids*. On organise des séances à thèmes, tel qu'un programme du meilleur discours public. Pour assister à ces séances, il faut être membre de l'association des internautes Upload Cinema. On souhaiterait exporter ce type d'événements, pourquoi pas à Paris. On est organisé comme un club, pour préserver cet esprit loufoque.

JEAN-YVES BLOCH :

Universciné est une plateforme de VOD spécialisée dans le cinéma d'auteur. Son actionnariat est détenu par 50 producteurs et distributeurs français. Elle programme 750 films par an, soutenue par le programme MEDIA et le CNC. Son existence commerciale est effective depuis l'été 2008. En plus des films, cette plateforme propose un vrai contenu éditorial en présentant une multitude de bonus. Des programmations filmographiques et thématiques sont également fournies. Nous espérons atteindre 3 % de part de marché de la VOD, but difficile à atteindre face à des opérateurs comme Orange et avec ce choix de créneau du cinéma d'auteur. Le Ministère des Affaires Étrangères intervient comme un vrai partenaire, car Universciné propose des œuvres ciblant des communautés ethniques. Internet est une véritable réponse pour reconquérir le jeune public et le ramener dans les salles. Universciné intervient ainsi dans des campagnes de promotion croisées pour informer de la sortie d'un film ou des programmations de festivals.

MARK HIGHAM :

Filmclub est une organisation qui programme des séances scolaires en fournissant des outils d'analyse aux écoles. On a basé la communication des clubs régionaux de cinéma sur des sites web qui ont pris le point de vue des jeunes. Ils peuvent noter les films et rédiger des critiques. Cette initiative pédagogique est accompagnée d'un programme de formation à la création cinématographique. Ces séances ont eu l'honneur d'avoir la visite du Premier Ministre Gordon Brown et du réalisateur Alan Parker. Le Filmclub est en train de devenir un véritable mouvement.

IAN CHRISTIE :

Le réseau Europa Cinemas propose une très grande diversité, tant par la programmation des salles que par leur situation économique.

Les ateliers du Festival de Bologne proposent de réfléchir sur les envies futures des spectateurs de cinéma. On a déjà trouvé un élément de réponse en étudiant l'effet des multiplexes apparus dans les années 80. Aujourd'hui ces établissements connaissent un recul. La concurrence des salles est maintenant exercée par le développement des home cinema et la vie nocturne des jeunes dans les discothèques et les bars. Il faut ainsi réfléchir à l'environnement concurrentiel des salles pour peut-être intégrer de nouveaux services.

Mais la principale concurrence est celle du temps : le cinéma ne permet de faire qu'une seule chose à la fois, qui peut être en contradiction avec les rythmes de la vie moderne.

Les cinémas Le Balzac et Watershed ont développé une véritable animation moderne et sociale, par la programmation de séances-débats et l'utilisation d'une communication personnalisée sur Internet.

PROJECTION DE BANDES-ANNONCES :

En fin d'après-midi, les participants ont pu assister à un programme de bandes-annonces de films européens, occasion de découvrir les premières images de productions européennes récentes, notamment 33 Scenes from life, The Broken, Berlin Calling, Just Another Love Story, A Woman in Berlin, ou Il Divo.

DAVID HANCOCK :

On a discuté des modèles de financements publics et privés pour la transition vers le cinéma numérique. En ce qui concerne les investissements publics, on a pu comprendre quelles pouvaient être les motivations du secteur étatique pour soutenir cette technologie. Aujourd'hui tout le monde est d'accord pour agir rapidement. Cela rend nécessaire la solidarité entre les différents acteurs économiques afin de prendre des décisions commerciales dont les intérêts seront partagés. Le VPF a déjà démontré sa fonctionnalité en Europe. Ce modèle doit gagner en transparence.

Il existe une antipathie vis-à-vis du VPF car ce système provient des Etats-Unis et n'est pas de culture européenne. La rentabilisation de l'investissement dans le matériel numérique est prévue pour dix ans. Il est toujours envisageable de rallonger cette période, ce qui implique une extension de la garantie des projecteurs.

