



12ème Conférence Annuelle Europa Cinemas

**Bucarest
15-18 novembre 2007**

Compte rendu des interventions

(Avec la collaboration de Pierre Eisenreich)

Avec 1 703 écrans répartis dans 44 pays,
Europa Cinemas est le premier réseau international de salles de cinéma
pour la distribution et l'exploitation
des films européens et méditerranéens.

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

Vendredi 16 Novembre 2007

INAUGURATION DE LA CONFÉRENCE

Donato Chiarini (Chef de la Représentation de la Commission Européenne en Roumanie)

Eugen Serbanescu (Directeur Général, Centrul National al Cinematografiei, Roumanie)

Costas Daskalakis (Agence Exécutive Programme MEDIA, Commission Européenne)

Claude Miller (Réalisateur, Président Europa Cinemas)

Claude-Eric Poiroux (Directeur Général, Europa Cinemas)

Donato Chiarini :

La Conférence Europa Cinemas se déroule en cette année 2007 à Bucarest. Elle rend hommage à la Roumanie, nouveau pays membre de l'Union Européenne, et à une nouvelle cinématographie qui jouit d'une reconnaissance internationale désormais incontestable. La Roumanie bénéficie ainsi d'une attention particulière de la part du programme MEDIA.

Bien que la production roumaine jouisse d'une croissance significative, la situation du parc de salles demeure préoccupante. Le nombre d'écrans est trop faible sur le territoire pour accueillir ne serait-ce que la cinématographie nationale. Le programme PHARE doit remédier à ce déclin en incitant les exploitants à rénover et à ouvrir de nouvelles salles qui programmeront des films européens et roumains.

La 12^e Conférence Europa Cinemas invite exploitants et distributeurs à trouver de nouvelles voies pour affronter la concurrence des nouveaux supports de diffusion, tels que la télévision numérique, le téléphone mobile, le DVD, la VOD et bien sûr l'évolution vers la projection numérique.

La technologie numérique présente de nombreux avantages pour faciliter la circulation des copies, mais demande un effort d'investissement qui ne doit pas pénaliser ceux qui se sont engagés en faveur du cinéma européen. La Roumanie pourrait saisir l'occasion de la rénovation de ses salles pour basculer directement dans le numérique.

Eugen Serbanescu :

La reconnaissance européenne et internationale dont bénéficie aujourd'hui la cinématographie roumaine, passe d'abord par les festivals, mais doit surtout être le fruit des salles. Le réseau Europa Cinemas compte aujourd'hui 9 salles en Roumanie réparties dans 6 villes. Avec l'entrée de la Roumanie dans l'Union européenne, il est nécessaire que le programme MEDIA fasse en sorte que d'autres salles roumaines entrent au sein du réseau Europa Cinemas. Cette conférence va permettre aux exploitants de continuer de défendre la position première de la salle – lieu de découverte des films - et devrait profiter aux professionnels roumains pour développer leur cinématographie.

Costas Daskalakis :

Sans aller jusqu'à dire qu'Europa Cinemas est le meilleur projet du programme MEDIA, soulignons qu'il en est indéniablement l'un des plus efficaces : la part de marché des films européens non nationaux au sein du réseau s'élève à 36%, contre 8,5% pour le marché européen. C'est dire l'importance de ces salles pour bon nombre de productions européennes, et donc roumaines, qui sans elles n'auraient pas de contact avec le public.

Concernant la projection numérique, je le confirmerai plus tard : la Commission n'a pas l'intention de financer l'équipement des salles. Cependant, plusieurs programmes, dont Europa Cinemas, sont soutenus par MEDIA pour aider la diffusion des films en numérique.

Claude Miller :

Bucarest a été choisie afin d'accueillir la 12^e Conférence Europa Cinemas pour deux bonnes raisons. Il s'agit de marquer l'entrée de la Roumanie dans l'Union Européenne et le programme MEDIA. La Conférence veut aussi rendre hommage aux réalisateurs de ce pays et à l'émergence d'une nouvelle vague qui gagne les prix les plus prestigieux dans les festivals internationaux. Leurs films sont programmés désormais dans les salles et particulièrement dans celles du réseau Europa Cinemas. De plus, cette Conférence accueille aujourd'hui plus de 400 participants, ce qui est très encourageant.

Je voudrais saluer les exploitants du réseau, pour leurs efforts et leurs résultats. Ils réussissent à attirer un public de plus en plus nombreux et constituent une force économique déterminante. Avec le soutien des programmes MEDIA et Eurimages et du Ministère français des Affaires étrangères et européennes, nous avons constitué le seul réseau capable de s'engager pour l'avenir du cinéma européen en salles. En mutualisant nos moyens et nos expériences, ce réseau a réussi année après année à accueillir de nouveaux pays, notamment d'Europe centrale et orientale. C'est au tour des professionnels roumains d'en tirer maintenant les fruits afin que le parc de salles dans ce pays soit considérablement agrandi et rénové.

Cette Conférence va permettre de penser à l'avenir du réseau au moment où nous devons mobiliser avec le programme MEDIA le maximum de moyens pour assurer une répartition équilibrée des salles dans la nouvelle géographie européenne.

Vous l'avez compris, il est crucial que les exploitants d'Europa Cinemas affichent leur dynamisme afin d'inciter l'Europe à continuer de s'engager à leurs côtés.

Claude-Éric Poiroux :

Au-delà de ses résultats en termes économiques pour la diffusion des films européens, le réseau Europa Cinemas doit, plus que jamais, affirmer la dimension culturelle de son action. Cette Conférence va y contribuer en abordant deux thèmes complémentaires : le numérique, qui ne se réduit pas à une simple question technique, et l'avenir de la salle, qui entraîne une réflexion plus sociologique sur les pratiques des nouvelles générations de spectateurs.

Le numérique n'est pas seulement une nouvelle technologie à maîtriser, c'est surtout une belle opportunité pour faire mieux circuler les œuvres. C'est la raison pour laquelle nous allons continuer, comme les années précédentes, à lui donner une place importante dans nos débats.

Nous devons reconnaître que la situation n'a pas énormément évolué depuis l'année dernière. Le nombre de salles équipées progresse lentement sans coup d'éclat ni effet d'annonce. Quelques avancées en terme de standard technique, en particulier l'adoption du 2K, mais toujours pas de vrai modèle économique à la mesure du secteur.

Qu'avons-nous appris depuis un an ?

Le "UK Film Council" arrive au terme de son programme d'équipement de 250 salles. Qu'est-ce qui a été modifié dans la distribution de films « spécialisés » et qu'en est-il de l'équipement des autres salles de ce pays ?

De-ci de-là, en Europe, quelques réseaux de multiplexes équipent 2 ou 3 écrans par établissement. Quelques distributeurs commencent à offrir les films en 35 et en numérique. Quant aux expériences au quotidien des salles équipées, elles nous apportent la preuve que tout n'est pas encore résolu, notamment en terme d'interopérabilité des équipements et des matériels. Mais surtout rien n'est vraiment négocié dans les transferts d'investissement entre distributeurs et exploitants, même si le Virtual Print fee reste à ce jour le modèle le plus

pratiqué aux Etats Unis avec ou sans tiers investisseur. Ce modèle est loin d'être adopté et adapté sur l'ensemble de l'Europe, ce qui explique sans doute le retard pris par le numérique sur notre continent.

