

***Europa Cinemas
Network Review #33***

Traduction des textes en français

SOMMAIRE

<i>Editorial</i>	3
<i>Interview avec Lucia Recalde</i>	4
<i>Facts and Figures 2018</i>	6
<i>Cinemas on The Move 2018</i>	9
<i>Spotlight Seville Lab</i>	31
<i>Spotlight Sofia Lab</i>	33
<i>Prix à L'innovation Europa Cinemas</i>	35
<i>Label Europa Cinemas</i>	37
<i>28 Times Cinemas</i>	37
<i>Label Europa Cinemas Berlinale 2019</i>	37

EDITORIAL

Les exploitants d'Europa Cinémas ont plutôt bien réussi leur année 2018 en termes d'entrées et de pourcentages européens. Les statistiques que nous présentons confirment que les 1121 salles du réseau consacrent 6 séances sur 10 aux films européens avec plus d'un tiers des écrans pour des œuvres non-nationales.

En tête comme chaque année, de nombreux films cannois comme le numéro 1 *Cold War* suivi de *Todos lo saben*, *Aus dem nichts*, *Dogman* et *Girl*, la *Caméra d'Or* de Lukas Dhont. Nous sommes donc impatients donc de découvrir ici les succès de notre prochaine saison !

Au-delà des chiffres qui vont suivre, nous tenons à mettre en valeur les salles qui composent notre réseau international. Il s'agit d'affirmer le rôle économique et culturel que nous jouons dans les 674 villes où nous sommes implantés. Attirer et accueillir tous les jours de l'année 42 millions de spectateurs pour les films européens, c'est bien sûr financer l'industrie de la production mais c'est surtout créer et animer des lieux qui accueillent tous les publics pour découvrir et partager l'incroyable diversité de la création européenne.

Nos salles sont des lieux de rassemblements et de débats très bien repérés dans la vie d'un quartier ou d'une ville et grâce aux réseaux sociaux comme à une vraie connaissance du terrain, elles savent entretenir des liens étroits avec leurs spectateurs. L'Etude que nous publions à Cannes *The Knowledge Economy-How Data is transforming Audience Relationships* illustre bien l'étendue de leurs pratiques.

Et lors de notre réunion cannoise, nous remettons pour la deuxième fois l'Innovation Prize qui récompense cette année le Budascoop de Kortrijk. Félicitations à toute l'équipe !

Pour ouvrir cette Network Review, à la veille d'échéances électorales décisives, nous sommes heureux de donner la parole à Lucia Recalde qui dirige près de 5 ans Creative Europe/MEDIA et qui soutient toujours avec enthousiasme les initiatives d'Europa Cinémas et des exploitants membres du réseau.

Claude-Eric Poiroux

Directeur général d'Europa Cinémas.

Interview avec Lucía Recalde, Directrice d'Europe Créative/MEDIA

1. Compte tenu des avancées récentes concernant les droits d'auteur et la directive d'AMS, le programme d'Europe Créative/MEDIA que vous dirigez est plus déterminé que jamais à favoriser la circulation des œuvres européennes à travers tout le continent. Comment voyez-vous son développement après les prochaines échéances européennes ?

Comme vous le savez, nous sommes à un tournant concernant le budget de l'UE et les programmes européens. L'année dernière, notre ambition s'est reflétée dans la proposition de la Commission pour le prochain budget européen : concrètement +30 % dans le budget proposé pour le prochain programme MEDIA (2021 - 2027). Mais rien n'est encore acquis. La phase finale des négociations débutera après les élections et nous devons continuer à aller de l'avant et à développer notre mobilisation.

Il va de soi que notre ambition en termes de budget ira de pair avec notre ambition en termes d'actions. Si nous obtenons un financement adéquat, Creative Europe/ MEDIA pourra redoubler d'efforts dans la création et la distribution de contenus innovants par de nouvelles actions telles que les salles d'écriture (une forme collaborative d'écriture de scénarios, en particulier pour les séries télévisées dramatiques et les nouveaux formats), et continuer à se concentrer sur les contenus immersifs.

Si les actions actuelles seront pour l'essentiel naturellement maintenues, on y injectera une bonne dose d'innovation, considérée comme cruciale dans le contexte de notre monde numérique en perpétuelle évolution et de la concurrence globale accrue. Le public sera au cœur de ce processus, car il sera primordial de toucher davantage de publics internationaux, notamment en mettant l'accent sur la promotion. Nous espérons ainsi renforcer le soutien dont bénéficie le secteur audiovisuel en Europe tout en multipliant les efforts sur le front législatif.

2. Les films européens ont totalisé 42 millions d'entrées en 2018 et les chiffres du réseau Europa Cinemas sont en hausse grâce aux exploitants qui promeuvent la diversité culturelle et l'expérience cinématographique. Le programme MEDIA a soutenu leurs efforts pendant 25 ans. Comment la future politique de l'Union européenne se propose-t-elle de renforcer cette action ?

À ce jour, le réseau Europa Cinemas a été soutenu par MEDIA pendant 26 ans. Notre soutien sans faille est le résultat d'un véritable partenariat dont bénéficient les deux parties, en l'occurrence MEDIA et Europa Cinemas.

Le réseau Europa Cinemas profite de sa relation particulière avec les publics locaux. Nous avons été témoins de la forte croissance du réseau et ses 1 200 salles actuelles représentent aujourd'hui un maillage unique du territoire européen ! Par-delà la densité du réseau et la variété de particularités locales dont profitent tous les cinémas, il est d'une importance capitale pour MEDIA de pouvoir compter sur un réseau dans lequel tous les membres partagent des valeurs et des idéaux communs. Ces valeurs d'ouverture, de curiosité, de tolérance

et de passion constituent les fers de lance de la diversité culturelle, laquelle est la condition *sine qua non* de l'harmonie dans nos sociétés modernes.

En tant que responsable du programme MEDIA, je suis également fière de l'impact économique de notre soutien. Ainsi, les commissaires aux comptes ont estimé que chaque euro investi dans le réseau rapporte jusqu'à 13 euros de valeur ajoutée. C'est là un argument décisif dans le contexte actuel des négociations politiques car le programme MEDIA est très attaché à sa double logique d'intervention consistant à soutenir à la fois la diversité culturelle et la compétitivité dans le secteur audiovisuel européen.

Comme je l'ai dit auparavant, l'augmentation potentielle du budget MEDIA est une condition indispensable pour pouvoir multiplier nos actions. Concernant Europa Cinemas en particulier et à la condition de pouvoir disposer du budget actuellement prévu, je serais très heureuse de pouvoir soutenir un double développement du réseau : d'un côté, les petites et moyennes villes, et de l'autre, l'Europe de l'Est et l'Europe centrale.

3. Aujourd'hui, les jeunes sont tous des utilisateurs d'Internet. Et les exploitants du réseau font de même afin de renouer avec les jeunes publics. Vous soutenez les cinémas et leurs initiatives via le programme d'Europe Créative et Europa Cinemas et vous avez lancé une initiative pour promouvoir et diffuser des films en ligne, particulièrement les films de patrimoine européens. Comment ces deux dynamiques peuvent-elles œuvrer ensemble pour renforcer le lien entre la jeune génération et les créateurs européens ?

Pour commencer, permettez-moi d'être très directe : concernant le soutien fourni par le programme MEDIA, il n'existe ni opposition ni concurrence entre les différentes méthodes d'exploitation. Notre mission principale consiste à aider les œuvres audiovisuelles à passer les frontières, dans les cinémas, bien sûr, qui sont la quintessence même de l'expérience cinématographique, mais aussi en ligne, car les habitudes des consommateurs ont changé suite à la numérisation des économies et des sociétés, et les œuvres européennes doivent trouver le public qu'elles méritent ! À cet égard, je souhaite saluer tous ceux qui se sont consacrés à la numérisation rapide du réseau Europa Cinemas au cours des dernières années.

Fidéliser les jeunes publics a toujours été un thème cher à Europa Cinemas, tout comme la circulation des œuvres qui a été couronnée de succès. Nous voulons ici souligner qu'entre 60 et 100 % des entrées pour les films européens concernent des cinémas du réseau ! Dans votre question, vous avez à juste titre mentionné les jeunes publics. L'objectif est clair, nous partageons la responsabilité d'encourager le goût des jeunes pour différents types d'histoires, non seulement parce que les publics du futur en dépendent, mais aussi et surtout parce que les films européens restent les meilleurs moyens de véhiculer nos valeurs communes. Les films européens détiennent le pouvoir de façonner notre esprit et contribuent à instaurer un climat harmonieux dans nos sociétés malmenées.

2018 : FILMS, FACTS AND FIGURES

L'importance des films cannois

Année après année, les films présentés au Festival de Cannes occupent une place particulière dans le réseau Europa Cinemas. En 2018, *Cold War* a donc obtenu le meilleur résultat du réseau (entrées), *Everybody Knows* est 4e et *In the Fade*, présenté en 2017, est 9ème.

La bonne circulation des films d'animation

Nous constatons depuis plusieurs années que les films d'animation ont tendance à très bien circuler en Europe et à faire une grande partie de leurs films sur le long terme. Nous notons que les 2 films d'animation qui ont fait le plus d'entrées dans notre réseau en 2017 sont toujours présents en 2018 dans les 4 meilleurs résultats pour les films d'animation. *Loving Vincent*, qui a fait près de 450 000 entrées en 2017, a plus que doublé le nombre total d'entrées dans le réseau, avec 468 000 entrées en 2018. *Paddington 2* a également poursuivi sa brillante carrière, avec 156 000 entrées en 2018 qui s'ajoutent à ses 263 000 entrées en 2017. Parmi les sorties récentes, nous pouvons souligner les résultats des 2 autres films complétant le «Top 4» des films d'animation : *Early Man* (223 000 entrées) et *Dilili à Paris* (181 000).

La place des réalisatrices dans le réseau

La perte de l'ineestimable Agnès Varda début 2019 nous incite à examiner la place des films réalisés par des femmes dans notre réseau.

En 2018, notons que parmi les 50 meilleurs films européens dans les salles du réseau (en séances), 11 ont été réalisés par des femmes, soit un peu plus de 20%. Certains de ces films ont eu beaucoup de succès: *The Bookshop*, réalisé par Isabel Coixet (232 000 entrées), *3 Jours à Quiberon* (210 000) réalisé par Emily Atef et *Loving Vincent* (468 000), co-réalisé par Dorota Kobiela et Hugh Welchman. *Visages Villages*, d'Agnès Varda et JR, a poursuivi sa carrière exceptionnelle et figurait toujours, fin 2018, à la 39e position des films européens avec 890 projections et 148 000 entrées au cours de l'année.

Vivacité du cinéma polonais

Nous avons mis en valeur la qualité de la production polonaise à l'occasion de la Conférence Europa Cinemas de Varsovie, en 2009. Dix ans plus tard, nous pouvons renouveler notre constat et louer ces films polonais qui représentent la quatrième nationalité, en termes d'entrées, dans notre top annuel.

Pawel Pawlikowski en est bien sûr le chef de file qui, en deux films polonais après un début de carrière en Angleterre, s'impose comme l'un des principaux réalisateurs européens, désormais reconnu du public des salles art et essai. Avec près d'un million d'entrées dans le réseau, *Cold War* est un succès dans les 25 pays européens où il est sorti. Les salles du réseau sont particulièrement responsables de ces résultats en Italie (87% de ses 90 000 entrées), aux Pays-Bas (81% de 92 000), en Espagne (133 000 entrées dans le réseau, soit 63%) et en France (plus de la moitié de ses 316 000 entrées).

Revenons-y encore: en deux ans d'exploitation, le film (et documentaire) d'animation *Loving Vincent* (Dorota Kobiela, Hugh Welchman) poursuit sa route et cumule 925 000 entrées dans le réseau. Il a notamment très bien fonctionné en Autriche et en Allemagne, en République tchèque et en Slovaquie, aux Pays-Bas et en Roumanie, où les salles du réseau représentent la quasi-totalité de ses 16 000 entrées, un très bon score pour le pays.

Foxtrot (Samuel Maoz) ou encore *Another Day of Life* (Raúl de la Fuente, Damian Nenow) sont d'autres exemples de coproductions polonaises qui ont circulé dans les salles du réseau tandis que *Fuga*, deuxième film de la jeune réalisatrice Agnieszka Smoczyńska, sorti en fin d'année en Pologne après une tournée triomphale dans les festivals débutée à la Semaine de la Critique 2018, a commencé à tourner dans les salles européennes en ce début d'année 2019.