Un désaccord demeure sur la possibilité de faire participer les publicitaires au système du VPF. Les Polonais ont entrepris d'intégrer immédiatement les producteurs au plan de numérisation des salles.

Il existe aujourd'hui des raisons économiques en Europe, qui rendent difficile la mise en place d'une structure de financement tel que le VPF. Mais la BEI propose déjà des options alternatives.

MICHAEL GUBBINS :

Aujourd'hui le réseau a conscience que les moyens financiers vont manquer à cause de la conjoncture actuelle. Les exploitants sont réalistes et un peu craintifs envers l'avenir.

Les banquiers vont devenir de plus en plus exigeants pour allouer des crédits aux nouvelles productions.

Cependant la qualité est toujours là dans l'exercice d'une bonne concurrence. Il y a un sentiment de solidarité et de travail en équipe. Il peut encore être renforcé pour attirer le public dans une pratique culturelle plus attrayante. D'autres formes de productions peuvent être présentées dans les salles. On le voit avec l'apport des nombreux petits films réalisés par les jeunes pour Internet. D'autres mesures, telle que la modification de la chronologie des médias, peuvent apporter un souffle nouveau à la programmation des salles : le lancement d'un film dans un cinéma pourrait bénéficier d'un soutien par sa programmation simultanée en VOD.

INTERVENTION DE FREDERIC DELACROIX

(Délégué Général, ALPA, Association de lutte contre la piraterie audiovisuelle)

L'ALPA est une association de droit privé née en 1985 pour lutter contre la contrefaçon audiovisuelle, présidée par Nicolas Seydoux. Elle regroupe pratiquement tous les professionnels de l'audiovisuel et du cinéma. Aujourd'hui le piratage vit grâce à l'ère du clone numérique, en opposition à la copie vidéo. Tous les jours, 450 000 films possédant une piste sonore française sont piratés en France. La majorité de ces films sont des productions américaines. Les films européens représentent 9 % des téléchargements illégaux quotidiens. La France est le champion du piratage des films en Europe, en raison de son développement haut débit et de ce que les abonnements y sont les moins chers du continent.

Le phénomène n'est pas irréversible. Un projet de loi propose de mettre en place une réponse graduée contre le piratage par Internet. Il s'agit de faire changer les comportements des internautes sans devoir recourir obligatoirement aux sanctions pénales. En effet, le nombre d'utilisateurs illicites est tel qu'aucun appareil judiciaire ne peut assumer un tel volume de condamnations. La réponse graduée alerte l'internaute de son utilisation illégale, d'abord par l'envoi d'un mail, puis d'une lettre recommandée. Au bout de la 3^{ème} fois, une autorité pourra supprimer l'abonnement ou saisir le matériel. Cette mesure est très mal comprise en Europe. Le Parlement européen s'y oppose, préférant défendre une position du tout libertaire sur Internet au détriment des ayants droit. Cette réponse graduée doit trouver un consensus européen afin d'être efficace.

L'offre légale, donc payante, sera effective quand la réponse graduée aura permis de supprimer en majorité le piratage.

IGNASI GUARDANS (dans le public) :

Le piratage ne diminuera que lorsque les ayants droit auront mis en place un système d'offres légales paneuropéennes. Aujourd'hui, une des raisons principales des téléchargements illégaux des films provient de l'absence de ces titres proposés sur le marché licite. La répression ne résoudra pas tout, loin de là, et la réponse graduée ne pourra jamais être une réponse européenne, car l'Internet est comme l'eau courante dans un foyer. On ne peut pas le couper. Il faut encore et toujours expliquer aux citoyens européens l'importance de la propriété intellectuelle. Il s'agit d'un vrai travail pédagogique.

CLAUDE-ERIC POIROUX :

Pour le cinéma, le véritable lieu de l'offre légale demeure la salle. C'est là qu'est le mieux respectée l'œuvre puisque projetée dans son intégralité et dans les meilleures conditions techniques. C'est aussi la salle qui respecte le plus scrupuleusement la propriété intellectuelle, puisque chaque billet vendu est partagé avec les ayants-droit. C'est par l'exemplarité de leur démarche que les exploitants participent à l'éducation du citoyen.