Ces 2 journées nous permettront de préciser toutes ces questions mais également de réfléchir au positionnement de nos salles et à la place des films européens dans cette nouvelle économie. Les salles du réseau, majoritairement indépendantes, ne doivent être ni pénalisées ni marginalisées dans cette transition vers le numérique. Elles doivent inventer et imposer un modèle économique qui leur convienne sans devoir obligatoirement se plier aux grandes stratégies qui vont se mettre en place avec les majors, notamment américaines. Quant à la programmation, la force spécifique de nos salles, elle doit profiter des avantages du numérique pour mieux se diversifier mais refuser toute tentative de concentration et de standardisation. Nous devons y réfléchir à l'échelle européenne mais nous allons être amenés à intervenir dans des débats à l'échelon national, où beaucoup de choses vont se décider en termes d'équipement et de programmation.

L'autre question que nous avons choisi d'aborder pour la première fois – l'avenir de la salle de cinéma - nous paraît s'imposer dans un contexte de concurrence accrue des nouveaux moyens de diffusion : comment nos salles peuvent-elles gagner au moment même où les images se dispersent sur une multiplicité de supports concurrents ? Le public doit mieux percevoir la salle comme le lieu propre du cinéma et le premier marché du film : nous ne sommes pas des robinets à images mais nous montrons des œuvres dans leur intégrité et dans les meilleures conditions d'exposition. Nous ne devons pas nous laisser prendre de vitesse par l'Internet et par les nouvelles technologies. Au contraire, nous devons trouver là les moyens supplémentaires d'attirer et de renouveler le public vers nos salles et nos films. Nous n'ignorons pas que le nouveau bouche à oreille, c'est aussi l'Internet.

Je vous invite donc à mettre à profit ces deux journées pour échanger vos expériences et définir les perspectives de notre action, en soulignant bien que le bénéfice de notre réseau réside avant tout, comme l'a dit Claude Miller, dans notre capacité à afficher notre unité et à mutualiser nos moyens.

SESSION I – QUEL AVENIR POUR LES SALLES DE CINÉMA A L'ÈRE DES NOUVELLES TECHNOLOGIES ?

- Les nouveaux modes de consommation d'images vont-ils altérer la relation du public avec la salle ?
- Les nouvelles technologies transforment-elles le regard des jeunes sur le cinéma et leurs pratiques de spectateurs ?
- Quel est l'impact économique de la piraterie sur la fréquentation en salles ?
- Cinéma numérique et services en lignes : vers une standardisation ou une diversification de l'offre ?
- Comment les salles indépendantes peuvent-elle utiliser l'Internet pour conquérir et fidéliser de nouveaux publics ?

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

Cristi Puiu (Réalisateur, Roumanie)

Jeroen Boschma (Fondateur et Directeur Création, Keesie, Pays-Bas)

Pascal Rogard (Directeur Général de la SACD, France)

Stefan Paul (Exploitant/Distributeur, Passage Kinos/Arsenal Filmverleih, Allemagne)

Marie Bloomfield (Analyste, Screen Digest, Royaume-Uni)

Enrique Gonzales Macho (Exploitant/Distributeur, Renoir Cinemas/Alta Films, Espagne)

Antonio Salvadori (Exploitant, Circuito Cinema, Italie)

Penny Watson (Directrice de projet Myfilms.com, Sledge, UK)

[Pour des raisons techniques, l'intervention de Stefan Paul n'a pas pu être enregistrée et incluse à ce compte rendu. Nous vous prions de nous en excuser.]

Cristi Puiu :

En Roumanie, les cinéastes nationaux sont confrontés à la désertion des salles par le public. Dès lors, il est difficile de penser la création d'un film spécifiquement pour la salle de cinéma. L'audience des productions roumaines est aujourd'hui d'abord internationale, à travers les festivals et les programmations dans des salles européennes, qui attirent un plus grand nombre de spectateurs qu'en Roumanie. Face aux difficultés pour rencontrer le public roumain, nous devons accepter la possibilité de réaliser des films pour des spectateurs qui se trouveront autant dans les salles que chez eux, devant leur écran de télévision ou leur ordinateur. Cela peut paraître provocant de l'exposer ainsi devant un auditoire d'exploitants, mais un cinéaste a le devoir de créer pour le public le plus large possible et doit dépasser la crise de l'exploitation qu'il connaît dans son pays. Bien sûr, il appréciera et soutiendra toujours le rôle premier de la salle de cinéma. Mais que faire, en attendant, si le parc de salles est quasi inexistant ? Avant d'être cinéaste, j'ai débuté en tant qu'artiste peintre et je connais bien l'importance, d'un point de vue plastique, que revêt le grand écran, de la même façon qu'on doit choisir la bonne taille de la toile sur laquelle on va peindre.

Jeroen Boschma :

Les spectateurs adolescents européens d'aujourd'hui représentent une génération bien spécifique que l'on a baptisé *Generation Einstein*. Elle correspond aux personnes nées à partir de 1988. Les jeunes sont façonnés par la société de l'information, active vingt-quatre heures sur vingt-quatre, et par la société de consommation. Cette permanence est le fruit de l'apport technologique d'Internet, qui permet également à cette jeunesse d'être plus critique face à la masse des événements qu'elle reçoit. Cela concerne autant le contenu que la qualité de service car, fait nouveau par rapport à leurs prédécesseurs, les jeunes sont devenus une des principales cibles commerciales de la part des publicitaires. Confrontés aux mêmes sollicitations que les adultes, ils copient leurs comportements culturels à travers leur quête d'identité. Ceux-ci se résument à aller au cinéma, regarder en groupe des DVD, jouer. Ils cherchent également à être en harmonie avec la famille, à éprouver un sentiment du « nous ».

Du fait de la hausse des prix et pour pouvoir participer à la société de consommation, la *Generation Einstein* exerce souvent un travail d'appoint qui lui permet de dépenser plus. Mais il faut bien se rendre compte que cette facilité d'accès à l'information et aux contenus culturels a pénalisé les pratiques culturelles. Les jeunes

préfèrent rester chez eux et sortent moins au cinéma. Contrairement à leurs aînés, ils perçoivent d'abord dans la fonction technique des nouveaux médias une signification émotionnelle. Devant ces nouveaux comportements, la distribution européenne des films doit tenir compte de la maîtrise du bouche à oreille occasionnée pour les sorties, et éviter les effets d'annonce artificiels car les jeunes spectateurs sont attachés à un esprit d'authenticité. Il faut avant tout éveiller leur curiosité.

Pascal Rogard :

L'industrie cinématographique est confrontée aux mêmes problèmes de piraterie que l'industrie du disque. Les films sont téléchargés gratuitement et illégalement tout comme les morceaux de musique. Ces vols généralisés qui concernent quotidiennement plusieurs millions d'internautes ont poussé les maisons de disque à devenir des entrepreneurs de spectacles. Les concerts sont devenus un moyen d'enrayer les pertes économiques dues à la piraterie. La salle de cinéma, contrairement à l'édition DVD, et à l'instar des concerts de variétés, réussit malgré tout à se protéger de la piraterie.

Selon le rapport de Denis Olivennes, la réponse à apporter contre la piraterie des films est un système de répression graduée. Ce système fait d'abord la distinction entre deux types de délinquance : celle d'ordre professionnel qui est immédiatement passible d'une condamnation en correctionnel pour vol de copie au sein d'un laboratoire ou d'un studio de mixage, et celle qui concerne l'internaute amateur qui va télécharger dans l'illégalité plus ou moins fréquemment.

Pour ce dernier, une répression graduée est prévue, lui signifiant la première fois par mail qu'il a été repéré en train de pirater. S'il récidive, un courrier d'avertissement lui est alors adressé. Enfin, si les infractions continuent, une sanction tombe, allant de la suppression de l'abonnement à Internet à la suppression du matériel.