Du côté des salles polonaises, l'année 2018 est également une grande année pour le cinéma national. Ainsi de *Kler*, l'un des plus grands succès du cinéma polonais, avec plus de 5 millions d'entrées dans son pays et 155 000 au Royaume-Uni. Ce film qui aborde la question de la pédophilie des prêtres a rencontré un succès massif, également dans les 40 salles polonaises du réseau, qui l'ont toutes programmé. Le film a réuni plus de 20 000 spectateurs dans 2 salles du réseau et plus de 10 000 dans 9 salles !

Documentaires : succès en profondeur

Les films documentaires occupent une place privilégiée dans les salles Europa Cinemas avec 5% de leurs entrées et plus précisément 8% de leurs entrées européennes en 2018, des chiffres très élevés par rapport au marché. Cette présence est plus forte depuis la généralisation de la projection numérique, qui permet une plus grande souplesse et donc de programmer davantage de films sur des séances ciblées, événementielles.

Comme chaque année, les succès « nationaux » sont nombreux, qui restent parfois cantonnés à leur pays d'origine. Citons à nouveau *Waldheims Walzer* (Ruth Beckermann) en Autriche, *1968* (Tassos Boulmetis) en Grèce, *The Camino Voyage* (Donal O'Ceilleachair) en Irlande ou encore *De Wilde Stad* (Mark Verkerk) aux Pays-Bas.

Mais certains documentaires circulent d'un pays à l'autre et 2018 est une année forte en la matière, avec deux films au-dessus des 200 000 entrées dans notre réseau. *Papst Franziskus - Ein Mann seines Wortes*, que Wim Wenders a consacré au Pape actuel, attire près de 230 000 spectateurs dans les salles d'une dizaine de pays, notamment en Allemagne (150 000 entrées dans les cinémas du réseau). Wim Wenders aura d'ailleurs connu les plus gros succès de la deuxième partie de sa carrière avec des documentaires, celui-ci s'ajoutant à ceux de *Buena Vista Social Club*, *The Salt of the Earth* et *Pina*. Quant à *Maria by Callas* (Tom Volf), ses 220 000 entrées se répartissent dans les salles d'une vingtaine de pays, notamment en Espagne, où Europa Cinemas représente 75% de ses 67 000 entrées.

Derrière eux, trois films réalisent entre 100 000 et 200 000 entrées : *Visages Villages* (Agnès Varda et JR) qui atteint presque les 300 000 entrées en deux ans dans le réseau, *Ni juge, ni soumise* (Yves Hinant, Jean Libon, 164 000 entrées), qui a essentiellement tourné en France, en Belgique et aux Pays-Bas et *McQueen* (Ian Bonhôte, Peter Ettedgui) avec 100 000 entrées dans une dizaine de pays.

Visages Villages et *Maria by Callas* sont de bons exemples d'une diffusion dans la durée, la carrière en salle de ces deux films s'étendant sur deux années. Diffusion sur la durée rime d'ailleurs avec diffusion en profondeur, puisque *Maria by Callas* est passé cette année dans 524 salles du réseau, soit presque la moitié de celui-ci ! *Visages Villages* n'est pas loin, avec 488 salles en 2018 et 669 sur deux ans.

CINEMAS ON THE MOVE

Autriche

Stadtkino, Vienne

Relancé et Engagé

Installé dans la maison des artistes, le Stadtkino est avec 285 places l'un des nombreux mono-écrans de Vienne. La plupart de ces établissements ont été construits pendant la première moitié du XX^e siècle et, fort heureusement, sont toujours intacts et vivants. On trouve le Stadtkino dans un ancien bâtiment historique, la maison des artistes, actuellement en cours de rénovation et de restructuration. Il est prévu d'en faire un centre des arts.

Depuis 1981, le Stadtkino fonctionne à la fois comme un cinéma et comme une société de distribution. Il n'occupe le bâtiment actuel que depuis 2013. Il a toujours été un rendez-vous très prisé des cinéphiles, ainsi que de toute une génération d'amateurs de cinéma ; les réalisateurs et les passionnés de tous bords y sont attachés et n'hésitent pas à raconter leur première rencontre avec les films d'art et d'essai et d'auteurs dans l'établissement.

Fin 2017, mon collègue et directeur Norman Shetler et moi-même, assistés d'une petite équipe, avons repris à la fois la distribution et le cinéma. Norman et moi avions auparavant travaillé au Gartenbaukino (également un cinéma à écran unique avec 736 places) pendant de nombreuses années et avons décidé de relever le défi de la reprise d'un second cinéma : la société du Stadtkino connaissait des problèmes financiers, le nombre de spectateurs avait considérablement chuté et il avait dû fermer temporairement en raison de travaux de rénovation dans un bâtiment voisin. Nous avons hérité d'un cinéma qui avait toujours une certaine renommée parmi les cinéphiles viennois, mais qui devait être revitalisé, voire même ressuscité. Il fallait revoir plusieurs choses : d'abord et en priorité, la programmation, mais aussi les différentes collaborations, le marketing, la structure de l'équipe, la gestion, etc. Nous avons beaucoup modifié la programmation en gardant à l'esprit l'histoire cinéphile de l'établissement que nous voulions respecter. Le programme quotidien inclut généralement les films que nous distribuons. La société de distribution sort des films de réalisateurs tels que Christian Petzold, Jim Jarmusch et Aki Kaurismäki, mais aussi des films de jeunes cinéastes et, bien sûr, de nombreux films autrichiens. Nous avons cependant décidé de prendre également en compte des films d'autres distributeurs dans l'intérêt de notre programmation et la diversité du contenu.

Nous avons également réfléchi à de nouvelles collaborations avec différents autres partenaires. Ainsi, nous avons pris contact avec l'Académie du Film de Vienne, le festival local du film et des droits de l'Homme, le festival du film féminin, ainsi qu'avec de plus petites initiatives locales. Le cinéma s'appelle « Stadtkino », ce qui signifie « cinéma municipal » et nous avons gardé à l'esprit l'idée qu'il devait s'adresser à toutes les communautés dans la ville. Dès le début de notre « voyage », nous savions que nous voulions aussi nous engager sur le plan politique. Le résultat a été un programme fort qui a fait ses preuves :

WIDERSTANDSKINO – « Cinéma de la résistance ». Deux réalisateurs autrichiens nous ont suggéré l'idée d'organiser une série de projections mensuelle de films politiques, suivis de discussions. Le programme permanent prévoit quatre dates à chaque saison dans le cadre de notre résistance déclarée contre le racisme, l'antisémitisme et les mouvements non démocratiques.

Forts de l'idée que nous voulons être un cinéma pour la ville et ses citoyens, nous travaillons également sur un nouveau programme mensuel de soirées dédiées aux films homosexuels en collaboration avec la communauté homosexuelle locale et nous nous efforçons de mettre en place un cinéclub féministe avec le réseau de féministes autrichiennes « Sorority ». Nous sommes convaincus que le meilleur moyen d'attirer de nouveaux publics est de travailler avec les communautés et avec les leaders de celles-ci. Le but est de faire de ce cinéma un lieu où les gens se sentent représentés et de proposer des films avec lesquels ils peuvent s'identifier.

Je dirais que le marketing est sans doute à la fois notre point fort et notre point faible. Nous avons dû repenser une grande partie de la stratégie marketing du cinéma et nous concentrer sur les nouveaux publics dès le moment où nous l'avons racheté. Nous connaissons toujours de nombreux problèmes de base: nous n'avons ni système de billetterie en ligne, ni système de carte de fidélité électronique – l'un et l'autre nous permettraient de recueillir des données sur notre public; du coup, nous ne savons donc pas grand-chose de nos spectateurs. Nous avons commencé à travailler sérieusement avec les réseaux sociaux, en particulier Facebook et Instagram, et avons bien sûr une newsletter, mais il faut que nous réfléchissions à la manière dont nous pourrions avoir davantage d'adhérents. Nous continuons à travailler sur une stratégie de communication et de marketing rigoureuse et efficace. Cela concerne également notre site Internet qui représente à la fois le cinéma et la société de distribution et n'est pas forcément claire pour l'utilisateur.

Concernant la conception graphique, nous avons commencé à travailler avec un nouveau graphiste et sur de nouvelles idées. Lorsque nous avons débuté, notre budget était très serré et nous avons décidé de tourner ceci à notre avantage en le transférant en stratégie: pour nos programmes et séances régulières de films, nous avons conçu des prospectus de la taille d'une carte de visite qui sont devenus caractéristiques du cinéma et que nos spectateurs ont beaucoup appréciés. Notre stratégie marketing s'appuie également sur des partenariats solides avec différentes communautés, la recherche de groupes cibles pour nos programmes et films et l'implication d'influenceurs locaux. Ainsi, nous essayons de rallier les universités et autres institutions culturelles (musées, théâtres, etc.).

Nous sommes toujours très heureux et fiers que l'année dernière nous ait prouvé qu'il était possible de faire renaître un cinéma avec une nouvelle équipe et un nouveau profil. C'est une formidable charge de travail, mais nous avons réussi à insuffler une nouvelle vie à l'établissement. Nous espérons pouvoir continuer à développer nos idées et toucher à l'avenir encore plus de publics grâce à l'originalité de notre programmation et des événements et films de qualité au cours des prochaines années.

Wiktorija Pelzer, Programmatrice et Directrice du Stadtkino

Belgique

Zebracinema, Flandre

Détourner des écrans existants pour montrer des films d'auteur

Zebracinema est un réseau composé de 11 cinémas se trouvant dans la partie flamande de la Belgique. Ce réseau fait partie du groupe MOOOV VZW, une organisation flamande à but non lucratif basée à Turnhout et Bruges, surtout connue pour le festival de cinéma annuel du même nom ayant lieu dans sept villes flamandes. De plus, MOOOV gère une société de distribution qui est le leader flamand dans le domaine de la projection de films d'auteurs (dans 89 villes en 2018). MOOOV investit beaucoup d'énergie dans les projections scolaires et les activités pédagogiques sur le cinéma.

Zebracinema est un cinéma d'art et d'essai nomade. En 2018, Europa Cinemas a reconnu Zebracinema comme étant le premier cinéma mobile en Europe de l'Ouest. Nos différents partenaires ont été ravis de cette reconnaissance.

Mis à part le célèbre « triangle culturel » flamand (Gand – Anvers – Bruxelles), il existe peu d'endroits où les cinéphiles en Belgique peuvent se rendre pour assouvir leur amour du cinéma d'art et d'essai. La situation est encore plus critique dans le nord-est de la Flandre, dans la région du Limbourg, où il n'y a pas de cinémas d'art et d'essai. C'est dans cette région qu'a été fondé Zebracinema, il y a vingt-quatre ans, en 1995, né du besoin de voir s'enrichir l'offre de cinéma d'art et d'essai. L'objectif était d'offrir aux cinéphiles de la région du Limbourg une programmation d'art et d'essai dans un périmètre de 20 km de chez eux.

En 2018, environ 700 projections de 163 films au total ont eu lieu au sein du réseau, totalisant plus de 39 000 entrées.

Zebracinema gère l'administration, la réservation du film auprès du cinéma et en coopération avec le cinéma-hôte la programmation et la communication relatives aux projections. Le réseau de Zebracinema « détourne » aussi des écrans dans des centres culturels et artistiques, des multiplexes et / ou des cinémas locaux qui ne disposent pas d'une programmation d'art et d'essai, et font ainsi principalement découvrir des films d'auteur européens à divers publics. En 2018, le réseau consistait en plusieurs écrans dans trois multiplexes (deux multiplexes UGC à Turnhout et à Aarschot et un multiplexe Euroscop à Genk), deux cinémas locaux (Walkino à Brée et Cameo à Saint-Trond) et six centres culturels (ccDiest, Cinema Walburg à Hamont-Achel, De Nieuwe Zaal à Hasselt, CC Achterolmen à Maaseik, Provinciaal Domein Dommelhof à Neerpelt et cc De Velinx à Tongres). Pour chacun de ces onze lieux, une fois par semaine, Zebra est au programme : à un jour fixe, chaque lieu projette un des films du réseau Zebra. Certains lieux organisent des projections supplémentaires, par exemple les « dimanches des aînés », qui sont des séances consacrées aux personnes âgées, ou encore des séances en plein air durant l'été.

Le réseau Zebracinema « utilise » l'infrastructure, les voies de communication et la connaissance locale des lieux existants et enrichit leur programmation de séances d'art et d'essai. L'avantage est que Zebracinema

n'a pas besoin d'investir dans l'infrastructure. Cependant, cela représente également un défi ; ne pas posséder d'infrastructure signifie également devoir renégocier régulièrement les coûts de loyer et autres frais afin de maintenir l'organisation à flot.