SESSION 3 - EUROPA CINEMAS : PERSPECTIVES ET ÉCHÉANCES 2009

- Programme MEDIA : Evolution et stratégie du réseau 2009/2013
- MEDIA MUNDUS / MEDIA International : Ouverture aux pays tiers notamment d'Asie et d'Amérique Latine / soutien à la distribution et à l'exploitation
- Eurimages - Euromed Audiovisuel II : Bilan des activités de soutien en Europe centrale et orientale et en Méditerranée
- Questions diverses et débat

Dirigée par **Claude-Eric Poiroux** (Directeur Général d'Europa Cinemas)

Costas Daskalakis (Chef d'Unité EAC Executive Agency, Commission européenne)

Aviva Silver (Chef d'Unité MEDIA, Commission européenne)

Fatima Djoumer (Responsable des relations internationales, Europa Cinemas)

Menem Richa (Responsable d'Euromed Audiovisuel, Europa Cinemas)

Claude Miller (Réalisateur, Président d'Europa Cinemas)

COSTAS DASKALAKIS :

Toutes les salles du réseau ont été soutenues financièrement par le plan MEDIA, malgré leur augmentation avec l'entrée des nouveaux pays européens.

L'Union Européenne a retenu l'appel à proposition d'Europa Cinemas sur la base d'un accord de partenariat qui sera signé pour quatre années consécutives, garantissant ainsi un soutien pour cette période avec une augmentation du budget de 10 % par an. Cette souplesse permettra à des pays comme la Roumanie de rebâtir des salles indépendantes. Son parc de cinémas étant très modeste, la question du numérique peut aussi se poser tout de suite : faut-il y installer tout de suite des projecteurs numériques ?

On estime que la coexistence du 35 mm et du numérique sera effective pour les huit prochaines années.

AVIVA SILVER :

Un des volets de l'appel à proposition concerne un partenariat entre Europa Cinemas et les pays tiers. Ce projet s'appelle MEDIA INTERNATIONAL. Son budget s'élève cette année à 700 000 euros pour le réseau. Il devrait augmenter l'année prochaine.

Un autre programme est en développement. Il se nomme MEDIA MUNDUS. Il s'agit d'une continuité de MEDIA INTERNATIONAL.

La question du numérique a été posée au sein d'un groupe d'experts européens auquel participe Europa Cinemas, faisant intervenir les régions, le CIP (Programme-cadre pour la compétitivité et l'innovation) et des banques commerciales.

CLAUDE-ERIC POIROUX :

La question de la qualité technique de la projection numérique est désormais bien maîtrisée. Se pose maintenant la question du financement de cette transition technologique et de son coût élevé pour l'exploitant. D'où notre attente de l'accord des distributeurs européens, notamment les indépendants, sur les modèles économiques ici présentés. Sans cette solidarité, le cinéma européen risque de prendre du retard et nos salles seront pénalisées. Les effets attendus du numérique, à savoir une meilleure circulation des œuvres, seront repoussés, au détriment de la diversité de l'offre européenne et au profit des films américains mainstream.

Nous pouvons en outre regretter que les producteurs brillent malheureusement par leur absence dans le débat sur le numérique. Or ils sont obligatoirement impliqués dans la fourniture des masters numériques aux distributeurs.

La copie 35 mm ne va pas disparaître du jour au lendemain. Notre modèle actuel n'est donc pas en péril. Ce n'est pas une raison de perdre du temps. Europa Cinemas, dans ce domaine, a été très réactif puisque depuis 3 ans nous avons obtenu de MEDIA les moyens de soutenir la diffusion en numérique 2K. Dans certains pays, la Grande-Bretagne notamment, ce soutien a été bien utile aux exploitants du réseau pour diversifier leur programmation européenne. C'est donc la preuve que le numérique peut nous faire progresser.