Pour endiguer la piraterie, il est nécessaire d'accroître la mise en ligne payante des catalogues de films, car c'est l'inaccessibilité de ces derniers qui entraîne la délinquance vers des sites qui permettent de télécharger gratuitement. Le but est de faire migrer les pirates vers des offres légales.

Marie Bloomfield :

Quel va être l'avenir des cinémas face aux nouvelles technologies ? Cette dernière étude élaborée par Screen Digest montre que, depuis dix ans, les revenus ont doublé mais que la répartition est restée la même entre les salles, la location de vidéos, l'achat de vidéos, la Vod, la télévision payante et la télévision gratuite. Pour voir des films, la qualité des installations domestiques se rapproche petit à petit de celle des salles, l'accessibilité aux films est immédiate grâce, entre autres, à la Vod, et les films peuvent être vus où l'on veut, grâce à la flexibilité et à la portabilité de ces nouvelles technologies. 80 % des télévisions vendues cette année en Europe sont HD-ready, la taille de ces écrans augmentant de manière significative. Il en va de même pour ceux équipés en Full HD. L'Europe compte aujourd'hui 19 chaînes haute-définition dédiées au cinéma.

On assiste également à une concurrence féroce entre les deux standards de DVD haute définition que sont le Blu-ray et le HD DVD. Ils représenteront à eux deux 24 % des disques optiques vendus en 2011. Ils devraient réévaluer à la hausse le tarif des DVD achetés.

La Vod est en train de connaître une percée significative qui va s'accroître dans les quatre prochaines années. L'Allemagne, la France et la Grande-Bretagne font partie des pays européens qui l'utilisent le plus. Les temps de téléchargement vont aussi être réduits, le très haut débit arrivant de plus en plus dans les foyers européens. Il est prévu qu'en 2011 les revenus de la Vod européenne soient équivalents à 1 % des revenus de la télévision payante du vieux continent, soit 450 millions d'euros.

Bien que les *home cinemas* exercent une attractivité de plus en plus grande du fait de leur côté pratique, la salle de cinéma demeure le premier lieu de découverte d'un film ainsi que celui où prend place un événement et une expérience.

Enrique Gonzales Macho :

L'année dernière, nous avons exposé les problèmes de la distribution des films dus aux autonomies en Espagne. Aujourd'hui cette particularité espagnole rencontre un autre écueil partagé par les pays européens : il s'agit de la montée en puissance des nouveaux supports, qui font concurrence à la salle de cinéma. Nous voyons se dessiner une perversion de la diffusion et de la diversité, car le nouveau contenant technologique dicte insidieusement le contenu culturel. Le nouveau standard haute définition DVD, le Blu-ray, favorise la distribution des gros films pour asseoir son marché. Ces nouveaux supports sont créés sans tenir compte de la diversité des contenus cinématographiques existants.

Antonio Salvadori :

Le réseau italien Circuito Cinema est né en 1996. Sa mission est d'offrir une programmation de films basée sur la diversité et la qualité culturelle, qui tranche avec les salles commerciales normales. À l'époque, le marché du cinéma n'offrait pas une conjoncture favorable à ce type d'entreprise culturelle, la crise étant bien installée. Au fil des années, Circuito Cinema a mis en place un rapprochement entre producteurs, distributeurs et exploitants pour améliorer la qualité de l'offre de films et ne pas se contenter de ce que le public serait susceptible d'être en attente de voir.

Se borner à satisfaire l'offre du public se résumerait à avoir une vision strictement commerciale de la distribution, qui correspond, hier comme aujourd'hui, aux effets de concentration verticale que connaît le secteur cinématographique. Avec cette vision, la salle se contente d'être un supermarché destiné à vendre des friandises et des boissons, le film n'étant plus qu'un produit d'appel.

Face au phénomène des multiplexes, Circuito Cinema, qui revendique une programmation art et essai, est confronté à la difficulté de faire vivre des cinémas à écran unique. Les unifier demeure compliqué car l'Italie présente un territoire morcelé, sans homogénéité. De plus, il est de plus en plus rare de trouver dans les centres villes des espaces pour accueillir des salles.

À l'avenir, la distribution et la production ne pourront pas se contenter, pour ce qui concerne leurs revenus, des recettes de l'exploitation en salle. D'autres filières cinématographiques doivent participer à l'économie des films art et essai. Les nouveaux supports de diffusion peuvent être une solution.

Penny Watson :

Myfilms est un site Internet britannique créé pour soutenir la diffusion des films art et essai. Il a une vocation non commerciale. L'internaute y trouve des informations sur toutes les sorties cinématographiques et les salles où sont programmés les films. Cependant Myfilms offre une exposition aux productions art et essai, une exposition aussi importante que pour les blockbusters. Le but du site est de proposer également au visiteur des œuvres qu'il n'aurait pas été voir de lui-même, en accord avec ses goûts. Myfilms a ainsi la vocation de faire découvrir les films art et essai. Il permet de faire un tri parmi les 260 films programmés dans les salles chaque semaine et fait connaître les productions les plus confidentielles. Il met également en relation les choix des Internauts pour favoriser l'idée de forum et étendre le bouche à oreille.

SESSION II - ATELIER 1 :

CINÉMA NUMÉRIQUE : COMMENT PRÉSERVER LA DIVERSITÉ DU PARC DES SALLES EN EUROPE ?

- Etat des lieux de la distribution et de la projection numériques en Europe.
- Quels modèles économiques sont-ils proposés aujourd'hui ?
- Le « Virtual Print Fee » est-il compatible avec la diversité des salles et la circulation des films en Europe ?
- Les distributeurs et exploitants indépendants ont-ils les moyens d'affronter seuls la transition vers le numérique ?
- Comment mutualiser les risques et assurer la solidarité entre tous les intervenants ?

Dirigée par **David Hancock** (Senior Analyst, Screen Digest, UK)

Kim Ludolf Koch & Thomas Pintzke (Consultants, RMC - Rinke Medien Consult, Allemagne)

Peter Buckingham (Directeur Distribution - Exploitation, UK Film Council, Royaume-Uni)

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

Chris Marcich (Vice President et Directeur Exécutif, Bureau européen - Moving Pictures Association of America, USA)

Gwendal Auffret (Directeur Exécutif - Europe Sud, Arts Alliance Media Digital Cinema, Royaume-Uni)

Jean Mizrahi (Président, Ymagis, France)

Alain Besse (Ingénieur, Commission Supérieure Technique, France)

Chris Koppelmeier (Ex-Manager German Roll Out, Allemagne)

Paul Corcoran (Directeur Général, Kino Cinemas Holding, Royaume-Uni)

Monika Weibel (Distributrice, Frenetic Films, Suisse)

Nick Varley (Distributeur, Park Circus, Royaume-Uni)

Thierry Delpit (Chef de Projet, Plateforme Numérique, CN Films, France)

David Hancock :

Aujourd'hui, le cinéma européen reconnaît la norme DCI comme celle du cinéma numérique. C'est désormais un acquis. Mais se pose désormais la question de la souplesse dans la programmation des films. Est-ce que le passage au numérique va favoriser la circulation des films ? Il faut que l'Europe s'organise pour maintenir cette diversité en équipant évidemment ses salles en numérique.