Un petit groupe de programmeurs venant de différentes villes et se réunissant tous les deux mois se charge de la programmation. Près de 60% de la programmation est commune à tous les lieux du réseau et les 40% restants sont choisis par les membres du réseau Zebracinema dans une liste de films que nous leur soumettons. En incluant des membres du personnel venant de différents lieux dans notre programmation, la propriété et l'investissement au niveau local sont renforcés. Du fait de sa collaboration à une grande partie de la programmation, Zebracinema est en mesure de diffuser les films le jour de leur sortie nationale. Cela a généré de bons résultats d'entrées pour les distributeurs du Benelux, devenus un partenaire important. Par le passé, cela n'était pas le cas ; à ses débuts, le réseau avait un statut de seconde diffusion, n'étant autorisé à projeter des films qu'environ six mois après leur sortie initiale.

Toutefois, les limites des projections hebdomadaires sont également claires et, de ce fait, constituent l'un des plus grands défis du réseau. Tout d'abord, une projection par semaine limite le nombre de films que l'on peut projeter au total. De plus, près de la moitié des salles du réseau ont une capacité d'accueil maximale très élevée. Le cinéma le plus important à Tongres dispose par exemple de 594 sièges, et celui de Maaseik en a 518. Par conséquent, un film d'auteur très beau mais plus modeste aura du mal à trouver une place dans notre programme. S'il faut par exemple choisir entre un « petit » film et *La Favorite* de Yórgos Lánthimos, le petit film perdra la course.

Attirer et fidéliser un public plus jeune est également l'un de nos défis majeurs, tout comme la question de savoir comment rester d'actualité dans un paysage audiovisuel et culturel en perpétuelle évolution, dans lequel la consommation de films est possible à tout moment de partout et que la festivalisation est un phénomène qui change fortement la donne. Toutefois, nous aimons croire en la force immersive de l'expérience cinématographique – la magie de regarder des films ensemble – et nous aimons considérer les défis existants comme des opportunités, modelant ainsi l'avenir pour ce que nous aimons par-dessus tout : apporter un cinéma d'art et d'essai de qualité au plus grand nombre.

Maarten Alexander, Directeur Général

Canada

Cinéma Beaubien, Montréal

Le succès de cinémas d'art et d'essai du Canada

L'histoire du Cinéma Beaubien à Montréal est similaire à celle de nombreux autres cinémas. Construit en 1937, avec plus de 700 places, dans un quartier français de la ville, le Cinéma Beaubien « entièrement climatisé », comme on l'appelait alors, diffusait des films américains doublés en français ainsi que des films français. Dans les années 60, un deuxième écran a été ajouté et les sièges en bois de la grande salle ont été remplacés par 543 sièges plus confortables. Rebaptisé Cinéma Dauphin, il proposait des films de la Nouvelle Vague et des versions doublées de ce que l'on appelle maintenant des « classiques ». Aujourd'hui, des gens nous parlent encore de leur première visite chez nous - souvent leur première expérience de cinéma- et des films de Truffaut, Rivette, Chabrol, Godard, Scorsese, Cassavetes et Coppola - une réputation s'est construite !

En 2001, les propriétaires ont fermé le cinéma de deux écrans. Peu après, un groupe de cinéphiles s'est constitué et a lancé un projet visant à sauver le dernier cinéma de quartier de Montréal. Pour cela, il était clair que quelqu'un ayant une grande expérience serait nécessaire, et c'est là que Mario Fortin est intervenu. Ce dernier avait débuté en tant que directeur adjoint au Cinéma Séville (fermé en 1985) et travaillé dans tous les domaines du métier. Le groupe de sympathisants lui a demandé de rédiger un plan de financement ; ce document allait être la clé de l'avenir du cinéma. Le bâtiment devait manifestement être rénové et la grande salle divisée en salles plus petites. Il était également évident qu'il fallait envisager un « business model » différent ; investir beaucoup d'argent dans un tel projet et s'attendre à un retour sur investissement faible. Le concept allait fonctionner, mais les investisseurs devaient faire preuve de patience. Un organisme à but non lucratif a été mis sur pied et le groupe a décidé d'appliquer un principe d'économie sociale. Grâce à l'appui solide du public, le budget a été mis en place avec l'aide d'investisseurs socio-économiques et le soutien financier des administrations municipales et provinciales. Mario Fortin fut nommé directeur général du Cinéma Beaubien. Le cinéma a retrouvé son nom d'origine et a commencé sa nouvelle vie en septembre 2001.

La mission du Cinéma Beaubien est de diffuser des films du Québec et du reste du monde, en français ou sous-titrés en français. Le Cinéma Beaubien est un cinéma d'art et d'essai et n'a, depuis 2001, pas présenté de films produits aux États-Unis. Nul besoin ! Il y a toujours eu quelque chose à offrir venant d'ailleurs.

Dès le tout début, des cinéphiles de la région de Montréal et d'ailleurs ont accueilli le Cinéma Beaubien. Au cours de sa troisième année d'existence, il a dépassé ses objectifs optimistes d'origine, et même les partenaires réticents en sont devenus partisans. Le cinéma propose une carte qui est un billet d'entrée prépayé à un prix réduit. Elle représente aujourd'hui plus de 25 % du nombre total de billets vendus. Nous sommes fiers de pouvoir affirmer que nos clients sont des cinéphiles dévoués et fidèles. En 2008, un espace de bureau est devenu disponible et, avec lui, la possibilité d'ajouter deux petites salles. Encore mieux, nous avons trouvé

un investisseur prêt à renoncer à un retour sur investissement immédiat dans l'espoir de faire des bénéfices plus importants à l'avenir.

Tout cela n'aurait pas été possible sans le soutien d'employés dévoués. Partant d'un total de six personnes lors du premier jour, le Cinéma Beaubien compte maintenant une équipe de direction de quatre gestionnaires-projectionnistes. La majeure partie de notre service à la clientèle est assurée par des étudiants, qui travaillent en moyenne de quinze à vingt heures par semaine. À ce titre, le conseil d'administration assure la promotion d'une politique d'équilibre entre le travail et les études pour soutenir le personnel. C'est le cas, par exemple, du programme de bourse dans le cadre duquel un étudiant reçoit une somme d'argent sous la forme d'une prime s'il obtient son diplôme dans un certain laps de temps tout en ayant travaillé un certain nombre d'heures.

En 2013, le Cinéma du Parc, le seul autre cinéma d'art et d'essai indépendant montréalais et autre organisme à but non lucratif, a été confronté à un dilemme : installer la projection numérique dans ses trois salles par le biais de financements élevés ou fermer. L'appui du Cinéma Beaubien a alors été demandé. En unissant nos forces - l'administration de Beaubien et les communications du Cinéma du Parc - nous avons réussi à garder le Cinéma du Parc ouvert. Deux ans plus tard, leur nombre de spectateurs a doublé ! Davantage d'investissements ont été réalisés grâce à l'émission d'obligations communautaires, ce qui a rendu possible la rénovation des deuxième et troisième écrans, et nous sommes heureux de pouvoir dire qu'il y a encore beaucoup d'autres projets en cours !

En septembre 2018, un autre cinéma a ouvert ses portes à Montréal : une des salles du Musée des beaux-arts de la ville n'était pas utilisée à son plein potentiel, et en collaboration avec l'équipe du Cinéma Beaubien, une nouvelle société a été créée. L'auditorium Maxwell-Cummings du Cinéma du Musée est maintenant opérationnel et il est prévu d'y ajouter un autre écran.

En 2001, les pessimistes ont tenté de nous décourager en affirmant qu'aller au cinéma n'avait pas d'avenir, que tout le monde resterait bientôt chez soi pour regarder des films sur des grands écrans de télévision et que les vidéothèques remplaceraient les cinémas. Dix-huit ans plus tard, ces dernières ont disparu. Maintenant, ces mêmes personnes nous disent que le streaming sera à l'avenir le seul moyen d'apprécier un film.

Nous verrons ce que l'avenir réserve à nos cinémas, mais avec le succès que nous avons rencontré jusqu'ici, nous sommes optimistes !

Mario Fortin, Directeur général et Président du conseil d'administration

France

Cinéma Le Méliès, Grenoble

Une place forte d'interactions avec le public

Le cinéma Le Méliès existe depuis maintenant plus de cinquante ans ; les premières séances datent de 1967.

Durant de nombreuses années, c'était un cinéma équipé d'un seul écran et de 96 places, avant de devenir un complexe en 2012, avec trois écrans et 524 places. Depuis son déménagement en centre-ville, Le Méliès a connu de nombreuses transformations. L'idée du projet était d'offrir au public un cinéma défini par une programmation de qualité et une ambiance accueillante (nous avons également un café), ainsi que des conditions de projection optimales.

Dans ce « nouveau Méliès », nous avons poursuivi diverses activités liées au domaine de l'éducation et continuons à fournir aux jeunes de Grenoble un accès à un cinéma stimulant et inspirant.

Le Méliès a également développé une série d'ateliers en lien avec le cinéma. Nous voulons avant tout mettre l'échange et les rencontres au centre du quotidien de notre cinéma.

Chaque film présenté au Méliès a été préalablement visionné et sélectionné pour notre public. Nous suivons les cinéastes d'un film à l'autre, et grâce à de plus grandes capacités au nouveau Méliès, nous avons eu la possibilité de redécouvrir sur nos écrans les réalisateurs que nous avons découvert à la fin du 20^e siècle (Ken Loach, David Cronenberg, Bruno Dumont...)

« Voyage au Japon » fait partie de nos projets les plus novateurs. Le voyage est organisé par Le Méliès, et notre équipe accompagne un groupe de cinéphiles au Japon. Outre le voyage, nous organisons plusieurs rencontres autour du cinéma japonais, y compris des projections et des débats.

En 2019, Le Méliès a mis en place un projet avec une quarantaine de jeunes âgés de quinze à vingt-cinq ans, venant de différents lycées et universités. L'un de nos principaux objectifs est d'attirer de nouveaux publics au cinéma, en particulier les jeunes spectateurs, devenus ces derniers temps plus réticents à aller au cinéma. Ce groupe, baptisé « Ciné&Co », a organisé des projections spéciales pour les jeunes. Ce projet vise à encourager des groupes de jeunes à venir ensemble afin de vivre une expérience unique et de la partager avec leurs amis et leurs familles. Ils sont investis dans la vie du cinéma en sélectionnant les films qu'ils veulent soutenir et en parlent sur les réseaux sociaux (les activités du groupe sont sur Instagram, Facebook et YouTube @cineco.melies).

Récemment, le Méliès a également lancé un nouveau projet s'adressant aux jeunes de quatorze à vingt ans, axé sur différents aspects du cinéma : l'image, le son, le montage et l'écriture. Trois samedis après-midi par mois, les participants se rencontrent afin d'approfondir l'un de ces domaines. Nous avons conçu ce projet autour de ces quatre piliers pour explorer la richesse du cinéma.

Jeter un pont entre les réalisateurs et le public est désormais devenu une réalité au nouveau Méliès : Philippe Faucon, Michel Ocelot, Nicolas Philibert, Jaime Rosales, Patricio Guzmán, Mia Hansen-Løve, Claire Simon et de nombreux autres réalisateurs nous ont fait l'honneur de venir jusqu'à Grenoble afin de rencontrer nos publics. Accueillir des cinéastes est toujours un grand plaisir et un moment spécial pour le public, en particulier pour les jeunes.

Nous sommes particulièrement fiers d'accueillir des enfants tous les matins lorsqu'ils viennent voir des films durant les heures de cours, du jardin d'enfants jusqu'au lycée. Grâce à une programmation sélectionnée avec attention et un service personnalisé, nous avons pour objectif de leur offrir des projections de grande qualité. Pour nous, il est également essentiel de faire activement partie de la communauté, et nous travaillons dur afin d'établir des liens forts avec divers groupes et organisations, mettant nos écrans à la disposition de leurs besoins et de leurs célébrations. Chaque année, nous organisons deux festivals : « Voir Ensemble » et « Ojo Loco ».