Pour notre part, nous sommes actifs dans le groupe expert numérique de Bruxelles, dans les réflexions menées avec la BEI ou dans des regroupements d'indépendants.

2009 devrait être une année déterminante pour l'équipement des salles et nous l'espérons, bien sûr, pour celles de notre réseau.

Après avoir développé avec succès un réseau européen qui approche les 2000 écrans, qui inclut la Russie, les Balkans ou encore la Turquie grâce à Eurimages, Europa Cinemas, dans le cadre de MEDIA Mundus, commence à intégrer des salles en Asie et en Amérique Latine. Il s'agit d'impliquer ces nouveaux pays sur la base d'une réciprocité, en faveur de leurs cinématographies dans nos salles européennes, et des films européens dans leurs propres salles. Cela confirme bien que le soutien de l'Europe à la circulation de ses propres films profite déjà dans nos salles à la diffusion des films du reste du monde. C'est une formidable perspective dans laquelle nous nous engageons aux côtés de la Commission.

Enfin, deux informations pratiques. Nous voulons dans les nouvelles lignes directrices offrir un bonus entre 600 et 1400 euros aux salles qui progressent dans leurs pourcentages européens, avec la possibilité d'un malus pour celles qui sont en baisse sur au moins 2 années consécutives.

Quant au développement de mini réseaux associant plusieurs salles dans une même région, nous le maintenons comme une priorité, notamment dans les pays où les salles ne parviennent pas, seules, à répondre aux critères d'Europa Cinemas. C'est une façon pour le réseau d'aller plus en profondeur sans abandonner son exigence européenne.

FATIMA DJOUMER :

Le programme aux pays Hors MEDIA a mis en place soutien aux productions européennes pour leur diffusion dans des salles d'Amérique Latine et d'Asie, en distribution et en exploitation. En 2009, l'aide à la distribution s'élèvera à 50 % des frais de sorties (15 000 euros maximum).

Quant au soutien à l'exploitation, il sera augmenté avec le programme MEDIA International. Chaque société d'exploitation pourra toucher jusqu'à 10 000 euros par an. En outre, le réseau Europa Cinemas bénéficiera dans ce programme d'un soutien à la programmation des films en provenance de ces pays tiers (jusqu'à 4 000 euros par an et par société d'exploitation).

MENEM RICHA :

EUROMED AUDIOVISUEL 2 a présenté au Caire son bilan de clôture après trois années d'existence. Son budget s'élevait à 15 millions d'euros. Europa Cinemas était engagé dans deux de ses douze programmes : Euromed Cinemas et Medscreen. Euromed Cinemas a soutenu 187 sorties de films et touché 29 pays, ouvrant ou confortant réellement de nouveaux échanges euroméditerranéens en termes de distribution et d'exploitation.

Quant à Medscreen c'est un programme de promotion des cinématographies arabes en Europe, qui leur offre une présence dans les festivals et sur les marchés, notamment de Cannes et de Berlin.

Entre EUROMED 1 et EUROMED 2, il y a eu seize mois d'interruption, ce qui s'est avéré catastrophique pour la continuité de l'action. Aujourd'hui EUROMED 2 se termine sans aucune certitude sur un EUROMED 3. C'est pourquoi

nous avons inscrit la Méditerranée dans le cadre de MEDIA MUNDUS. Ce partenariat doit être poursuivi. Europa Cinemas y veillera et continuera de renforcer les liens entre les salles d'Europe et du pourtour méditerranéen.

CLAUDE MILLER :

En ces temps de crise et d'incertitude, la 13^{ème} Conférence Europa Cinemas est porteuse d'espoir. Elle a confirmé l'efficacité du réseau et je suis personnellement très heureux de le voir se développer au-delà de notre continent vers les pays de la Méditerranée, de l'Asie et de l'Amérique latine. C'est une belle bande-annonce qui laisse augurer d'une prochaine Conférence particulièrement productive l'année prochaine. Je vous y donne rendez-vous.

Fin de la Conférence Europa Cinemas