Les États-Unis ont déjà pris de l'avance par rapport au vieux continent. La projection en 3D représente aujourd'hui 21 % des écrans numériques américains. Cette option est quasi absente des salles européennes en raison de l'absence de modèle économique. Il n'y a pas, comme aux États-Unis, de Virtual Print Fee. Il est désormais temps pour les exploitants et les distributeurs européens de s'accorder sur un ou plusieurs modèles de financement, s'ils ne veulent pas que l'hégémonie hollywoodienne dicte définitivement sa loi.

Chris Marcich :

En effet, la norme DCI est aujourd'hui acceptée au niveau international. Les États-Unis comptent 5 000 écrans numériques. Leur nombre devrait doubler pour l'année 2008. La 3D représente un bel espoir pour faire revenir le public dans les salles, en particulier les adolescents.

Peter Buckingham :

La numérisation des salles ne doit pas se faire au détriment de la diversité de la distribution et il ne faut pas que les exploitants soient également pénalisés. Le réseau des indépendants d'Europa Cinemas est ainsi directement concerné. Il est nécessaire que l'exploitant européen adhère au modèle économique VPF. S'il le refuse, il s'isolera et rencontrera des problèmes quant à la liberté de sa programmation. En revanche, on ne connaît pas la réponse dans le cas d'un changement du VPF pour un autre modèle économique parce que tel film, prévu pour une petite sortie, oblige l'exploitant à prendre un autre système. Il faut aussi admettre que le VPF permet à l'exploitant d'obtenir plus facilement les films, puisqu'il participe au financement de l'équipement

numérique. Cela le sortirait du paradigme 35 mm où le distributeur se donne le droit de tout imposer parce qu'il est le seul à financer les copies.

Le UK Film Council a donné l'impression que les fonds publics seraient la solution à tout. Mais ce n'est pas le cas : ce soutien est désormais terminé.

Rolv Gjestland :

Film & Kino est un fonds pour la numérisation des salles norvégiennes qui a déjà réuni 15 millions d'euros. C'est un modèle économique sans tiers, qui prélève 2,5 % du ticket d'entrée pour financer un équipement numérique de norme DCI. Film & Kino propose à l'exploitant une enveloppe de 4 000 euros par écran et par an. Le financement de l'installation s'effectue à travers un accord entre la banque et l'exploitant. Ce projet obéit à un choix national de soutien financier dans le but de minimiser la coexistence coûteuse du 35 mm et du numérique. C'est pourquoi la transition doit être rapide. Mais il reste à trouver un modèle économique pour le secteur de la distribution et un accord entre les exploitants et les distributeurs.

Alain Besse :

Le modèle économique du financement du passage au numérique doit garantir à l'exploitant la propriété de son matériel. Il doit également, comme le fonds de soutien du CNC en France, favoriser la diversité de programmation. Avec les projecteurs 2K, qui offrent une résolution de 2048 pixels par ligne (1080), la technologie numérique fournit une qualité au moins équivalente au 35 mm. Mais je précise qu'il n'existe pas de « norme » DCI : il s'agit seulement d'un cahier de recommandations.

La technologie DLP est donc au point et le son numérique de la copie correspond directement à celui enregistré sur la console de mixage. Le projecteur 2K permet à l'exploitant de tout diffuser sur des écrans ayant un maximum de 22 mètres de base. Sony développe aujourd'hui un projecteur 4K, qui sera exploitable dans les cinq à dix années à venir.

Kim Rudolf Koch & Thomas Pintzke :

La diversité du territoire européen entraîne différentes stratégies d'équipement. Chaque pays européen a ainsi ses particularités. Il en ressort que les modèles économiques peuvent varier et être combinés. L'Europe aura ainsi recours à un VPF basé sur la facturation de la copie mais également à un Time Fee basé sur une facturation à la durée de l'exploitation numérique d'une copie. Les fonds publics peuvent représenter une solution d'appoint pour 10 % maximum de la valeur d'investissement. Il reste aussi à mettre en place un fonds qui financera la numérisation des copies. Des contrats doivent ainsi être élaborés avec les producteurs.

Gwendal Auffret :

Arts Alliance Media (AAM) est une société qui se positionne comme tiers indépendant chargé d'organiser opérationnellement la transition vers la projection numérique et de réguler la gestion du VPF entre les exploitants et les distributeurs. AAM met en œuvre une transition cohérente et efficace vers le numérique dans les salles européennes qui vise à ce qu'exploitants et distributeurs retirent tous les bénéfices de ce nouvel outil de projection. Le plan de déploiement d'AAM se base sur 7000 salles en Europe, une durée de 5 ans d'installation au maximum, et 10 ans de contribution des distributeurs via le VPF. AAM garantit pendant ce temps l'équipement, le respect des normes, l'interopérabilité et la sécurisation de l'infrastructure. Au moment du remboursement ou, au plus tard, au bout des 10 ans, la propriété de l'équipement est transférée à l'exploitant et la facturation des VPF s'arrête. Arts Alliance Media a déjà signé des contrats de long terme avec 5 studios américains (Fox, Universal, Paramount, Sony et Disney) et est en négociation actuellement avec

Warner Brothers ainsi qu'avec les distributeurs locaux dans chacun des pays concernés par le déploiement. Evidemment, la fragmentation extrême du marché des distributeurs en Europe rend l'équation plus complexe qu'aux USA, mais la participation des distributeurs européens ne devrait pas en soit être un problème. Ils semblent tous être disposés à contribuer à partir du moment où, économiquement, ils y trouvent un intérêt par rapport au 35mm.

Jean Mizrahi :

Ymagis propose un nouveau modèle économique pour le passage au numérique : la Contribution à la Transition Numérique (CTN), élaboré après de nombreuses discussions avec les professionnels et une étude approfondie de la programmation des films en France. Ainsi, notre modèle, qui tient compte de la coexistence d'acteurs très différents, est adaptable à 90% des salles du territoire français et assure un équilibre entre grands et petits distributeurs indépendants.

De notre point de vue, le VPF ne pourra être pratiqué en Europe que si l'on élabore un mix des différents modèles économiques.

Bernard Collard (XDC) :

XDC accompagne les exploitants et les distributeurs dans leur transition vers le cinéma numérique. XDC n'intervient aucunement dans la relation historique qui lie l'exploitant et le distributeur, mais apporte son savoir-faire et ses compétences dans l'élaboration de solutions techniques et financières pour l'équipement numérique des salles et pour la distribution numérique des films. Avec aujourd'hui plus de 300 salles équipées dans 10 pays en Europe, XDC représente le plus important réseau européen de salles numériques. A côté de sa formule classique de leasing, XDC poursuit son développement à grande échelle par le biais de déploiements de salles cofinancées sur base du modèle économique Virtual Print Fee (VPF). Dans ce modèle, pour chaque film projeté sous format numérique un « VPF » (Virtual Print Fee) sera payé par chaque distributeur à XDC. L'exploitant paye à XDC une contribution sur le coût des équipements (projecteur, serveur, coûts financiers et autres). Quelle que soit la durée de paiement du matériel, l'exploitant signe en parallèle avec XDC, un contrat de service d'une durée de 10 ans pour la maintenance des systèmes numériques. L'exploitant est également tenu de verser une contribution pour les revenus générés par le contenu alternatif. Actuellement, XDC travaille sur la meilleure manière de faire migrer les contrats actuels avec ses clients existants vers un contrat compatible avec les exigences VPF.

Enfin, tenant compte des spécificités locales et régionales, XDC est prête à prendre en considération toutes les initiatives de cofinancement de l'industrie du cinéma ou de toute autre organisation privée ou gouvernementale.