« Voir Ensemble » est un projet dédié aux jeunes publics qui a lieu chaque année en février. C'est l'occasion pour nous d'accueillir des cinéastes, de mettre en place et développer des ateliers avec des jeunes âgés de trois à dix-huit ans, et de vraiment se concentrer sur le cinéma de qualité pour les jeunes. Trois jurys sont accompagnés par des professionnels du cinéma ; un groupe d'enfants âgés de huit à douze ans ; un second groupe âgé de treize à seize ans ; et un jury composé d'enfants venant de centres sociaux dans tout Grenoble. Le fait de vivre et de partager ces découvertes cinématographiques avec un jeune public est pour nous un plaisir particulier et nous rappelle que l'expérience cinématographique est toujours unique, peu importe l'âge ! Nous croyons en l'intelligence et la curiosité des jeunes.

« Ojo Loco » est un merveilleux festival qui a lieu depuis maintenant sept ans. Chaque édition vise à intensifier l'interaction avec le public. De nombreux cinéastes ont été conviés à Grenoble pour représenter la grande sélection de films venant d'Espagne, du Portugal et d'Amérique latine. Le festival a lieu en mars et dure deux semaines. Il comporte plusieurs catégories de sélection : documentaire, fiction, animation, mais aussi ateliers et expositions. C'est désormais devenu l'un des événements marquants du Méliès, attendu par beaucoup chaque année. Les partenaires du festival se font de plus en plus nombreux et incluent maintenant des restaurants, des librairies, des universités et des salles de concert, ce qui souligne son succès croissant.

Au Méliès, nous cultivons l'esprit d'équipe qui nous apporte force et confiance en les projets que nous développons pour et avec nos publics. Le cinéma Méliès est devenu une référence à Grenoble, tant d'un point de vue culturel, social que concernant nos partenariats pédagogiques. Nous sommes déterminés à cultiver ces partenariats et les faire croître davantage au cours des années à venir. L'appartenance au réseau Europa Cinemas est pour nous une garantie de garder un œil sur la richesse et la diversité du cinéma d'art et d'essai aujourd'hui en Europe.

Bruno Thivillier, Directeur

Allemagne

Wolf Kino, Berlin

Là où le cinéma rencontre la communauté

En 2012, je suis entrée dans les locaux vides, ravagés et démolis d'un immeuble résidentiel berlinois du quartier de Neukölln, encore très abordable à l'époque. J'ai immédiatement senti que c'était l'endroit dont j'avais toujours rêvé : le lieu parfait pour un cinéma social, un cinéma mais aussi un centre cinématographique et un centre culturel. Les seuls obstacles qui se dressaient devant moi étaient que je n'avais pas de partenaire à qui m'associer, pas d'argent à proprement parler, aucune expérience en rénovations, et que tout le monde parlait autour de moi de la mort du cinéma. Passons en accéléré à février 2017 – un cinéma flambant neuf ouvre ses portes avec un café-bar, deux salles de projection, un espace d'exposition et des installations de post-production (en construction). Il porte le nom de WOLF et a pour but d'accueillir la *Berlinale Goes Kiez*. Un miracle s'était produit. Dans les années qui s'étaient écoulées, des amitiés s'étaient créées, des associés avaient été trouvés, des fonds collectés, et un espace avait été créé avec un groupe de personnes véritablement inspirantes qui ont permis de faire passer le projet au niveau supérieur et sont devenues mes partenaires et co-fondateurs : *la Meute de loups*. Une campagne de financement participatif ambitieuse et réussie a été le facteur décisif parmi une série d'actions visant à convaincre les bailleurs de fonds et les investisseurs, mais surtout, la campagne nous a permis de parler de nos idées et de nos rêves et de motiver d'autres cinéphiles et voisins afin qu'ils soutiennent notre cinéma. Nous avons même commencé à vendre des billets avant le début des travaux pour augmenter notre visibilité et faire de la publicité.

Au moment de l'ouverture, les gens étaient déjà au courant de notre initiative et attendaient que nous levions le rideau. Si j'ai un conseil à donner à quiconque considérant l'idée d'ouvrir un nouveau cinéma, le voici : inclure les voisins et personnes qui ont les mêmes aspirations dans des discussions (par exemple, pizzas et bières), afin d'écouter quels sont les besoins du quartier, ce qui leur manque dans leur domaine, et faire en sorte que cet endroit soit le leur plutôt que de leur imposer un concept et un lieu déjà aménagé. C'est inestimable. Cela permet d'établir une relation forte et durable avec la communauté. Nous avons ainsi pu éviter de nombreuses erreurs et savoir avec qui nous communiquions.

L'importante couverture médiatique dont nous avons bénéficié nous a forcé, dans le sens positif, à nous tenir à nos objectifs de programmation très idéalistes : au Wolf, nous projetons aussi bien des films qui viennent de sortir que des films sans distributeur ; nous distribuons certains films nous-mêmes (sous le label *Steppenwolf*) ; nous diffusons des classiques aussi souvent que possible, à la même fréquence que les nouveaux films et nous ne projetons aucun film qui ne nous convainc pas – d'un point de vue artistique et pas économique. Nous essayons de garder les films à l'écran aussi longtemps que possible, et utilisons parfois même pour cela notre espace d'exposition en tant qu'écran « héritage ». Dans la mesure du possible, nous

organisons des rétrospectives, invitons des réalisateurs – Josephine Decker est venue dès le premier mois d'ouverture et a tourné un projet de réalité virtuelle qui a ensuite été exposé au *Wolf*. Nous organisons des séances de questions-réponses - sur place et via Skype, des ateliers et des conférences autour de sujets tels que la couleur ou le son au cinéma, et surtout, nous animons régulièrement un ciné-club pour les jeunes du voisinage âgés de douze à dix-sept ans, leur enseignant la programmation de film et la gestion d'un cinéma, en passant par la réalisation d'un film en Super 8, la réalité virtuelle ou encore l'improvisation au cours d'ateliers. Collaborer avec les jeunes et les enfants est l'aspect sur lequel nous devons le plus nous concentrer et nous souhaitons développer cette facette davantage.

Nous publions un programme mensuel sous forme d'un journal nommé *Wolf Gazette*. Il comprend toujours une affiche en édition limitée d'un des films que nous projetons conçue par un illustrateur, et au verso, nos horaires de projection. Ce journal est très apprécié des habitués qui collectionnent les affiches. De même, nous faisons de la publicité pour nos films en ligne et y publions nos horaires de projection, ce qui nous permet d'augmenter notre présence sur les réseaux sociaux, en particulier sur Instagram.

Afin que nos choix en matière de programmation continuent à se baser sur notre passion, notre concept financier est de diversifier nos sources de revenus. En dépit de cela, et bien que les entrées soient en augmentation constante, nous sommes toujours très dépendants des subventions pour nous maintenir à flot. C'est une réalité que j'ai sans doute sous-estimée et qui constitue un défi constant. Nous savons toutefois que nous sommes sur la bonne voie et récemment, dans notre cinéma, un rêve est devenu réalité. Un jour, on m'a demandé ce que serait pour moi une journée parfaite au Wolf ; et cela s'est produit : nous avons ouvert notre café à 10 h du matin et une équipe de tournage a fait une projection test dans la 2^e salle. À 10 h 30, un groupe de jeunes mamans est arrivé pour notre séance parents et bébés afin de regarder *Une affaire de famille*. À 11 h 30, l'équipe de tournage s'est retrouvée autour d'un café et de croissants au bar pour discuter de leur travail. À 12 h 30, les mamans sont sorties de la séance et ont dégusté notre déjeuner japonais. Durant l'après-midi, un atelier a eu lieu dans la salle d'exposition/le studio, et à partir du début de soirée, les gens se sont retrouvés dans le café-bar, certains ont, plus tard, regardé un film, tandis que d'autres ont juste pris un verre. À 20 h, une discussion a eu lieu dans le studio avec un réseau de documentaristes et nous avons projeté à guichets fermés des films merveilleusement décalés dans les salles 1 et 2. C'était vraiment une journée de rêve pour notre cinéma social, un lieu où le cinéma rencontre le centre cinématographique et le centre culturel.

Verena von Stackelberg, Directrice

Hongrie

Tisza Mozi, Szolnok

Une entreprise familiale entre tradition et innovation

Le cinéma Tisza a été aménagé dans une ancienne synagogue juive ; transformé en centre culturel, il a ouvert ses portes le 4 mars 1954. En 1990, au moment des bouleversements politiques en Hongrie, nous avons fondé notre propre société et loué le bâtiment qui était déjà en mauvais état. En 1996, celui-ci a été mis en vente et nous l'avons acheté. Il était cependant dans un état tel que personne d'autre ne s'était porté acquéreur. Depuis, nous enchaînons les rénovations, étape par étape. En 2005, le cinéma était partiellement restauré et numérisé. Puis, en 2014, l'intérieur a été entièrement remis en état grâce aux subventions de la municipalité locale qui ont complété nos propres ressources et emprunts. Ces rénovations nous ont permis d'accueillir notre public dans les meilleures conditions et, donc, d'augmenter le nombre de visiteurs et de séances, ainsi que les recettes. Notre cinéma vit actuellement son deuxième âge d'or.

En 2019, nous avons poursuivi l'expansion et agrandi les locaux. Ainsi, au printemps dernier, nous avons prolongé l'espace café en ouvrant deux bureaux non utilisés devant le cinéma. Nous voulons également créer un studio dans les combles qui accueillera les discussions du ciné club, les ateliers du camp de tournage et les programmes de formation. Le bâtiment doit également être modernisé avec de nouvelles fenêtres et des panneaux solaires. Notre devise, c'est d'améliorer sans cesse « notre maison ». Nous avons trois salles (avec une capacité de 133, 38 et 30 places) qui sont constamment modernisées et entretenues pour rester en parfait état. En 2018, les fauteuils de la salle B ont tous été remplacés et les gradins placés de telle manière que le public puisse avoir une meilleure vue.

Un cinéma ainsi relooké en permanence va de pair avec une programmation tout aussi réfléchie. Nous voulons créer un programme qui parle aux différentes tranches d'âge de notre public. Nos efforts nous ont toujours valu la sympathie des résidents du quartier et nous écoutons attentivement leurs commentaires à ce sujet. C'est sur cette base que nous voulons créer des programmes ambitieux et façonner notre cinéma. Nous souhaitons par un travail systématique et conscient transformer notre cinéma en une plateforme culturelle variée où nous pourrions offrir des programmes attrayants et où les séances régulières de films pourront être complétées par des offres supplémentaires.

Notre cinéma ne veut pas seulement attirer la communauté locale, mais vise aussi à s'ouvrir à un public national et international. Ainsi, nous travaillons dur pour prendre contact avec des professionnels du cinéma et des réalisateurs dans le cadre de nos festivals du cinéma. En 2019, nous célébrerons le 50ème anniversaire de notre principal événement : le premier festival cinématographique des beaux-arts a eu lieu en 1969 à Szolnok et notre famille a pris le relais à partir de 1990. Le festival est devenu international en 1998 et a été entièrement réinventé en 2018. L'année passée, nous avons intégré une compétition de longs métrages européens dans le programme du festival et avons rebaptisé celui-ci en *Alexandre Trauner ART/Film Festival*

en mettant l'accent sur le travail des directeurs artistiques. Après avoir décidé d'un contenu de qualité et de la programmation, nous nous sommes évidemment demandé qui serait notre public. Heureusement, nous cultivons d'excellents contacts avec six universités hongroises (facultés d'art, de médias et d'études cinématographiques) et, depuis des années, nous mettons des salles à disposition des étudiants durant notre festival cinématographique. Notre but est d'augmenter le nombre d'institutions partenaires (à l'étranger également) pour devenir un rendez-vous incontournable du jeune public d'Europe centrale. L'année dernière, le plus grand succès a été la participation de deux universités à notre master class du festival, qui a valu deux crédits ECTS à des étudiants ayant participé aux cours. Deux universités internationales ont également rejoint notre festival. Finalement, nous sommes fiers de pouvoir dire que notre événement cinématographique international a gagné ses lettres de noblesse dans la liste des festivals internationaux et a certainement contribué à sacrer la série de succès actuels du cinéma hongrois.

Nous adorons innover dans notre programmation, relooker le bâtiment, ainsi que ses alentours. Notre cinéma se situe sur la même place que la synagogue de notre ville. La municipalité nous a donné cette place sur laquelle nous avons prolongé notre terrasse et installé un écran LED de 2x3 m sur le mur latéral de notre bâtiment. Sur cet écran, nous projetons tous les jours de 17h à 23h, gratuitement, des courts métrages, des bandes-annonces, des actualités culturelles, des classiques et de longs métrages européens oubliés depuis longtemps. Nous proposons également des programmes culturels, des événements gastronomiques et des concerts sur la place afin d'élargir notre répertoire et d'attirer plus de gens dans notre cinéma. L'année dernière, nous avons introduit une autre innovation en collaboration avec l'association étudiante locale. Le nom du programme était *Rendez-vous day* et prévoyait tous les 14 du mois que les étudiants arrivant par couple regardent un film avec un seul ticket, popcorn et cocktail sans alcool inclus. Cette initiative a été couronnée de succès parmi le jeune public qui, depuis, nous aide à réunir des idées et créer d'autres programmes à son goût. Nous espérons que cela nous aidera à mieux communiquer avec lui, à l'impliquer dans nos programmes et à populariser les événements culturels dans notre ville.

