

TRADUCTION  
DE L'ANGLAIS

# Rapport Annuel de l'UNIC 2013/2014



# UNIC

Union Internationale des Cinémas  
International Union of Cinemas

Voici le tout dernier  
rapport annuel de l'UNIC,  
l'association professionnelle  
européenne représentant  
les exploitants de salles  
de cinéma et leurs  
fédérations dans 33 pays.

# TABLE DES MATIERES

<b>1</b>	<b>INTRODUCTION</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>CHIFFRES CLÉS</b>	<b>4</b>
2.1	Fréquentation des Salles de Cinéma en 2013	6
2.2	Résultats par Film et Part des Productions Locales	12
2.3	Passage au Numérique	16
2.4	Densité des Salles de Cinéma	18
<b>3</b>	<b>BILAN ET PERSPECTIVES</b>	<b>20</b>
3.1	Analyse des Principales Tendances du Marché	22
3.2	Derniers Développements Politiques	28
3.3	Résumé des Principales Positions Politiques de l'UNIC	32
<b>4</b>	<b>L'ANNÉE À L'UNIC</b>	<b>36</b>
4.1	Travail Politique	38
4.2	Groupes d'Experts et Intelligence Economique et Politique	39
4.3	Partenaires du Programme de l'Exploitation Cinématographique Européenne	40
4.4	CineEurope	41
<b>5</b>	<b>PARTENAIRES</b>	<b>42</b>
<b>6</b>	<b>MEMBRES</b>	<b>44</b>
<b>7</b>	<b>CALENDRIER</b>	<b>46</b>
<b>8</b>	<b>CONTACT</b>	<b>48</b>

# 1 INTRODUCTION



Voici le tout dernier rapport annuel de l'UNIC, l'association professionnelle européenne représentant les exploitants de salles de cinémas et leurs fédérations dans 33 pays.

C'est une année passionnante qui vient de s'achever. Elle aura vu le grand écran divertir des millions de personnes à travers le monde. Malgré de petites baisses de performance, l'exploitation cinématographique dans les pays de l'UNIC est restée un marché dynamique pour l'industrie du film et représentait dans son ensemble plus de 25 pourcent des retours au box-office en 2013.

C'est une année passionnante qui vient de s'achever. Elle aura vu le grand écran divertir des millions de personnes à travers le monde. Malgré de petites baisses de performance, l'exploitation cinématographique dans les pays de l'UNIC est restée un marché dynamique pour l'industrie du film et représentait dans son ensemble plus de 25 pourcent des retours au box-office en 2013.

Les cinémas font partie intégrante du tissu culturel et créatif européen. Ce sont des centres locaux de créativité, de partage et d'appartenance qui ont des effets incroyablement positifs sur nos économies locales, notamment en créant des emplois pour des centaines de milliers de jeunes.

L'exploitation cinématographique européenne représente bien sûr aussi une véritable activité commerciale. Ainsi, elle opère dans un paysage de plus en plus internationalisé et nécessite une association professionnelle européenne moderne, efficace et souple qui permette au secteur de s'exprimer d'une seule voix sur des sujets d'intérêt commun. Les stratégies de sortie de films, la propriété intellectuelle, la gestion collective des droits, la politique culturelle ainsi que la technologie cinématographique en permanente et rapide évolution exigent de la part des exploitants de salles en Europe – mais aussi à travers le reste du monde – qu'ils partagent les informations et se positionnent de manière à promouvoir et défendre notre secteur d'activité.

A l'UNIC, nous avons mis à profit l'année écoulée pour davantage professionnaliser l'organisation et ainsi augmenter sa portée et son impact politique, renforcer nos liens avec des partenaires clés à travers le secteur et promouvoir les cinémas européens dans le monde. Certains des résultats obtenus seront exposés cette année à CineEurope, notre convention officielle annuelle qui se déroulera du 16 au 19 juin dans la belle ville de Barcelone. Nous espérons vous y rencontrer.

Nous vous souhaitons entre-temps une excellente lecture. N'hésitez pas à nous contacter si vous avez des questions sur l'UNIC ou sur le monde de l'exploitation cinématographique.

**Phil Clapp**, Président  
Union Internationale des Cinémas  
International Union of Cinemas

# 2 CHIFFRES CLÉS



SALLE



## 2.1 Fréquentation des Salles de Cinémas en 2013

### **Légères Baissees au Box-Office et du Nombre d'Entrées dans Tous les Pays de l'UNIC Après de Bons Résultats Annuels les Années Précédentes**

L'année 2013 a été marquée par une légère baisse des revenus au box-office ainsi que des entrées dans la plupart des pays membres de l'UNIC<sup>1</sup>. Ceci fait suite à une année 2012 durant laquelle le secteur de l'exploitation cinématographique européenne avait profité de résultats généralement positifs, malgré des différences régionales significatives. En 2013, l'ensemble des revenus au box-office dans les pays de l'UNIC a diminué de 2 pourcent et le nombre d'entrées de 1,6 pourcent.