Monika Weibel :

Au bout de la chaîne économique du cinéma, il y a le Home Cinema, qui représente le plus grand ennemi de l'exploitant de salle. Les salles ne pourront rivaliser que si le problème est pris à la source en encourageant les producteurs à recourir au numérique.

Nico Simon :

L'Union Européenne ne donnera plus de fonds publics. Il faut que la profession s'organise par elle-même pour financer la numérisation. Dans le cadre d'un choix pour le VPF, les exploitants et distributeurs peuvent se passer des intégrateurs (du tiers indépendant) car ils représentent un coût.

Chris Koppelmeier :

Le coût du financement de la numérisation des écrans allemands s'élève à 226 millions d'euros (4 500 euros par écran et par an). Une fois le numérique installé dans les salles, une économie de 50 millions d'euros pourra être réalisée par le secteur de l'exploitation des films. Il n'y aura ni de hausse de la fréquentation, ni de hausse du tarif d'entrée.

Thierry Delpit :

D-Platform est un projet de soutien opérationnel aux distributeurs pour la numérisation des copies. Il est financé à 50 % par l'Union Européenne. Il permet de partager entre distributeurs européens le coût d'encodage des copies. Aujourd'hui, ce programme compte huit distributeurs adhérents.

Pour l'année 2007, l'exploitation française a eu à sa disposition, en copies numériques, 22 films américains contre 4 films français. Il est vital que le catalogue hexagonal et européen s'étoffe.

Nick Varley :

Park Circus s'est spécialisée dans la distribution des copies numériques de films classiques. La société possède à l'heure actuelle une trentaine de titres qui ont bénéficié du soutien du UK Film Council. Park Circus possède les droits de ces copies uniquement pour l'exploitation en salle. Elle effectue les sorties de ces films en organisant un véritable événement autour d'eux. On se rend compte aujourd'hui que le numérique bénéficie vraiment aux films classiques.

Paul Corcoran :

Kino Cinema Holdings est un réseau de salles qui a fait le choix de s'équiper en 2K. Le modèle économique retenu est le plus simple qui soit puisqu'il repose sur l'investissement particulier de l'exploitant. L'encodage des copies est également à la charge de l'exploitant. Cependant la diffusion de publicités locales sur ses écrans lui permet d'assumer l'investissement fourni. De plus, en termes de coûts d'exploitation, les établissements bénéficient d'un système automatisé pour le lancement des projections. On propose ainsi 8 films différents par jour et 10 titres différents par semaine. Nous diffusons également des séries. Le succès est au rendez-vous car nous sommes situés dans une petite ville où la concurrence est faible.

SESSION II - ATELIER 2 :

DISTRIBUTEURS - EXPLOITANTS : COMMENT RENOUVELER LE PUBLIC ?

- Comment la salle prend-elle le relais du distributeur pour la promotion des films européens ?
- Y a-t-il suffisamment de concertation dans les stratégies de sortie ?
- Comment moderniser l'image de marque des salles art et essai ?
- Comment utilise-t-on l'Internet et ses forums pour promouvoir les films auprès des jeunes ?
- Au-delà d'une politique tarifaire, comment fidéliser le public d'une salle ?

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

Marc Cosgrove (Pour **Simon Ward** et ICO - Independent Cinema Office, Royaume-Uni)

Nicoleta Talpes (Directrice, Image Factory, Roumanie)

Madeleine Probst (Coordinatrice Programmation, Watershed, Royaume-Uni)

Christian Thomas (Distributeur, Imagine Film Distribution, Belgique)

Martin Kochendörfer (Directeur Général Distribution, X-Film Verleih, Allemagne)

Jakub Duszynski (Responsable des Acquisitions, Gutek Films, Pologne)

Marco Villotta (Exploitant, CEC Udine, Italie)

Ted Chiaradia (Exploitant, Lux Nijmegen, Pays-Bas)

Vincent Adatte (Co-Directeur, La Lanterne Magique, Suisse)

Frauke Feuer (Consultante, Peaceful Fish, Allemagne)

[Pour des raisons techniques, l'intervention de Jakub Duszynski n'a pas pu être enregistrée et incluse à ce compte rendu. Nous vous prions de nous en excuser.]

Nicoleta Talpes :

Nous avons effectué une tournée en Roumanie pour l'exploitation de *Quatre mois, trois semaines et deux jours* de Cristian Mungiu, Palme d'Or à Cannes 2007. Le parc des salles roumaines étant très réduit, il était nécessaire de porter le film dans les villes pour le faire connaître. Nous restions deux jours dans chaque ville pour trouver un public là où il n'y en avait plus. Il s'agissait d'une véritable opération de promotion de la part du réalisateur, qui a participé à cette caravane. Cette initiative était nécessaire car nous n'avions la possibilité de distribuer que sept copies dans les salles sur tout le territoire roumain.

Pour faire naître un bouche à oreille, nous avons ciblé les jeunes avec la bande-annonce.

Ce sont eux qui fondent l'avenir des salles roumaines, aujourd'hui trop peu nombreuses.

Christian Thomas :

Quatre mois, trois semaines et deux jours est sorti le 19 novembre 2007 en Belgique, trois semaines après la France. En tant que distributeurs, nous adorions ce film acheté à Cannes, mais nous étions dubitatifs quant à l'accueil du public. Le sujet et l'exigence de sa réalisation en font un film difficile et dans cette optique nous aurions dû prévoir une sortie sur sept copies. Nous avons préféré tenir compte du grand soutien de la presse culturelle, féminine et médicale, de son atmosphère de thriller et de son slogan - « Jusqu'où iriez-vous pour soutenir un ami ? » - en évitant le sujet de l'avortement qui de toute façon était déjà connu. Nous avons donc sorti le film sur 15 copies, visant les 30 000 entrées. Nous avons décidé de faire une avant-première, deux jours avant la sortie, dans une très grande salle de spectacle à Bruxelles. Il s'agissait d'une séance très officielle pour éviter un mauvais bouche à oreille. Nous avons également tiré 80 bandes-annonces en n'hésitant pas à programmer ce film art et essai dans cinq multiplexes où il a attiré de nombreux spectateurs.

Nous avons tenu compte de la qualité d'équipement des salles aussi bien dans les multiplexes que dans les salles art et essai.

Pour ces dernières, il est important que le choix du numérique soit fait. Cela va assouplir la distribution des copies et des bandes-annonces.

Grâce à la Palme d'Or, nous avons totalisé 150 000 entrées.

Mark Cosgrove (pour Simon Ward) :

Quatre mois, trois semaines et deux jours peut être au Royaume Uni un phénomène comme l'a été *Tu ne tueras point* de Krzysztof Kieslowski.

Independent Cinema Office a pour mission de défendre le cinéma indépendant en Grande-Bretagne. Il soutient les activités à caractère culturel et met en réseau les distributeurs et exploitants indépendants. Nous organisons des ateliers avec les exploitants pour promouvoir leurs salles et leur programmation. Nous offrons également des formations pour, par exemple, devenir un exploitant Europa Cinemas. Nous donnons des cours à distance par Internet. Le site Web élabore un dialogue avec le public, en présentant notamment le court métrage du mois.

Martin Kochendörfer :

Pour la sortie d'*Irina Palm* en Allemagne, nous avons estimé que le public concerné se situait dans la tranche 30-60 ans. Nous avons souhaité une date de sortie estivale avec une programmation sur plusieurs semaines, car la concurrence pendant cette période est plus faible. Nous nous sommes appuyés sur la presse (surtout féminine) et sur les entretiens avec l'équipe du film, l'édition de brochures et de flyers, avec des séances animées dans des salles art et essai. Des partenaires commerciaux privés ont aidé à sponsoriser la sortie, notamment une marque de cosmétiques. Le film a réalisé 400 000 entrées sur 80 copies.