Toutes ces innovations et améliorations n'auraient pas été possibles si nous n'avions pas été une famille. Et c'est là la principale caractéristique de notre cinéma : c'est une affaire de famille. Ma femme, Eszter, s'est jointe à nous en 1997 et mes trois enfants (István, 43 ans, Ditta, 45 ans et Éva, 33 ans) ont commencé à travailler au cinéma il y a quelques années. Quelques collègues ont également souhaité participer et, grâce à eux, nous pouvons ouvrir le cinéma tous les jours de l'année. Ensemble, nous avons créé un cinéma d'art et d'essai reconnu dont la municipalité et les habitants sont fiers. Notre public sait que notre porte lui est toujours ouverte parce qu'il se sent dans notre cinéma comme chez lui.

« Notre cinéma est comme une fleur multicolore : les couleurs sont les arts et le pollen est produit par le contenu. La fleur attire un public avide de butiner son nectar (la connaissance, la culture et l'art). Nous sommes les jardiniers qui soignent et cultivent la fleur et attendent que les abeilles commencent la pollinisation. »

István Demeter, Directeur

Italie

Cinema Farnese, Rome

Approches modernes dans un cadre historique

Le Cinema Farnese qui s'ouvre sur le Campo de' Fiori, dans le cœur historique de Rome, a presque un siècle d'âge. C'est dans ce quartier que la vie politique et culturelle de l'ancienne Rome a battu son plein. La scène de l'assassinat de Jules César - que nous avons vue maintes fois sur grand écran - a eu lieu juste à côté du Cinema Farnese. Dans le sous-sol à côté du cinéma, on trouve encore des vestiges du théâtre bâti à l'instigation de Pompée le Grand, l'ennemi le plus redoutable de César.

Baptisé Cinema Romano à l'origine, le cinéma a changé de propriétaire en 1967 ; Gianni Ciavarella et son épouse Nicolina Torturo ont alors repris la gestion et transformé l'établissement en un cinéma d'art et d'essai qui, au fil des années, a été reconnu et a vu son public romain augmenter régulièrement. À cette époque, le Campo de' Fiori était très fréquenté par les jeunes revendiquant un discours politique, des intellectuels, des hippies, les principaux représentants de la Beat Generation, ainsi que de nombreux cinéphiles de tout poil. Gianni et Nicolina ont ouvert tout grand les portes du Farnese et ont accueilli tous ces jeunes rebelles et engagés. Ils ont aidé ce public à découvrir un nouveau type de cinéma auquel il s'est immédiatement identifié. Des œuvres mémorables, des films d'auteurs français, anglais, allemands, nord-européens, américains et latino-américains, mais aussi d'autres pays ont alors été présentés qui n'avaient jamais été montrés à Rome. Avec son mari Fabio Amadei, Serena Ciavarella, la fille de Gianni et Nicolina, s'efforce aujourd'hui de perpétuer cette tradition pour les jeunes générations, malgré de nombreux bouleversements dans la société, en particulier l'omniprésence des médias numériques. Ainsi, en 2009, on a créé Young Cinema Roma (YCR), une association qui combine des ateliers de formation et d'éducation cinématographique à l'intention des étudiants et des professeurs avec des projections, des débats, des critiques, des enseignements et des critiques de cinéma écrites par ces mêmes étudiants et récompensées à la fin de l'année scolaire. Après que le Cinema Farnese et la YCR ont lancé cette initiative couronnée de succès, le Circuito Cinema s'est joint au projet, étendant ainsi la portée de celui-ci à des quartiers plus éloignés et des écoles dans toute la ville. En 2015, une réforme législative concernant l'éducation a introduit une nouvelle initiative appelée *Alternanza Scuola-Lavoro* (alternance cours/entreprise). L'idée était de combiner la théorie enseignée dans les salles de classe à une activité pratique, afin d'initier les étudiants au monde du travail.

Depuis 2016, les ventes de billets scolaires à prix réduit ont bondi de 30 % par an. Les chiffres pour 2019 oscillent entre 18 000 et 20 000 jeunes impliqués dans la YCR. Un nouveau projet YCR baptisé CINESOFIA, cinéma et philosophie, a encore vu le jour cette année grâce aux subventions du ministre de l'Éducation, de l'Université et de la Recherche. Il s'agit d'un projet impliquant plusieurs écoles de Rome débouchant sur la réalisation d'un court-métrage par des étudiants.

Cependant, le cinéma ne s'adresse pas seulement aux jeunes publics. Les sorties de films avec une grande valeur artistique et historique permettent au cinéma d'organiser des discussions entre le public et les

critiques, les réalisateurs, les écrivains, les philosophes, les sociologues, les historiens et autres invités pouvant avoir un rapport avec les films. Ce genre d'événements connaît une demande croissante et est apprécié de notre public.

Soucieux de rapprocher les plus jeunes publics des plus âgés, le Farnese a récemment lancé l'Open Cinema Lab. Grâce à une plateforme numérique, accessible depuis des appareils et médias sociaux - principalement Instagram -, les utilisateurs peuvent consulter un catalogue contenant des millions de titres de films, avec informations, photos, vidéos, synopsis et critiques. L'utilisateur peut ensuite sélectionner son film favori, la date et l'heure à laquelle il souhaite le regarder au cinéma et partager son choix avec d'autres pour former des groupes d'intéressés.

De son passé, ce cinéma historique de Rome a conservé avant tout ses relations directes, des relations d'amitié, de familiarité, un dialogue, des suggestions, le tout partagé autour d'une tasse de thé ou de café. Avant de prendre place dans l'un des magnifiques trois cents fauteuils rouges de l'orchestre ou de la tribune, notre public cherche son inspiration dans le grand foyer du Farnese. L'histoire riche du quartier s'étend au sous-sol et même aux pavés du Campo de' Fiori, avec les effluves et les bruits de son marché ; son avenir se poursuit sur le grand écran du Cinema Farnese, avec des projections 4K à la pointe de la technologie. Notre projectionniste, Gianni Tittozzi, qui a débuté dans cette profession à l'âge de 15 ans et se targue aujourd'hui d'une expérience de quelque 60 ans, incarne à lui seul la continuité de l'histoire du Cinema Farnese et pourrait bien être aujourd'hui le meilleur projectionniste de toute l'Europe.

Fabio Amadei, Directeur

Norvège

Cinéma Gimle, Oslo

Une touche personnelle pour fidéliser son public

Le cinéma Gimle est l'un des établissements les plus anciens et les plus respectés d'Oslo. Après avoir ouvert ses portes en 1939, il n'a depuis cessé de proposer d'extraordinaires expériences de cinéma. S'il a été rénové à deux reprises, une fois en 1962 et une fois en 1997, il n'en a pas moins conservé l'essentiel de son architecture fonctionnaliste d'origine. Le Gimle est un cinéma à écran unique avec 260 places et qui sert des boissons alcoolisées.

Il est situé à la périphérie du centre-ville. Cet emplacement unique en fait un mélange idéal de cinéma de quartier et de centre-ville. À l'affût d'une certaine qualité, son public est fidèle et revient régulièrement aux nombreuses séances variées.

La programmation comprend une large sélection de films de qualité et d'art et d'essai du monde entier. De nombreux films, considérés comme exigeants, attirent davantage de monde au Gimle qu'ils ne le feraient dans d'autres cinémas - à tel point qu'il arrive qu'il y ait trop de films de qualité en lice pour l'espace de diffusion dont nous disposons et que nos choix de programmation soient de véritables crève-cœur.

Nous mettons l'accent sur les avant-premières exclusives et les séances avec une introduction spéciale ou une session de questions-réponses. Ces projections ont la cote à la fois auprès du public et des distributeurs. Elles affichent souvent rapidement complet et sont un bon indice pour savoir si un film connaîtra ensuite le succès au Gimle lors de sa sortie officielle. C'est ainsi que les distributeurs de films demandent souvent au cinéma de diffuser leur film en avant-première afin de pouvoir profiter du bouche à oreille. Le Gimle possède un public social et sensibilisé à la culture qui est ensuite susceptible de recommander le film et de parler de son expérience cinématographique.

À ce titre, nous nous efforçons de transformer ces séances spéciales en un événement social où nous servons parfois un verre de vin ou du café et prévoyons une introduction quelle qu'elle soit pour élargir un peu le contexte, sur le plan historique ou social. À en juger par les retours que nous suivons de près et auxquels nous répondons, le public apprécie ces événements qui se rapprochent davantage d'une sortie culturelle que d'une simple sortie au cinéma.

D'un point de vue marketing, nos canaux les plus dynamiques sont Facebook et notre site Internet. Nous postons de courts articles sur notre site annonçant les séances spéciales et autres événements au Gimle. Sur Facebook, l'équipe du Gimle poste souvent des vidéos et photos des séances, permettant aussi aux followers de se tenir au courant tout en informant les abonnés des diffusions de la semaine. Pour apporter une touche plus personnelle, l'équipe a enregistré de petites vidéos présentant ses membres dans lesquelles ceux-ci racontent leurs meilleurs souvenirs au Gimle et les raisons pour lesquelles ils aiment leur travail. Les visiteurs félicitent souvent l'équipe et apprécient la touche personnelle que nous offrons.

En plus des séances spéciales, le Gimle connaît un grand succès avec les films présentant des événements culturels. Ainsi, nous montrons régulièrement des productions théâtrales du Metropolitan Opera qui affichent souvent complet dès que les ventes de tickets commencent grâce à un public fidèle et très engagé. Nous repassons régulièrement certaines séances, qui ne sont alors pas en direct, car la demande est très élevée.

Récemment, nous avons également expérimenté « L'art au cinéma », un concept consistant à diffuser des expositions d'art. Cela permet une immersion cinématographique dans les œuvres d'art les plus célèbres du monde qui a bien plu au public du Gimle.

Nous cherchons toujours des moyens d'attirer davantage de visiteurs sans nuire à l'image du Gimle. La présentation de films pour enfants les week-ends a ainsi été un grand succès. Cela n'empiète pas du tout sur les créneaux que nous réservons habituellement aux films de qualité, car ces séances sont programmées beaucoup plus tôt dans la journée, à des heures auxquelles le cinéma serait normalement fermé. Nous avons hésité à démarrer ces séances parce que nous craignons que cela ne marche pas ; le Gimle a en effet toujours été un cinéma s'adressant plutôt à un public mûr et adulte. Ces soucis ont cependant été rapidement balayés lorsque nous avons compté les tickets vendus et les réactions positives de notre public. Le public fidèle, tout autant que les nouveaux venus, est ravi de cette nouvelle offre ; le cinéma s'est ouvert à une clientèle nouvelle et différente sans faire de tort à celle qui existait déjà. Parmi les défis à relever, le Gimle cite la concurrence avec les nouveaux cinémas. L'année dernière, trois nouveaux cinémas se sont ouverts à Oslo, un quatrième va bientôt voir le jour. On compte ainsi un total de 19 écrans supplémentaires pour janvier 2018. Ce sera là l'un des enjeux majeurs du Gimle : garder son public existant sur un marché du cinéma de plus en plus étroit, particulièrement lorsque certains des nouveaux cinémas visent également le public privilégiant les films d'auteur.

La chose dont nous sommes le plus fiers, c'est la manière dont le cinéma a bichonné son public jusqu'à constituer une base fidèle qui s'intéresse non seulement aux films proposés, mais aussi, plus particulièrement, aux films que le Gimle montre. L'établissement est au moins aussi important que le film.

Mohsan Ali, Consultant en programmation

Pologne

Kino Nowe Horyzonty, Wrocław

Le premier multiplexe de Pologne à présenter des films d'art et d'essai

Au cinéma Nouveaux Horizons (en polonais : Kino Nowe Horyzonty, ou KNH), vous ne trouverez pas de pop-corn, ni au bar, ni dans la salle. Dès le début, nous nous sommes efforcés de convaincre notre public qu'un cinéma d'art et d'essai pouvait se révéler un loisir aussi divertissant qu'intéressant. Reste que nous ne voulons pas être plus royalistes que le roi et que chaque jour qui passe, nous prouvons que la cinéphilie peut prendre différentes formes. Nous pensons que c'est à la communauté de définir un cinéma ; aussi, nous essayons de laisser de la place aux discussions et aux rencontres, et pas seulement avec les réalisateurs. Nous sommes aussi en relation avec les ONG, les groupes informels et les spectateurs qui finissent par devenir co-auteurs des événements que nous offrons.