### **Des Résultats plus Faibles dans Certains Pays**

Après des résultats impressionnants en 2012, la France, le Royaume-Uni et l'Allemagne ont vu leurs chiffres baisser en 2013. Les revenus au box-office ont baissé de 1,5 pour cent au Royaume-Uni, et de 1 pour cent en Allemagne. Le nombre d'entrées a quant à lui diminué de 5,3 pourcent en France et de 4 pourcent au Royaume-Uni et en Allemagne. De plus petits pays d'Europe Occidentale – à l'exception des Pays-Bas (hausse de 2 pourcent au box-office et de 0,8 pourcent au niveau des entrées) – ont vécu les mêmes expériences.

<sup>1</sup> Les données présentées dans ce rapport couvrent l'année 2013, tandis que les évaluations qualitatives se rapportent à 2013 – mi 2014.

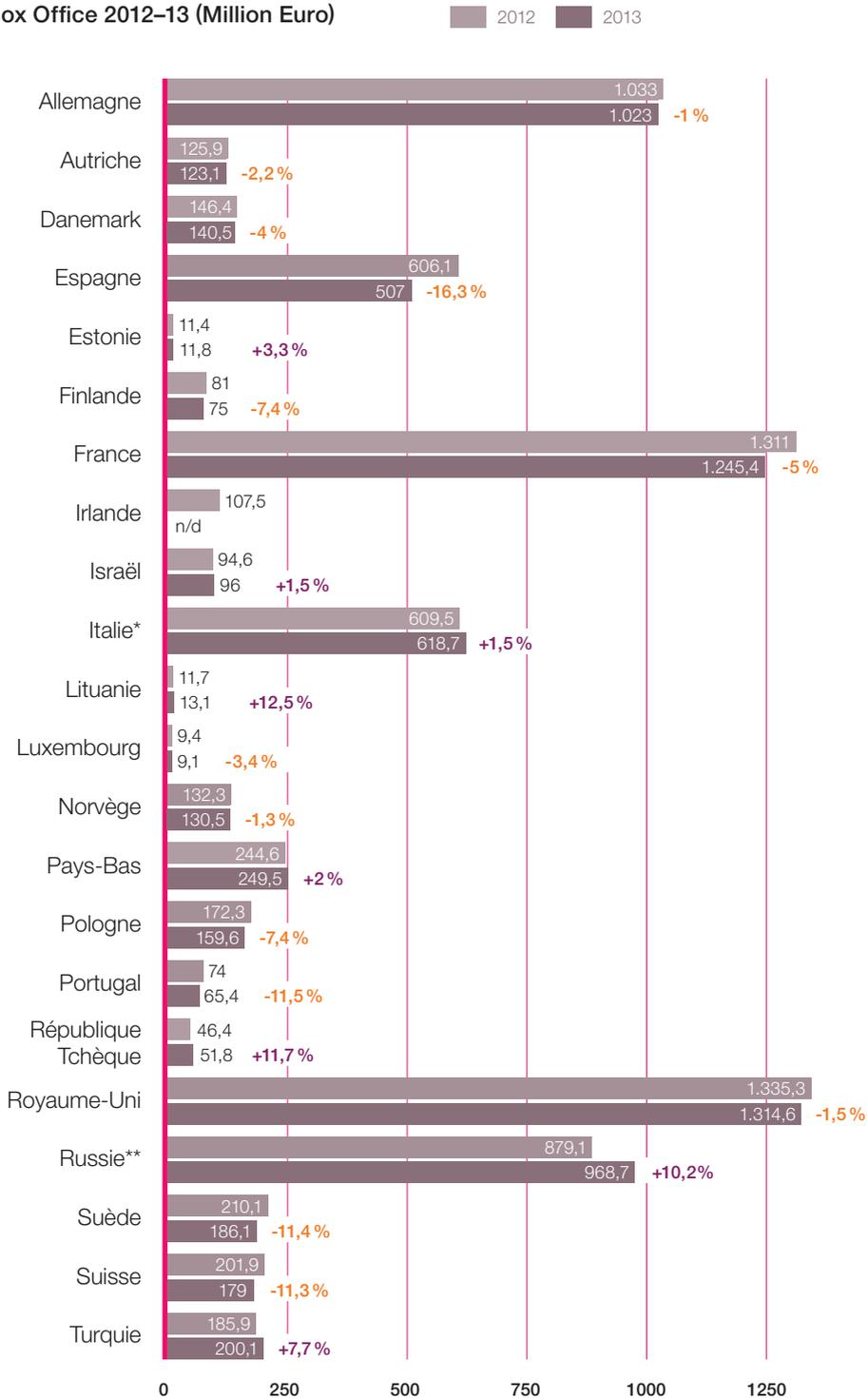
Source: Membres de l'UNIC, 2013

Information complémentaire de CZ (Unie Filmovych Distributoru), EE (Eesti Filmi Instituut & Baltic Films Co-operation Platform), LT (Lietuviu Filmu Centras & Baltic Films Co-operation Platform), PL (Polski Instytut Sztuki Filmowej) et PT (Instituto do Cinema e do Audiovisual).

\*Cinetel: 90 pour cent du marché; publication des résultats de la SIAE en Juin 2014

\*\*Nevafilm, 2013. Taux de change de Mai 2014

## Box Office 2012-13 (Million Euro)



Tandis que la plupart des pays d'Europe du Sud ont encore du faire face à des conditions très difficiles, les salles de cinéma italiennes ont connu un léger sursaut.