Ted Chiaradia :

Aujourd'hui, on constate que la qualité du cadre, du confort de la salle, du café et de la restauration compte autant que celle du film. Les exploitants et les distributeurs doivent évaluer correctement ces offres annexes, car le confort du Home Cinema est devenu le principal concurrent de la salle.

Avec cette qualité de service, au Lux, nous avons même de bons chiffres de fréquentation pour les séances en matinée.

Nous avons aussi proposé un abonnement à l'année qui inclue à la fois les films et la restauration, un système très apprécié.

Je ne crois pas que le fait de sortir un film art et essai dans un multiplexe lui offre plus de poids et de succès.

Michael Gubbins :

Ces interventions montrent bien que l'élaboration du bouche à oreille est devenue une des principales composantes du marketing de la sortie d'un film.

Marco Villotta :

À Udine, nous avons un public potentiel de 200 000 spectateurs, en comptant les environs de la ville. On y compte 28 écrans en tout (deux multiplexes et quatre cinémas indépendants). Les films européens sont surtout programmés dans deux cinémas indépendants situés en centre ville. Ces salles organisent de nombreuses séances pour les scolaires, que nous poursuivons par des ateliers dans les classes pour vraiment intéresser les élèves aux métiers du cinéma.

La projection seule ne suffit pas. Il faut s'appuyer sur un partenariat avec les professeurs pour présenter une véritable pédagogie cinéphilique.

La programmation des deux cinémas n'est pas uniquement européenne. Nous proposons également une politique de bas tarifs pour attirer les jeunes. Quand nous distribuons des grands classiques, nous offrons également des places gratuites, car nous estimons que les étudiants doivent connaître ces chefs-d'œuvre.

Frauke Feuer :

Est-ce que le cinéma numérique représente une valeur ajoutée pour le public et en particulier les jeunes ? L'enquête de Peaceful Fish fait ressortir que les adolescents sont attachés au plaisir de voir un film en salles, bien que beaucoup d'entre eux piratent et découvrent les nouveautés cinématographiques sur Internet. Cette demande illégale doit migrer de façon légale dans la salle de cinéma. Par exemple, les productions étrangères, recherchées par les jeunes, pourraient être vendues dans les cinémas. On peut penser aux DVD, mais aussi aux bandes dessinées.

Madeleine Probst :

Comment moderniser l'image des salles art et essai ? L'Internet, comme pour la plupart des exploitants, est devenu un vecteur de communication obligé pour promouvoir les cinémas et leur programmation à Bristol. Nous avons créé des podcasts. La présentation des films sur des écrans LCD dans les halls s'avère aussi très judicieuse. Ces outils permettent d'organiser des événements pointus, au point de proposer un cycle de films albanais qui a très bien marché. Cette modernisation de l'offre ne nous fait pas oublier les valeurs culturelles auxquelles nous avons toujours adhéré. L'engagement auprès des jeunes demeure le même. Le Watershed souhaite que le jeune public s'approprie les salles en leur faisant par exemple réaliser un clip pour le site Internet. Ce sont eux qui influencent la programmation.

Vincent Adatte :

La Lanterne Magique est un ciné-club pour enfants créé à Neuchâtel, en Suisse. Cette association destinée au public âgé de six à douze ans s'étend sur toute l'Europe, mais également en Afrique : elle est bien représentée à Dakar, grâce à une initiative d'Europa Cinemas.

Chaque année nous proposons trois groupes de trois films qui correspondent chacun à une émotion dominante (faire rire, faire pleurer, faire peur) et à une période de l'histoire du cinéma. Seuls les enfants sont autorisés à être présents pendant les séances de La Lanterne Magique.

Aujourd'hui, on s'aperçoit que le public des 12 - 18 ans est en train de disparaître des salles en Suisse, en premier lieu pour des raisons économiques. Ce public consomme les films d'une façon différente et ce problème de défection des adolescents vis-à-vis de la salle commence à toucher également les multiplexes. C'est pourquoi La Lanterne Magique a décidé de s'occuper de cette génération – les adolescents - pour la faire revenir dans les salles. Nous allons nous charger d'éveiller leur curiosité et de favoriser la diversité à travers le projet Movie Move. Son produit d'appel est une carte de membre qui donne droit à une entrée à 6 euros dans n'importe quelle salle suisse. Une alerte SMS signale une séance à 3 euros pour un film art et essai. L'association, dans ce dernier cas, rembourse l'exploitant pour le manque à gagner.

La Lanterne Magique met aussi en place en Aragon (Espagne) des activités pédagogiques pour apprendre au jeune public la différence entre la fiction et le documentaire.

PRESENTATION DES NOUVELLES LIGNES DIRECTRICES JEUNE PUBLIC

Claude-Éric Poiroux (Directeur Général Europa Cinemas)
Ian Christie (Vice Président Europa Cinemas)
Dominique Wallon (Expert Europa Cinemas)
Fatima Djoumer (Relations internationales Europa Cinemas)

Claude-Éric Poiroux :

Le Comité d'Experts est régulièrement confronté à la difficulté d'évaluer le travail des exploitants en direction du Jeune Public, en tenant compte des différences très sensibles dans les conditions d'exploitation selon les territoires. Or, aujourd'hui, le programme MEDIA compte 30 pays et nous devons élaborer des critères valables pour tous les membres du réseau Europa Cinemas sans pour autant ignorer les spécificités et les habitudes locales.

Nous cherchons donc à préciser ces critères d'évaluation de façon à mieux analyser les véritables efforts des exploitants dans ce domaine.

Notre réflexion s'élabore à partir des données concrètes fournies par les salles et nous essayons de regrouper les actions en retenant 4 critères d'appréciation :

1^o) Le premier critère comptabilisera les initiatives spécifiques de l'exploitant **en direction du Jeune Public et hors séances scolaires**.

2^o) Le second critère concerne le travail spécifique avec le **public scolaire** et enseignant, à savoir les séances supplémentaires comme les séances spéciales intégrées à la programmation régulière.

3^o) Le troisième critère jugera **l'investissement** propre de la salle, en termes de publications, d'animations, d'élaboration de rubriques Internet, ... Seront également prises en compte les initiatives collectives réunissant plusieurs salles de villes ou pays différents autour d'une même programmation.

4^o) Le quatrième critère prendra en considération **les résultats** de la programmation de films européens pour la jeunesse : nombre de films, de séances, de spectateurs. Aucun versement ne pourra être supérieur à 1 euro par entrée « Jeune Public » pour un film européen.

Le montant du soutien Jeune Public pourra représenter 20% du montant du soutien total et sera plafonné à **5000 euros** par convention.

Ian Christie :

L'évaluation des résultats des activités pour le Jeune Public dans les salles est très complexe. La notion d'effort est par exemple non quantifiable, surtout quand il s'agit de projets éducatifs. Cette appréciation demeure relative car d'un pays à l'autre, les contraintes sont totalement différentes. La Commission européenne souhaiterait en tout cas que l'activité Jeune Public soit développée et renforcée. Ces critères vont permettre d'élaborer un niveau commun d'évaluation, un feedback, et un cadre qui permettront de tenir compte des particularités de chaque exploitant européen.