Le cinéma Nouveaux Horizons est géré et dirigé par l'Association Nouveaux Horizons avec le soutien du conseil municipal de Wrocław depuis le 31 août 2012 ; c'est le plus vaste cinéma d'art et d'essai de Pologne et l'un des plus grands de ce type en Europe (avec neuf salles, 2 329 places et 6 240 m²). Le cinéma doit son existence principalement à l'énergie positive du Festival international du film Nouveaux Horizons qui prépare maintenant sa dix-neuvième édition. Nous comptons environ 500 000 spectateurs par an. Wrocław, la capitale de la Basse-Silésie, est un centre culturel vivant. Son importance sur la scène internationale a été reconnue lorsque la ville a été sacrée capitale européenne de la culture en 2016.

Chaque année, on trouve plus de 150 premières à l'affiche, des films artistiques, d'auteurs, expérimentaux et grand public de qualité jusqu'aux films emblématiques de la culture pop. Le cinéma accueille tous les ans plusieurs rétrospectives et festivals (le Festival international du film Nouveaux Horizons, le festival du film américain, ainsi que divers événements nationaux et régionaux : allemand, hongrois, espagnol, français et asiatique, mais aussi des rétrospectives de réalisateurs et des films consacrés à la ville).

Les habitants de Wrocław peuvent également profiter de séances complètement différentes, comme par exemple la projection de spectacles par satellite du Metropolitan Opera, du Ballet du Bolchoï et du Royal National Theatre, ainsi que de diverses expositions de peintures à l'écran.

Nouveaux Horizons stimule également l'amour du cinéma chez les personnes de tout âge : de 1 à 101 ans. Les matinées du week-end sont réservées aux plus jeunes qui peuvent assister à des séances spéciales combinées à des ateliers d'art, de théâtre ou de chorégraphie. Presque 6 000 étudiants locaux participent régulièrement à des rencontres pédagogiques intitulées « Nouveaux Horizons d'éducation cinématographique ». Ces dernières proposent des projections de films précédées d'une conférence ou suivies d'une analyse. Le mercredi, nous invitons les plus âgés à regarder les dernières sorties et le jeudi est

réservé aux parents avec bébé qui peuvent voir des premières sans craindre que leur enfant ne dérange qui que ce soit. Nous diffusons aussi régulièrement des films en audiodescription pour les aveugles et malvoyants. En partenariat avec Amnesty International, nous offrons une campagne épistolaire pour revendiquer ses droits intitulée « Écrire pour les droits » grâce à laquelle nous espérons rappeler le rôle social du cinéma à notre communauté.

Depuis ses débuts, Nouveaux Horizons s'est engagé dans un projet original appelé *l'Académie du cinéma international* dans le cadre duquel nous présentons l'évolution de la cinématographie depuis ses débuts jusqu'aux plus récentes avancées. Le mardi, nous sommes ravis de présenter des chefs d'œuvre du cinéma, monuments et autres trésors oubliés de l'art cinématographique. Les séances sont précédées de conférences menées par des théoriciens renommés du cinéma. Cela comprend une introduction au contexte historique, ainsi qu'un gros plan sur les aspects sociaux et culturels de ces films. Le mercredi est le jour de l'analyse du cinéma polonais, partie intégrante d'un projet parallèle appelé *l'Académie du cinéma polonais*.

En même temps, nous nous efforçons de souligner les images qui ont marqué l'imagination du grand public. Dans notre programme « Iconic NeHo » (en polonais : « Kultowe NoHo »), nous montrons des légendes du cinéma choisies par les spectateurs eux-mêmes (par ex. *Die Hard* et *Rocky*). Chacun de ces événements devient son propre petit CinemaCon pendant lequel les fans ont la possibilité de jouir de leurs films préférés. Avant ou après la séance, notre public peut manger un morceau ou boire un verre au restaurant ou au café. Nous encourageons aussi tout le monde à passer un peu de temps avec un livre dans notre librairie. Vous y trouverez des DVD et des posters originaux de films et nous avons même préparé un petit quelque chose pour ceux qui aiment les jeux de société. Le cinéma - un bâtiment de trois étages avec panorama sur la vieille ville de Wrocław - offre un espace de travail idéal aux travailleurs indépendants et constitue un lieu de rencontre parfait pour les professionnels. Qui plus est, nous organisons des expositions en rapport avec notre propre programmation ou avec des travaux d'artistes visuels contemporains.

L'année dernière, le nombre de salles à Wrocław a augmenté, ce qui constitue un sérieux défi pour notre cinéma. Le comité de gestion de l'Association Nouveaux Horizons est arrivé à la conclusion qu'il faudrait de nouveaux fonds pour relancer le cinéma et adapter ses deux plus grandes salles aux concerts et spectacles de théâtre, sans oublier la mise en scène. Au cours des prochaines années, nous avons l'intention de transformer le cinéma Nouveaux Horizons en un complexe culturel moderne.

Stanislaw Abramik, Responsable des Relations Publiques

Espagne

Zumzeig, Barcelone

« Cinéma coopératif » : réinventer l'organisation du cinéma

Le Zumzeig Cinema a ouvert ses portes en octobre 2013 et doit sa fondation à la vision et l'enthousiasme d'Estaban Bernatas et de son équipe. Ces derniers ont proposé pour l'Espagne un modèle d'exploitation de cinéma innovant et alternatif, inspiré par diverses salles dans le monde. Le Zumzeig s'est implanté à la périphérie d'une zone industrielle, un choix osé pour un cinéma indépendant. Sa programmation inclut des films documentaires, d'auteurs et expérimentaux en plus d'une plateforme de travail ne possédant pas ou peu d'options pour une sortie en salle. Tout cela a débouché sur un modèle d'exploitation différent qui a bientôt été reconnu à sa juste valeur et attiré la sympathie de toute la communauté cinéphile espagnole. Reconnu pour la qualité de sa programmation et pour sa vision activiste, à la fois sur le plan culturel et social, le Zumzeig appuie les voix et les œuvres du plus haut niveau qui, autrement, ne pourraient pas être montrées n'importe où en ville.

Au printemps 2016 et trois ans après avoir offert le meilleur des films indépendants, Esteban et son équipe se sont retirés avec l'intention de redynamiser leur modèle pour permettre une approche à vocation encore plus sociale. C'est la raison pour laquelle ils ont rassemblé un groupe de professionnels indépendants de l'audiovisuel originaires de Barcelone et ont converti la structure d'une société privée en une coopérative desservie par et pour la plus grande communauté. Leur principal objectif était double : maintenir une programmation courageuse et engagée et créer un modèle de participation démocratique et populaire qui aurait un impact plus important sur le cinéma et son voisinage. Le but était de démontrer que l'exploitation du cinéma pouvait être envisagée dans une perspective purement sociale sans perdre pour autant de sa qualité artistique. Après plusieurs mois de transition, le cinéma coopératif Zumzeig a finalement rouvert ses portes en novembre 2016.

Il s'agit aujourd'hui d'un espace culturel à but non lucratif, constitué d'une base sociale comptant plus de trois cents personnes. Le cinéma est connu comme foyer de réflexion et de loisirs et offre des séances de films indépendants en version originale, ainsi que diverses initiatives artistiques, sociales et communautaires. Le modèle coopératif de ce projet est de type participatif, horizontal et démocratique. Il vise à montrer qu'il existe d'autres manières de gérer l'exploitation culturelle et cinématographique. En favorisant les interactions avec le public qui fait maintenant activement partie du projet, il promeut la coopération et les échanges avec d'autres groupes et initiatives partageant sa vision artistique.

Des douzaines de personnes de notre base sociale participent activement au projet de cinéma, constituant quelques-unes des commissions de travail bénévoles qui composent le Zumzeig. Celles-ci ont pour mission de participer activement à la gestion quotidienne de la coopérative en émettant des propositions et initiant

diverses actions. Les commissions s'articulent autour de la communication, de l'éducation à l'image et de la programmation, entre autres choses.

Nous sommes profondément convaincus que le cinéma peut être un outil du changement social. L'une de nos principales approches consiste à défendre une certaine pédagogie du regard : nous devons promouvoir des images responsables et les repenser dans une société submergée par des milliers de messages visuellement percutants au quotidien. C'est pourquoi nous mettons particulièrement l'accent sur la création de nouveaux publics critiques en offrant toute une gamme d'activités culturelles participatives qui rompent avec le modèle traditionnel du cinéma classique : qu'il s'agisse de présentations ou de discussions avec des réalisateurs, de séances de ciné-club, de rencontres avec des réalisateurs, de concerts, de paellas, de tables rondes et de débats après spectacles ; nous considérons notre public comme partie intégrante de ce projet, et non simplement comme des clients.

Dans ce sens, nous considérons également qu'il est important d'innover en créant de nouveaux formats d'événements et en élargissant nos activités qui ne se limitent plus au film. Récemment, nous avons profité de notre participation à Sâlmon (un festival des arts de la scène) pour organiser une série de performances et ateliers autour du travail du réalisateur et artiste : Guy Sherwin. Tout cela a eu lieu dans différents établissements de la ville et nous a permis de nouer de nouvelles relations avec notre public et de créer un réseau pour de futures collaborations avec différentes institutions se consacrant à d'autres disciplines (théâtre, interprétations, danse, etc.). Cela a ensuite contribué à notre expansion, mais aussi à transmettre notre message à un plus vaste public.

En 2019, nous voulons mettre en place une innovation majeure : Radio Z, un projet de radio numérique consacré à la création sonore. En promouvant ce projet, notre but est d'étendre notre univers artistique et culturel à travers le son et de proposer un « cinéma pour les oreilles » avec la même exigence de qualité, innovation et expérimentation que nous appliquons à nos projections, ainsi qu'avec une perspective féministe intégrée.

À l'avenir, le Zumzeig Cinecooperativa aura des défis importants à relever, notamment celui de devenir économiquement plus rentable en recherchant de nouveaux moyens de générer des revenus sociaux. Cela nous permettra une plus grande liberté dans le choix des films pour notre programme et multipliera les possibilités de créer nos propres programmes de films, rétrospectives et événements. Nous dépendons encore beaucoup trop des politiques restrictives des sociétés de distribution espagnoles pour la sortie des longs métrages. Peut-être la solution serait-elle de créer notre propre société de distribution ! Nous verrons bien ce que l'avenir nous réserve.

Albert Triviño Massó, Membre de la Coopérative

Royaume-Uni

Curzon Soho, Londres

En plein cœur de Londres : un foyer de créativité attractif pour le cinéma européen

Le cinéma Curzon Soho n'est pas seulement le point de repère d'un quartier emblématique de Londres, il a aussi contribué pleinement à la vie culturelle d'une ville dont la réputation dans ce domaine n'est plus à faire. L'établissement a ouvert ses portes en 1959 en plein centre de la capitale britannique sous le nom de Columbia avec la première britannique de *Gigi* (MGM) et le cinéma a récemment fêté son soixantième anniversaire en présentant – parmi d'autres classiques – le format 35 mm de ce même film. L'occasion a également été marquée par une session de questions-réponses avec la star de *Gigi* en personne, Leslie Caron, aujourd'hui âgée de 87 ans, invitée d'honneur présente à la première du film !

Dans la perspective des célébrations du soixantième anniversaire, nous avons conçu un vaste projet de remise à neuf à l'été 2018. Ainsi, le café au rez-de-chaussée a été entièrement rénové, l'espace bar et les fauteuils des trois salles ont été modernisés.

Si le Curzon Soho est avant tout un cinéma, c'est aussi un foyer créatif d'art cinématographique. C'est un lieu où l'on encourage les gens à se retrouver, à discuter et à enrichir leurs connaissances sur le cinéma. Ici, les spectateurs se sentent comme chez eux : on peut y déguster un café tout en observant l'animation des rues alentour et en débattant avec des amis comme c'est le cas avec le réalisateur à l'une des sessions de questions-réponses. Le nouveau design du café est à la fois simple et moderne, tout comme le menu qui privilégie les snacks légers uniquement à base de produits frais et sains. Tous les soirs de la semaine, le café décontracté se transforme tout naturellement en bar d'ambiance bourdonnant.