### Les Grands Succès de 2013

L'année 2013 a aussi connu nombre de grands succès, illustrant la diversité des situations d'un pays de l'UNIC à un autre. La Russie a ainsi profité d'une nouvelle période de croissance continue, avec une augmentation de 10,2 pourcent des revenus au box-office et une augmentation de 10,4 pourcent du nombre d'entrées. Les marchés turc et israélien ont augmenté de 7,7 pourcent et de 1,5 pourcent en termes de revenus au box-office et de 13,5 pourcent et 7,5 pourcent au niveau des entrées. Ce sont ces marchés grandissants qui ont assuré une solidité globale à l'exploitation dans les pays de l'UNIC en 2013.

### Optimisme en Italie, Résultats Dramatiques en Espagne

Tandis que la plupart des pays d'Europe du Sud ont encore du faire face à des conditions très difficiles, les salles de cinéma italiennes ont connu un léger sursaut, avec une petite augmentation des revenus au box-office (1,5 pourcent) et une augmentation revigorante de 6,6 pourcent de la fréquentation. Par contre, l'Espagne a continué à souffrir des difficultés économiques, auxquelles sont venues s'ajouter en 2013 des initiatives gouvernementales peu judicieuses en matière de taxation. Par conséquent, les revenus au box-office de ce pays ont diminué de 16,3 pourcent et le nombre d'entrées de 15,4 pourcent.