Dominique Wallon :

La base du soutien Jeune Public est désormais l'évaluation des initiatives créées par la salle et non plus sa fréquentation. Mais le critère 4 (quantitatif) viendra conforter justement les initiatives prises dans le cadre des critères qualitatifs 1 et 2, puisqu'il mesurera les résultats de ces derniers.

Cette petite réforme tient donc compte d'un investissement pour l'avenir qui n'est pas immédiatement visible.

FOCUS ROUMANIE : PRODUCTION, DISTRIBUTION, EXPLOITATION

Dirigé par **Mihai Gligor** (Responsable de Romanian Film Promotion, Roumanie)

Daniel Mitulescu (Producteur, Roumanie)

Antoine Bagnaninchi (Distributeur, Independenta Film, Roumanie)

Antoine Bagnaninchi :

Aujourd'hui les distributeurs de films européens en Roumanie essaient de réduire les coûts de sortie des films car le public, pour ces films, est limité. Mais c'est un cercle vicieux : réduire la promotion rend évidemment la visibilité des œuvres plus confidentielle. Heureusement, des systèmes d'aides comme Eurimages, MEDIA et le programme PHARE (900 000 euros pour la Roumanie dont 250 000 pour la formation des professionnels et 200 000 pour la rénovation des salles) permettent encore aux films européens de circuler sur le territoire roumain. Ainsi toutes les grandes productions européennes vues dans les festivals sont distribuées ici. Mais les distributeurs vivent aujourd'hui de façon artificielle grâce à ces soutiens. Malgré tout, les deux multiplexes de Bucarest attirent 2 millions de spectateurs par an. On peut espérer que, d'ici quatre à cinq ans, le nombre de salles aura considérablement augmenté. Hormis ces multiplexes, la Roumanie compte 9 salles indépendantes qui ont besoin d'être rénovées. Il faudrait plus de multiplexes et que le réseau art et essai se développe vraiment.

Les prix cannois récoltés par les films roumains ont suscité une prise de conscience dans le pays. Cela a éveillé l'intérêt des journalistes et des salles roumaines. La Palme d'Or de Cristian Mungiu a ainsi attiré 75000 spectateurs, presque autant que *Pirates des Caraïbes 2*. Il a fallu ce coup de pouce extérieur pour que la Roumanie reconnaisse la valeur de son cinéma. Mais le marché national ne permet pas de couvrir les frais de production.

Daniel Mitulescu :

Comment j'ai fêté la fin du monde de Catalin Mitulescu a été coproduit avec la France. Cette production a été plutôt chanceuse, car le film a été sélectionné au Festival de Cannes (Un certain regard). 15 à 18 films sont produits en Roumanie dans le cadre du Centre National de la Cinématographie. Mais les coproductions avec l'Étranger vont devenir de plus en plus nombreuses. La télévision peut aussi aider l'industrie cinématographique. Pour le moment, elle préfère financer les séries. Cependant 4 % des recettes publicitaires télévisuelles vont être attribuées au cinéma. Eurimages et le programme PHARE interviennent également de manière conséquente au niveau de la production. Le CNC collecte des fonds par un système de prélèvements auprès des exploitants et des chaînes de télévision. C'est un vrai système de régulation.

CONCLUSIONS DES ATELIERS

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

Michael Gubbins :

En ce qui concerne le cinéma numérique en Europe, demeure la question de savoir qui va payer l'investissement. Les gouvernements des différents pays doivent intervenir dans ce changement technologique pour soutenir la transition. Le VPF représente un modèle majoritaire, mais d'autres modèles alternatifs, comme le Time Fee, sont en train de naître et peuvent remettre en cause son prédécesseur ou être combinés avec lui. Il faut de toute façon arriver à un consensus. Le partenariat avec les producteurs est crucial pour l'édition des masters numériques. L'augmentation des contenus numériques est devenue obligatoire pour alimenter l'effort d'équipement des salles. L'Europe doit prendre le contrôle de la transition vers le numérique.

Au sujet du renouvellement du public dans les salles, il apparaît que la génération ciblée est bien celle des adolescents. L'avenir de la salle de cinéma indépendante passe par un confort de projection et des services annexes de qualité comme la restauration. La salle doit être un lieu social et convivial. Cela demande une adaptation aux réalités du monde qui change. Cristi Puiu et Nicoleta Talpes l'ont montré avec la caravane organisée pour montrer le film lauréat de la Palme d'Or sur le territoire roumain.

SESSION III - EUROPA CINEMAS : PERSPECTIVES ET ÉCHÉANCES 2008

- MEDIA Plus : Evolution des Lignes Directrices 2008. Nouvelles Lignes Directrices Jeune Public.
- Euromed Audiovisuel II : Résultats et échéances du programme de soutien en Méditerranée et en Europe.
- Pays Hors MEDIA : Résultats et perspectives.
- Questions diverses.

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

Claude Miller (Président, Europa Cinemas)

Tilman Scheel (Europe's Finests, Allemagne)

Fatima Djourmer (Responsable des relations internationales, Europa Cinemas)

Menem Richa (Coordinateur EUROMED Audiovisuel, Europa Cinemas)

Claude-Éric Poiroux :

Nous avons été les premiers à aborder la question de la projection numérique lors de la Conférence de Rome en 2001. Beaucoup d'entre vous ont depuis longtemps équipé leurs salles de vidéoprojecteurs pour diffuser des programmes complémentaires ou alternatifs. Nous sommes donc les premiers intéressés par le perfectionnement de cette technologie. Par ailleurs, nous sommes convaincus qu'en allégeant les coûts de distribution, le numérique permettra de mieux faire circuler les films, notamment européens.

Malheureusement nous devons constater que l'Europe a pris du retard dans sa transition vers le numérique. Pourquoi ? Parce que le Virtual Print Fee à l'américaine est difficilement adaptable au morcellement de l'Europe et aux méthodes de distribution en profondeur.

Hier nous avons invité plusieurs tiers investisseurs à nous présenter leurs solutions. Je les en remercie.

Mais je voudrais insister sur un point essentiel : c'est au tandem distributeurs-exploitants de résoudre ces questions en interne, puisque l'économie réalisée sur le tirage des copies doit pouvoir financer tout ou partie de l'installation des salles grâce à un système de transfert à mettre au point. Le numérique doit donc être au cœur du dialogue distributeurs-exploitants. Nous nous y employons et regrettons le manque d'intérêt des distributeurs indépendants dans ce débat. Nous espérons que les compagnies regroupées au sein d'Europa Distribution s'associeront au plus vite à notre réflexion.

Si nous n'inventons pas ensemble nos propres solutions, les majors décideront rapidement au nom des indépendants. Et nous risquons de nous affaiblir dans la période décisive de la transition.

Beaucoup de choses vont sans doute se décider au niveau national. Chacun d'entre vous se doit d'être présent à ce niveau et de défendre les intérêts des indépendants et du cinéma européen.

Quant à Europa Cinemas, nous prévoyons de sensibiliser les autorités régionales et locales pour éventuellement qu'elles apportent un complément de soutien aux salles les plus fragiles du réseau.

Je vous rappelle par ailleurs que nous allons continuer à soutenir la programmation européenne en 2K dans vos salles à hauteur maximum de 6 000 euros par établissement, cette année.

J'en profite pour faire quelques annonces sur les nouveautés 2008. Le soutien à la programmation est désormais calculé sur une base de 35 % de SENN (séances européennes non nationales) pour les établissements de 2 écrans et plus. Quant au Jeune public, il est dorénavant plafonné à 5 000 euros pour une même convention. Les règles d'évaluation des activités Jeune public sont en train d'être réexaminées. Elles privilégieront les salles qui font de réels efforts de programmation et d'animation et prendront en considération les entrées en salle. Enfin, comme vous le savez déjà le bonus aux entrées a disparu au profit d'un bonus à la diversité d'un montant équivalent.