L'établissement est situé sur la très animée Shaftesbury Avenue, au cœur de West End et est aisément reconnaissable à son logo Curzon au néon lumineux et son panneau d'affichage emblématique. La vitrine de Soho offre aux distributeurs de films un lieu de choix pour faire leur publicité en plein centre de Londres. En travaillant avec ceux dont les films se succèdent dans la programmation, l'établissement incite à une réflexion créative dont l'impact est réel à la fois sur les publics et sur la communauté cinématographique du quartier.

La programmation fait la part belle au cinéma indépendant, d'art et d'essai et aux films en langue étrangère. À l'heure où nous écrivons, les spectateurs ont le choix entre *Everybody Knows* de Asghar Farhadi, *Girl*, premier long métrage très remarqué du réalisateur belge Lukas Dhont et l'éclectique *Border* « Il faut le voir pour le croire », ainsi que des films favoris dans la course aux récompenses de début d'année tels que *La Favorite* et *Can You Ever Forgive Me?*

Réputé pour ses festivals globaux, le Curzon Soho est un établissement de premier plan à la fois pour le festival du film et le festival du court métrage de Londres, mais aussi pour de plus petits événements du

monde entier, parmi lesquels le festival du cinéma roumain, le festival du cinéma de Taïwan ou encore le Open City Documentary Festival et bien plus encore. La programmation et la réputation du cinéma permettent à celui-ci de s'assurer de la visite de grosses pointures dans le cadre des sessions de questions-réponses ; ainsi, ces derniers mois, Richard E. Grant a discuté de son interprétation nominée pour plusieurs Oscars dans *Can You Ever Forgive Me?* et le réalisateur oscarisé Alfonso Cuarón a présenté le magnifique film *Roma*. Des événements ponctuels saisissent également des moments culturels en temps réel tels que la production de DOCDAYS qui présentera prochainement : *1000 Londoners* ou encore *Goodbye Europe*.

Des séances spéciales, des sessions de questions-réponses et des événements uniques en direct alternent avec des films au long cours dans la programmation. *La Favorite*, mentionnée précédemment, est sortie au Royaume-Uni début janvier et était toujours diffusée douze semaines plus tard. Mais l'exemple le plus révélateur du dynamisme du Curzon Soho - l'endroit où il faut voir un film -, reste cependant *Call Me By Your Name* de Luca Guadagnino qui est resté à l'affiche pendant six mois, d'octobre 2017 à avril 2018.

Pour les raisons évoquées auparavant et pour beaucoup d'autres encore, le Curzon Soho possède un public régulier et très fidèle. Cependant, n'étant pas du genre à s'endormir sur ses lauriers, le cinéma s'efforce aussi inlassablement d'attirer une nouvelle génération de cinéphiles. Le « Filmmakers Club » hebdomadaire du Curzon offre à tous ceux qui travaillent dans l'industrie cinématographique l'occasion rare de voir toutes les semaines des films indépendants récents à un prix réduit et les visiteurs sont encouragés à se retrouver et à travailler en réseau avec leurs pairs dans les autres espaces du cinéma.

La carte de membre étudiant du Curzon, lancée en 2017, permet aux étudiants d'obtenir des réductions sur des tickets aux heures de pointe, des prix spéciaux aux heures creuses, l'accès aux avant-premières et aux événements spéciaux, ainsi qu'une période d'essai gratuit à l'offre « Curzon12 » du service de vidéo à la demande Curzon Home Cinema. Des milliers d'étudiants ont souscrit à l'offre et ont pu profiter d'une énorme variété de films indépendants, avec entre autres *Call Me By Your Name*, *Une affaire de famille*, *Cold War* et *Roma*, parmi les films figurant dans le top dix des films les plus regardés de ces douze derniers mois. Nos membres étudiants ont également pu apprécier les avant-premières « first look » de films qui sortiront prochainement au Curzon, soit des mois avant leur sortie dans les cinémas et à la demande.

Le Curzon Soho relève un certain nombre de défis comme doivent le faire tous les exploitants sur le marché moderne, mais nous sommes convaincus que c'est l'un des établissements soutenant le plus activement les films indépendants et le cinéma événementiel. Ajoutons à cela l'histoire de l'établissement, son importance au panthéon des cinémas vénérés de West End, son public de fidèles cinéphiles et sa volonté de s'adapter aux bouleversements de notre époque, autant de facteurs qui lui permettront de conserver son importance pour le spectre du cinéma britannique indépendant pendant les soixante prochaines années.

Lee Shelton, Directeur du Marketing Digital

Spotlight Seville Lab

Cinema Middelburg, Pays-Bas

« Le film préféré de... »

« Simon, est-ce que tu choisis personnellement chacun des films que tu montres ? » Voilà une des questions qu'on me pose le plus souvent. « *Bien sûr* », je réponds. « *Mais comment fais-tu ?* », est en général la deuxième question. En tant que directeur du Cinema Middelburg, la programmation fait partie de mes principales attributions et c'est la raison pour laquelle je suis à l'affût des développements cinématographiques et que je sais tout des nouvelles sorties de films. « Mais comment est-ce que ça fonctionne ? » Je me rends à de nombreux festivals et salons industriels, je regarde les screeners et suis en contact étroit avec les distributeurs ; et puis, je lis des tas de trucs sur le cinéma en général. À chaque fois que je raconte aux gens comment je travaille, je prends conscience que choisir tous ces films moi-même n'est pas forcément la règle. Le cinéma est indépendant et n'appartient pas à une chaîne ou une quelconque organisation. Cependant, nous voulons honorer la mission que nous nous sommes fixée : proposer le meilleur programme de films d'art et d'essai et le rendre le plus accessible possible à ceux qui vivent ici.

C'est un véritable défi de programmer le bon film d'auteur, documentaire, classique ou film pour enfants, au bon moment et pour le bon public. Pour couronner le tout, nous avons à cœur de créer des campagnes de marketing originales afin de générer une publicité supplémentaire pour le programme. J'adore choisir nos films et cela m'a permis de comprendre combien ce devait être passionnant pour notre public d'opter pour un film ou un autre. C'est ainsi que j'ai développé l'idée de notre initiative «The Film Choice by...» en demandant à toutes sortes de gens formidables que je rencontrais au quotidien dans la ville de choisir leur film préféré et de le présenter au public au Cinema Middelburg. Car qui pourrait être un meilleur ambassadeur du Cinema Middelburg que quelqu'un qui présente le film de son choix ? Les gens sont flattés et savourent leur quart d'heure de gloire. Les soirées sont informelles et joyeuses parce qu'une grande partie du public se connaît et de nombreux amis de l'orateur s'y sont donné rendez-vous. La programmation du film est rendue plus personnelle et change de notre série régulière de films à l'affiche. Nos invités nous permettent d'attirer certaines communautés très spécifiques de la ville parce que chacun d'eux amène avec lui son propre cercle de connaissances. Mon tout premier invité a été Koos Schouwenaar, alors maire de Middelbourg. Pendant sa présentation, il a imité le lion de MGM avec ses bras. Il avait choisi *Chacal*, un film qu'il avait vu à l'époque où il servait sur un porte-avions. « Au final, un très bon moment ». Parmi les autres invités, il y a eu mon entraîneur de course, Johan Antheunisse, qui avait choisi *Heart of Gold* en hommage à Neil Young et l'époque Flower Power ; l'organiste Bram de Wolff avait opté pour un documentaire musical sur le spécialiste de Bach Ton Koopman ; mon ancien propriétaire, Ton Kienhuis, un sportif accompli, s'était décidé pour *Presque centenaire et athlète* ; Elisabeth Steinmeijer, le proviseur de mes enfants, a souhaité présenter *Le Festin de Babette* ; Barbara Voit, une amie qui envisageait d'émigrer en Italie, a opté pour *Italy: Love It, or Leave It* ; et Eva Duijvelaar, qui avait vécu un temps en Nouvelle-Zélande, avait apporté un film importé sur la culture Maori intitulé *This Way of Life*.

La plupart des invités parviennent à imposer leur premier choix, mais il arrive aussi que ce ne soit pas possible en raison des droits cinématographiques ou parce que le film n'est pas disponible en DCP. Lorsque c'est le cas, nous prenons leur second, troisième, quatrième ou même neuvième choix, comme cela a été le cas avec *Cheval de guerre*, choisi par le journaliste Jan van Damme. L'un des derniers films en 35 mm présentés a été *Playtime* de Jacques Tati qui avait été retenu par l'artiste Mark van der Graaff. Il a proposé au public de regarder les traces de pas dans le film. Nos *Favourite Film Nights* nous aident aussi à toucher un public plus moderne car nous nous efforçons d'inviter également des jeunes. Le réalisateur Aron Ludikhuijze avait choisi *Interstellar* qui, pour lui, a valeur d'inspiration. Grâce à sa présentation, le public a ressenti ce film d'une tout autre manière.

Tout le monde apprécie beaucoup ces soirées et je suis heureux d'avoir la possibilité de partager le Cinema Middelburg avec autant de gens formidables, sans compter que les films nous permettent de devenir un fantastique rendez-vous culturel. Je suis fier de trouver sans cesse de nouveaux moyens d'impliquer les gens par le biais d'événements spéciaux tels que les cours de cinéma, les festivals cinématographiques pour les étudiants, les présentations par des réalisateurs régionaux, sans oublier nos fameux « tasty screenings », des combinaisons de film et repas que nous organisons en collaboration étroite avec nos collègues du café voisin. Je suis aussi reconnaissant de pouvoir coopérer avec nos confrères des autres cinémas de la région ; ainsi, nous avons mis en place un réseau à petite échelle qui s'intègre dans le grand réseau d'Europa Cinemas. Le fait que nous ayons pu rencontrer des collègues aux Innovation Labs nous a permis de nouer des contacts inestimables et d'enrichir nos connaissances. Et puis, c'est vraiment agréable de pouvoir présenter son propre cinéma à des collègues étrangers et d'analyser les choses ensemble depuis une toute nouvelle perspective.

2018 a été une année particulièrement festive pour le Cinema Middelburg. Le 21 juin, les fans du *Big Lebowski* ont débarqué au cinéma pour célébrer le cinquième anniversaire du Cinema Middelburg à son emplacement actuel en sirotant des Russes blancs. Nous sommes fiers de disposer de ce cinéma confortable et chaleureux dans le bâtiment monumental Kloveniersdoelen (1607) qui était un ancien hôpital militaire. Il reste de nombreux et beaux vestiges d'un authentique plafond à poutres apparentes et 91 magnifiques fauteuils ergonomiques. En outre, l'équipement en coulisses est des plus modernes. Plus tard cette même année, le 11 septembre, nous avons accueilli notre 100 000^{ème} visiteur - une étape importante !

Grâce à une équipe passionnée de bénévoles, le Cinema Middelburg s'est développé et a pris une importance qui n'a cessé de croître au cours de ces dernières années. Nous avons des défis à relever, tels qu'une énorme charge de travail répartie au sein d'une très petite équipe professionnelle, et le casse-tête de la tranche d'âge entre dix et quinze ans que nous voulons également toucher. À cela s'ajoute le problème d'attirer un public pendant les mois d'été où il fait extrêmement chaud. Alors, comment ça continue ? Cette année, nous ouvrirons un deuxième cinéma dans la petite annexe. Un mini cinéma avec quinze places, c'est un nouveau défi et pas des moindres grâce auquel nous voulons réaliser de nouveaux rêves.

Simon Blaas, Directeur

Spotlight Sofia Lab

Kommunales Kino, Pforzheim , Allemagne

« It's a good mix ! » - Un bon mélange !

En 2018, le Kommunales Kino Pforzheim a remporté le prix *Lotte-Eisner*, emblématique récompense cinématographique décernée par l'association des cinémathèques allemandes pour son « formidable travail de programmation, référence en la matière, et permet un débat enthousiaste et critique sur l'histoire du cinéma et de ses formes de présentation. Ainsi, pendant de nombreuses années, le lauréat est parvenu à faire vivre le cinéma en le transformant en un espace social de rencontre et un lieu d'art cinématographique dans une ville qui connaît de multiples défis politiques. » (*Jury du prix Lotte-Eisner 2018*)

Même si le nom suggère quelque chose d'autre, le *Kommunales Kino* de Pforzheim n'est pas une institution municipale. Le cinéma non commercial, qui appartient à une association cinématographique, s'il est subventionné par la municipalité, doit gagner environ 85 % de son budget. Après sa fondation en 1984, comme société cinématographique informelle au fond d'un bar, l'établissement a déménagé dans le sous-sol d'un vieux cinéma en 1986, avant d'être rebaptisé en Kommunales Kino Pforzheim en 2003.