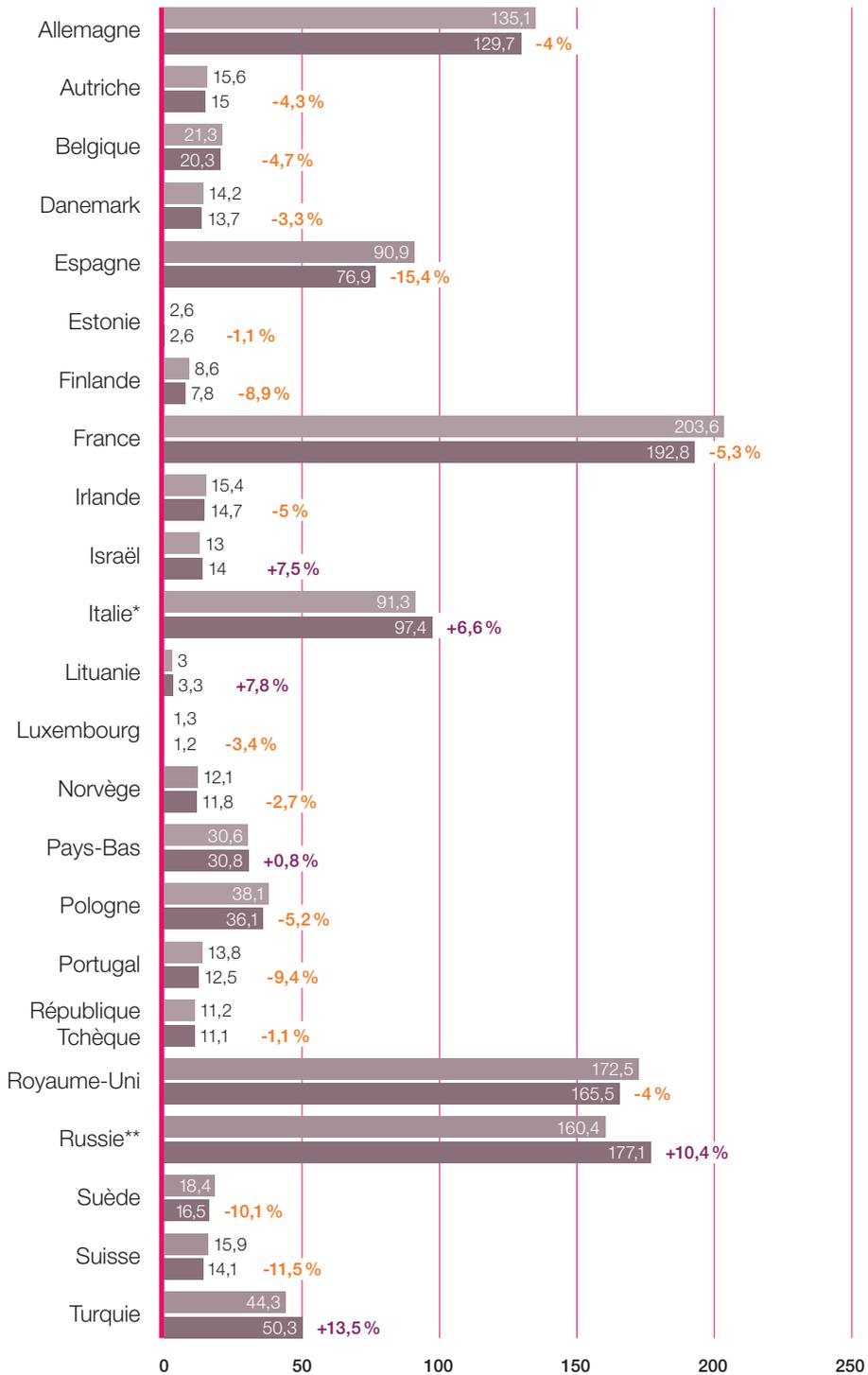
Source: Membres de l'UNIC, 2013

Information complémentaire de CZ (Unie Filmowych Distributoru), EE (Eesti Filmi Instituut & Baltic Films Co-operation Platform), LT (Lietuviu Filmu Centras & Baltic Films Co-operation Platform), PL (Polski Instytut Sztuki Filmowej) et PT (Instituto do Cinema e do Audiovisual).

\*Cinetel: 90 pour cent du marché; publication des résultats de la SIAE en Juin 2014