Nous veillons particulièrement avec le Comité d'Experts à ce que les 30 pays qui composent MEDIA aient un égal accès au soutien aux salles, même si dans certains d'entre eux celles-ci sont quasi inexistantes. Dans ces

cas-là, nous cherchons à adapter nos critères pour ouvrir les marchés les plus difficiles aux productions européennes. N'oublions pas que l'Europe produit tous types de films, du film d'auteur au film grand public. Nous avons donc un double objectif culturel et économique. C'est pourquoi nous cherchons à ne négliger aucune hypothèse.

Dernière information, nous bénéficions de budgets complémentaires à MEDIA pour élargir le réseau à l'Amérique latine, l'Asie et la Méditerranée. Et je donnerai la parole dans quelques minutes à Fatima Djoumer et à Menem Richa pour en évoquer le contenu. Dans l'immédiat, je propose que Tilman Scheel nous informe sur un projet dont nous sommes partenaires, à savoir Europe's Finests.

Tilman Scheel :

Le projet Europe's Finests a pour mission de soutenir la numérisation des copies. Il est soutenu par l'Union Européenne. Nous avons dressé une liste de films susceptibles d'intéresser les exploitants européens indépendants. Cette initiative est nécessaire car le programme MEDIA n'aidera pas la transition vers le numérique.

Il est primordial que le nombre de titres numérisés augmente. Nous nous sommes rapprochés des producteurs. Nous nous sommes également mis en relation avec les distributeurs pour les informer sur la possibilité des titres à diffuser.

Il y a un gros effort de communication à fournir autour des initiatives pour le numérique à travers des campagnes de presse et de marketing. Dans ce sens, nous avons mené un projet pilote en Allemagne de numérisation d'une série de grands classiques. À l'avenir, nous espérons proposer 50 titres en numérique pour les exploitants européens. Il faut encore régler la question des droits. La norme retenue est le 2K DCI. Ce sont les salles qui vont passer la commande des copies numériques. Nous les soutiendrons, au début, dans l'élaboration de leur marketing au niveau local.

Menem Richa :

Le programme Euromed Audiovisuel 2 a été lancé en janvier 2006 pour une durée de trois ans. Il a pour but de renforcer les échanges culturels entre les pays européens et ceux du Sud et de l'Est de la Méditerranée. Cela implique la visibilité des films en salles. Les salles du réseau Europa Cinemas prônent une diversité européenne et mondiale. La diversité mondiale (non européenne et non nord-américaine) est six fois plus importante dans les salles du réseau que dans les autres établissements européens. Euromed Audiovisuel 2 offre un soutien pour cette diversité consacrée aux films du Maghreb, du Proche-Orient et du Moyen-Orient. Les trois quarts de ces films ne sortent que dans les salles du réseau.

Le programme Euromed Cinemas a soutenu 41 sorties dans l'Union Européenne, ce qui représente environ 1 million d'euros partagés entre 14 pays. Par exemple, le budget de soutien en Pologne pour *Caramel* est de 22 000 euros, ce qui peut couvrir la totalité des frais de sortie du film. Ce soutien est donc incitatif. Il permet de maintenir la diversité et d'augmenter la fréquentation de ces œuvres.

Quant à Med-Screen, c'est un autre programme auquel nous participons, pour la promotion des films arabes en Europe. Il organise des programmations hebdomadaires de productions arabes. Il y a déjà eu 25 semaines de cinéma arabe réalisées dans différents pays européens. Med-Screen soutient également l'accès de ces œuvres aux marchés du film de Berlin et de Cannes afin qu'elles soient vendues aux distributeurs européens.

Malgré nos performances, l'avenir d'Euromed est menacé. Il est nécessaire que notre action de réciprocité dans les domaines de l'exploitation et de la distribution soit prolongée et renforcée dans le futur. A nous de trouver avec l'Union européenne les bons moyens du développement de ce partenariat euro-méditerranéen.

Fatima Djoumer :

Pour le projet « Hors les murs », lancé en 2004, Europa Cinemas bénéficie d'une contribution du programme MEDIA de 250 000 euros. Il permet à des films européens d'être distribués et montrés dans les salles en Amérique Latine et en Asie, en partant de festivals comme Toronto, Rio ou Hong Kong. Il s'agit d'un cofinancement maximal de 10 000 euros pour les distributeurs de ces deux continents et de 1 000 euros par film dans les salles de ces pays où les films sont programmés. En 2007, nous soutenons 30 sorties et une cinquantaine de salles de ces pays, ce qui est un franc succès. Le programme MEDIA l'a reconnu et attribuera prochainement un budget de 450 000 euros au projet.

Par ailleurs, sur un autre sujet, je voudrais vous informer de la création d'un prix auquel nous avons contribué : le prix Lux du Parlement européen. Il récompense un film européen en lui offrant le sous-titrage dans les 23 langues de l'Union Européenne. Pour cette première année, c'est le film de Fatih Akin, *Auf der anderen Seite* (*De l'autre côté*) qui a reçu ce prix.

Claude-Éric Poiroux :

Avant de conclure, je voudrais revenir sur ces deux programmes extérieurs à l'Europe. Dans les deux cas, il s'agit de budgets supplémentaires au financement MEDIA. Ils ne diminuent donc pas nos moyens d'action en Europe. Au contraire même, certains d'entre vous ont bénéficié de soutiens complémentaires, notamment pour des programmations méditerranéennes.

Euromed Audiovisuel s'arrêtera fin 2008. Nous faisons le maximum pour obtenir les moyens de poursuivre et amplifier cette action au-delà de cette date.

Puisque nous parlons budgets, je voudrais vous rappeler que le montant MEDIA 2007-2008 est équivalent à celui de 2005-2006, à savoir 14 millions d'euros. Déjà en 2006 cette somme était insuffisante pour que vous puissiez toucher 100% du soutien. D'où les 97% que vous avez reçus. Malheureusement, cette situation risque de se renouveler, puisque le réseau s'agrandit, même si nous restons prudents dans notre extension. Priorité aujourd'hui aux nouveaux pays entrants, d'où cet effort de solidarité qui est demandé aux salles déjà présentes dans le réseau. Nous travaillons avec les responsables de MEDIA pour que soit augmenté le budget d'Europa Cinemas en corollaire à l'extension de son réseau dans les prochaines années.

Claude Miller :

Le numérique s'avère être une réalité qui ne va pas disparaître, même si nous avons l'impression qu'il piétine à cause de l'absence d'interopérabilité technique et économique. Nous pouvons regretter la défection des distributeurs européens lors de cette convention. Il faudrait les inciter à participer aux différents panels pour établir un dialogue avec le réseau Europa Cinemas.

Le cahier des charges d'Europa Cinemas doit inscrire un comité de suivi auprès des gouvernements et des centres cinématographiques afin que la transition vers le numérique européen s'accélère. Il faut bien comprendre que les tournages en numérique sont de plus en plus nombreux, ce qui, tout naturellement, mène à la projection numérique en salle.

Je voudrais saluer au nom du Conseil d'administration et de l'équipe d'Europa Cinemas les 400 participants à cette Conférence, ainsi que les dizaines de panélistes qui se sont exprimés. Je vous donne rendez-vous en novembre prochain à Paris.

Fin de la 12^{ème} Conférence Annuelle Europa Cinemas.