Aujourd'hui situé dans un bâtiment attractif du centre-ville, à proximité de la gare centrale, il est également proche d'un parc souvent mis à profit pour les séances et événements de plein air. Avec son écran unique et ses 106 places, il fait de son mieux pour toucher un public sept jours par semaine. On compte quelque 1 300 séances par an pour environ 33 000 spectateurs. En été, deux grands cinémas de plein air et un cinéma mobile toute l'année attirent 13 000 personnes de plus. Tout cela est organisé par un très petit groupe de trois employés permanents largement aidés par des membres du personnel temporaire, des stagiaires et des bénévoles.

La majorité du public a vieilli avec le cinéma : les jeunes rebelles de jadis, aux cheveux gris et d'âge mûr aujourd'hui, constituent toujours plus de 60 % de notre public fidèle. Pendant toutes ces années, la ville a beaucoup changé : c'était autrefois une cité bourgeoise et prospère, employant des milliers de personnes dans la bijouterie et les industries de l'or et de l'horlogerie depuis de nombreuses décennies. Après une grave crise dans les années 90, le taux de chômage a bondi, et aujourd'hui, plus de 50 % de la population a des origines étrangères.

Consciente que pleurer sur le passé ne fera pas avancer les choses, et sous la houlette de Christine Müh, notre équipe s'est efforcée de cibler et toucher de nouveaux publics : les étudiants de l'université renommée d'arts appliqués, les enfants des écoles, mais aussi la majorité de la population originaire de plus de 147 pays différents. Ainsi, le cinéma prend grandement en compte la structure démographique de la ville et propose un certain nombre de programmes organisés par et avec les communautés de migrants.

L'un des premiers programmes s'intitule *Pforzheim – Die Mischung macht's (Pforzheim – Un bon mélange !)*. Il s'agit d'un projet socioculturel d'excursions filmiques dans une ville multinationale.

L'essentiel de cette série d'événements a lieu entre juillet et septembre et est consacré à des études de caractères de personnes de toutes origines par de jeunes réalisateurs régionaux. Les films traitent de vastes sujets pouvant intéresser tout le monde : l'amour, la famille, le foyer, le travail, l'amitié, la religion et la tradition.

Présentés au cinéma, ces courts métrages contribuent à montrer des exemples d'intégration réussie, ainsi qu'un large éventail de convictions ethniques et religieuses. Grâce à ces projections, le projet espère devenir lui-même une partie intégrante de l'intégration vécue : les films sont suivis de discussions entre les réalisateurs et les protagonistes sur les facteurs qui leur permettent de s'assimiler dans la communauté urbaine et les choses qu'ils ont apprises les uns des autres.

Tous les participants à ce projet mènent ensuite des amis, des parents ou d'autres membres de leur communauté au cinéma. Autre élément important de notre recette secrète pour faciliter une vraie intégration : le partage informel de spécialités « maison », de la musique et de la danse dans le parc. Nous en sommes à la troisième édition de *Pforzheim – Die Mischung macht's* ; ces séances continuent d'être un grand succès et affichent presque toujours complet. Après les événements, nous remettons une version DVD aux écoles et bibliothèques à des fins pédagogiques.

Cette année, à court d'argent pour poursuivre le projet sous sa forme originale, le cinéma tente de refaire surface avec deux programmes mensuels organisés par et pour les réfugiés – l'un pour les adultes et l'autre pour les enfants et leurs familles.

Le label *Kino verbindet – Le cinéma rapproche* a été lancé par AG Kino, l'association allemande chapeautant les cinémas d'art et d'essai, et s'est poursuivi à Pforzheim, même après la fin du financement. Le *Kommunales Kino* s'efforce d'être un cinéma s'adressant à tous les habitants de la ville pour relever les défis de l'avenir et créer un esprit de communauté discursif et immersif, d'abord dans sa salle, mais aussi au-delà.

Christine Müh, Directrice et Programmatrice

Prix à l'Innovation Europa Cinemas

BUDA Kunstencentrum, Courtrai, Belgique

BUDA a été fondé en 2006, au cœur de Courtrai, petite ville vivante et innovante qui compte 76 000 habitants de 131 nationalités et se situe à proximité de la frontière française et de la partie francophone de la Belgique.

Le centre culturel propose, outre un vaste espace de travail pour les artistes de la scène (90 résidences par an) et trois festivals de performance, un cinéma de trois écrans qui tourne à 50 projections par semaine, dont la majorité consacrée à de nouveaux films. La programmation est complétée par des projections à l'école, des programmes pour enfants, des films de genre, un cinéma décalé, des commémorations intéressantes, des classiques restaurés et de nombreux événements spéciaux.

Il rassemble entre 45 000 et 50 000 amateurs de cinéma par an et environ 15 000 spectateurs pour les spectacles et autres activités.

En 2018, la direction a défini de nouveaux objectifs généraux pour BUDA: mettre davantage l'accent sur le jeune public, la diversité culturelle et sociale et la participation. Nous l'avons fait parce que nous avons été choqués d'apprendre que, dans une ville aussi riche que Courtrai, plus de 11 000 personnes, dont des enfants, vivent dans la pauvreté. L'équipe a ressenti le besoin d'agir. L'objectif est de tendre la main à ces personnes et de leur proposer des loisirs de qualité et abordables, de lever certains des principaux obstacles, tels que la solitude, l'analphabétisme, le manque de familiarité et d'offrir des possibilités de réflexion, de respect et de connexion. Nous croyons fermement que tout le monde devrait avoir la possibilité de participer à des activités culturelles et d'explorer leurs talents et intérêts.

Ainsi, nous avons développé un ensemble d'actions et décidé de nous concentrer sur un groupe cible spécifique: les enfants et les jeunes en position de vulnérabilité sociale. Ce groupe cible a permis à BUDA de travailler simultanément dans trois domaines d'intervention.

Nous avons lancé un club de cinéma - CineMATEs - destiné aux jeunes de 15 à 21 ans, dont certains ont été recrutés par un foyer. L'objectif est de donner aux jeunes qui n'ont jamais encore visité BUDA, une plate-forme sur laquelle s'exprimer, par le biais du médium qu'est le cinéma. Ils se rencontrent régulièrement pour créer - en compagnie d'un animateur du BUDA - leurs propres événements cinématographiques, en mettant également en place la communication, des conférences d'introduction et quelques bonus cools. Ce faisant, ils développent également leurs compétences organisationnelles, leur créativité, leur respect, leur patience et le sens des responsabilités.

Nous avons également mis au point des stages de tournage pour les enfants vulnérables du point de vue social (âgés de 10 à 14 ans), qui explorent le cinéma de façon ludique (du langage visuel aux genres en passant par la musique de film). Ils finissent par devenir des "membres de l'équipe" à part entière pour leurs propres courts métrages et deviennent des "experts en cinéma", le tout se concluant par une grande soirée de clôture pour la famille et les amis. Ils apprennent à travailler ensemble, à nouer de nouveaux contacts et à réfléchir

- à travers l'écriture de scénarios - à leur propre vie et à leur identité. La conception de ces camps de films renforce également l'expertise de BUDA en matière d'éducation à l'image et nous permet de former un nouveau groupe de volontaires qui deviendront des leaders en éducation.

Pour ces programmes éducatifs et / ou participatifs, nous avons revu notre environnement pour le rendre convivial et accueillant pour les jeunes publics, avec de nouveaux meubles optimisés pour que les enfants puissent travailler, dessiner, concevoir, créer et réaliser des films en stop motion.

En 2018, BUDA est devenu partenaire pour aider à l'insertion des nouveaux jeunes arrivants (12-18 ans) à Courtrai. Au programme, dix partenaires ROOTS de différents domaines et disciplines invitent 150 jeunes - principalement des réfugiés politiques ou économiques - à découvrir les programmes culturels de Courtrai et leurs propres besoins culturels afin de développer leur propre identité. À travers huit ateliers et une semaine de travail intense, ils apprennent à connaître les possibilités artistiques de Courtrai. BUDA était heureux d'organiser la soirée de clôture pour deux raisons: d'autres organisations, culturelles ou non, ont eu la chance de (re) découvrir notre programme, et les élèves et leurs familles ont appris à connaître le bâtiment, notre équipe et ce que nous représentons.

Enfin, nous essayons de surmonter les obstacles financiers. Les personnes financièrement démunies sont admises à toutes les activités de BUDA à un «taux social» de 20% du prix du billet normal, grâce au OUPass. Les 80% restants sont couverts par BUDA (40%) et la ville de Courtrai (40%). BUDA semble être l'une des institutions les plus visitées pour les tarifs sociaux par OUPass. Cela signifie que nous parvenons à accueillir de plus en plus de personnes en situation de précarité. En 2018, nous avons enregistré une augmentation de 18,5% des visiteurs de ce groupe cible et de 50% des enfants de cette couche sociale. Cela fait plaisir, mais cela nous inquiète également: plus le succès d'OUPass est grand, plus les dépenses qui doivent être couvertes par BUDA sont importantes. Nous prévoyons maintenant de créer un fonds social pour cofinancer ces initiatives en faveur des personnes en situation de pauvreté. Nous allons rechercher un sponsor majeur, dix sponsors plus petits et 100 fans de BUDA pour soutenir ce travail.

Néanmoins, le Prix à l'innovation Europa Cinemas 2019 nous encourage définitivement à continuer d'investir dans le domaine des soins, du bien-être et de la pauvreté. C'est un domaine où BUDA n'avait jamais travaillé auparavant, mais nous développer dans ce sens nous semble utile. Nous continuerons à utiliser l'art cinématographique pour lutter contre les inégalités et les déséquilibres démographiques en créant des activités et des stratégies pour les moins favorisés. Dans un avenir proche, par le biais du Fonds de soutien, en formant les jeunes ambassadeurs de BUDA, en organisant un atelier de cinéma mobile pour plonger dans certains quartiers et en créant un club culturel pour les nouveaux habitants de la ville. Nous continuerons d'essayer d'atteindre - haut et fort - toutes les personnes qui pourraient être intéressées par nos activités culturelles mais qui se heurtent à des obstacles socio-économiques, en leur donnant la possibilité de participer activement dans un environnement qui leur apporte un sentiment de sécurité.

Kristof Jonckheere, Directeur Général

Label Europa Cinemas

A la Quinzaine des Réalisateurs 2019

Créé en 2003, le label Europa Cinemas a pour objectif d'améliorer la promotion, la diffusion et les résultats des films européens primés sur les écrans des cinémas du réseau à travers l'Europe.

Faites connaissance avec les quatre exploitants du réseau qui attribueront le 17ème label Europa Cinemas au meilleur film européen de la Quinzaine des réalisateurs.

28 TIMES CINEMA

10ème anniversaire!

Co-organisée avec le Prix LUX du Parlement européen et Giornate degli Autori, cette initiative invite 28 jeunes cinéphiles européens au prochain festival du film de Venise (du 28 août au 7 septembre 2019). Pour la 10ème année consécutive, 28 cinéphiles sélectionnés parmi le public des membres du réseau Europa Cinemas, feront partie du jury officiel du Giornate degli Autori, qui décernera un prix de 20 000 euros à un film de cette compétition. Ils participeront également à des ateliers et à des débats avec des professionnels de l'industrie audiovisuelle et des membres de la commission de la culture et de l'éducation du Parlement européen. De plus, ils partageront leur expérience et leur passion pour le cinéma sur le site Web et les réseaux sociaux d'Europa Cinemas. Étant donné que 28 Times Cinema fait partie du projet LUX Film Prize, les 28 jurés représentant chacun l'un des 28 États membres de l'Union Européenne assisteront également à la projection des trois films en compétition pour ce label soutenant chaque année des productions cinématographiques européennes. Après Venise, ils seront les ambassadeurs du Prix LUX lors des événements organisés dans leur pays et ils feront la promotion des films européens sélectionnés pour le Prix LUX du Parlement européen.

Label Europa Cinemas - Berlinale 2019 :

Stitches de Miroslav Terzic

«Ce film est un bel exemple de la puissance de l'art du film. Grande réalisation, cinématographie, scénario, montage et performances supérieures. Le film est basé sur de vrais événements et montre qu'il ya beaucoup d'injustices dans le monde, mais en croyant en vous-même et en vos émotions, vous pouvez briser les murs. L'histoire est déchirante. Une fois que vous avez vu ce film, il ne vous laisse pas partir. Que feriez-vous si cela vous arrivait? Le courage de la mère de ce film est vraiment extraordinaire ».

Jury du Label Europa Cinemas, Berlinale 2019