\*\*Nevafilm, 2013

## Admissions 2012-13 (Million)

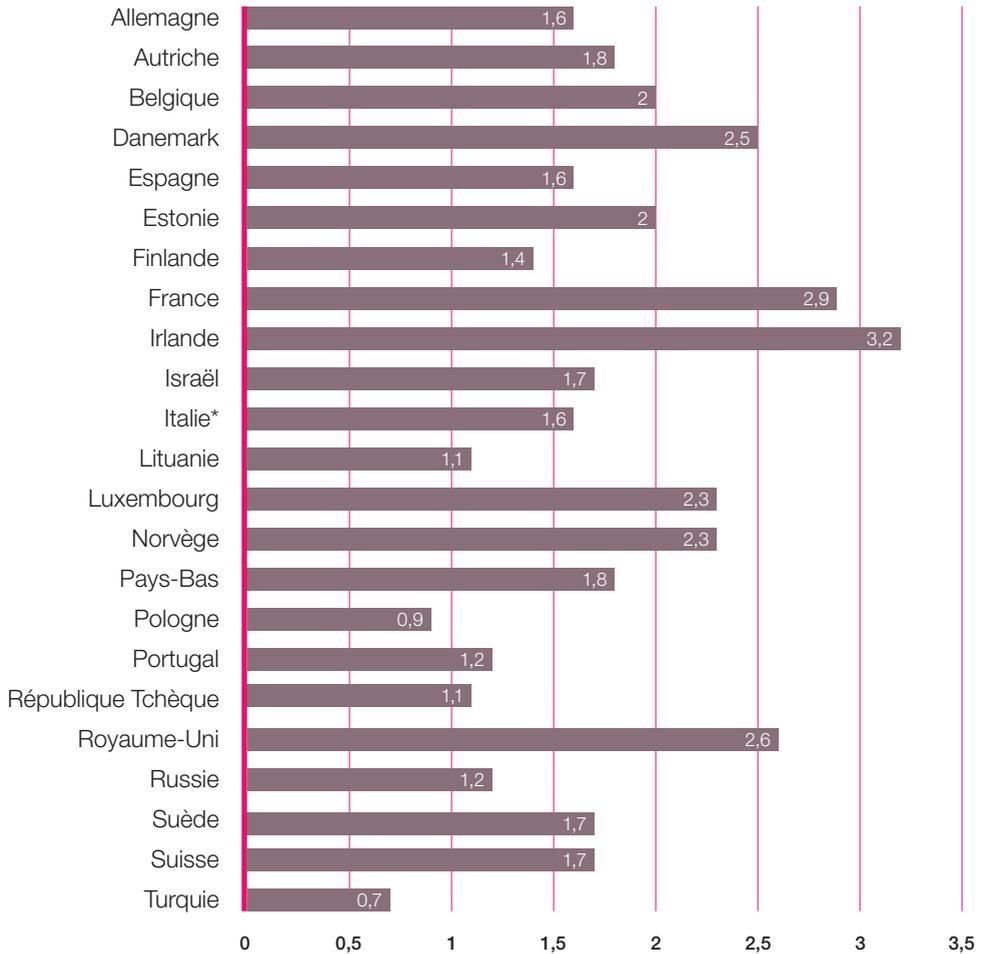
 2012
  2013


← Kassa

Grote zaal  
Kleine zaal  
↓ Toiletten



## Nombre d'entrées par habitant en 2013



### Une Moyenne de 1,6 Entrées par Personne en 2013

Le nombre annuel moyen d'entrées par personne a légèrement diminué de 0,1 pour arriver à 1,6 entrées par personne dans les Etats membres de l'UNIC en 2013. Dans les marchés en croissance tels qu'Israël (1,7), l'Italie (1,6), la Russie (1,2) et la Turquie (0,7), le nombre de sorties cinéma a augmenté. Ce nombre a été le plus élevé en Irlande (3,2). Tandis que le nombre d'entrées par personne est resté le même au Danemark (2,5) et aux Pays-Bas (1,8), il a légèrement diminué dans d'autres pays de l'UNIC.

Source: Membres de l'UNIC, 2013

Information complémentaire de CZ (Unie Filmovych Distributoru), EE (Eesti Filmi Instituut & Baltic Films Co-operation Platform), LT (Lietuviu Filmu Centras & Baltic Films Co-operation Platform), PL (Polski Instytut Sztuki Filmowej) et PT (Instituto do Cinema e do Audiovisual).

\*Cinetel: 90 pour cent du marché; publication des résultats de la SIAE en Juin 2014

Ci-contre: Avec l'autorisation de la NVB

## 2.2 Résultats par Film et Part des Productions Locales

### En Tête au Box-Office

Dans tous les pays de l'UNIC, plusieurs productions venues des Etats-Unis ont enregistré d'excellents résultats au box-office. Parmi ceux-ci, on retrouve : *The Hobbit : The Desolation of Smaug*, *Frozen*, *Despicable Me 2*, *Fast & Furious 6*, *The Hunger Games : Catching Fire* et *Iron Man 3*.

### Part des Productions Locales en 2013

Dans les pays de l'UNIC, la part de marché des films locaux est restée stable de 2012 à 2013. La Turquie était en tête avec une quote-part locale de 47 pourcent, avec neuf films turcs en tête du box-office. Bien qu'il s'agisse d'une baisse par rapport à 2012, les films français représentaient toujours 33,3 pourcent des entrées dans les cinémas français.

### Succès Scandinaves

Les pays scandinaves ont conservé leur récente réputation pour ce qui est de la production de films locaux à grand succès. Des films locaux ont dominé les classements en Norvège, au Danemark et en Finlande. Le Danemark s'est particulièrement illustré, avec quatre films danois dans le Top 5, mené par *The Keeper of Lost Causes* et *The Hunt*.

### Tendances Positives en Italie, en République Tchèque et en Russie

Les résultats positifs enregistrés en Italie peuvent en partie s'expliquer par le succès du film local *Sole a Catinelle*. En République tchèque, la hausse de 11,7 pourcent des revenus au box-office peut également être attribuée au succès de films locaux. En Russie, *Stalingrad* est devenu le film ayant fait les plus grosses recettes de tous les temps au box-office national.

### Les Films Européens Non Nationaux : le Succès du Cinéma Français à l'Étranger

Au Portugal, *La Cage Dorée* – un film français racontant l'histoire d'immigrés portugais – est le seul film européen à avoir enregistré de bons résultats au box-office dans un pays européen autre que son pays d'origine. Le cinéma français avait déjà accompli cet exploit l'année précédente en Allemagne avec le film *Intouchables*.

Les pays scandinaves ont conservé leur récente réputation pour ce qui est de la production de films locaux à grand succès.

Source: Membres de l'UNIC, 2013

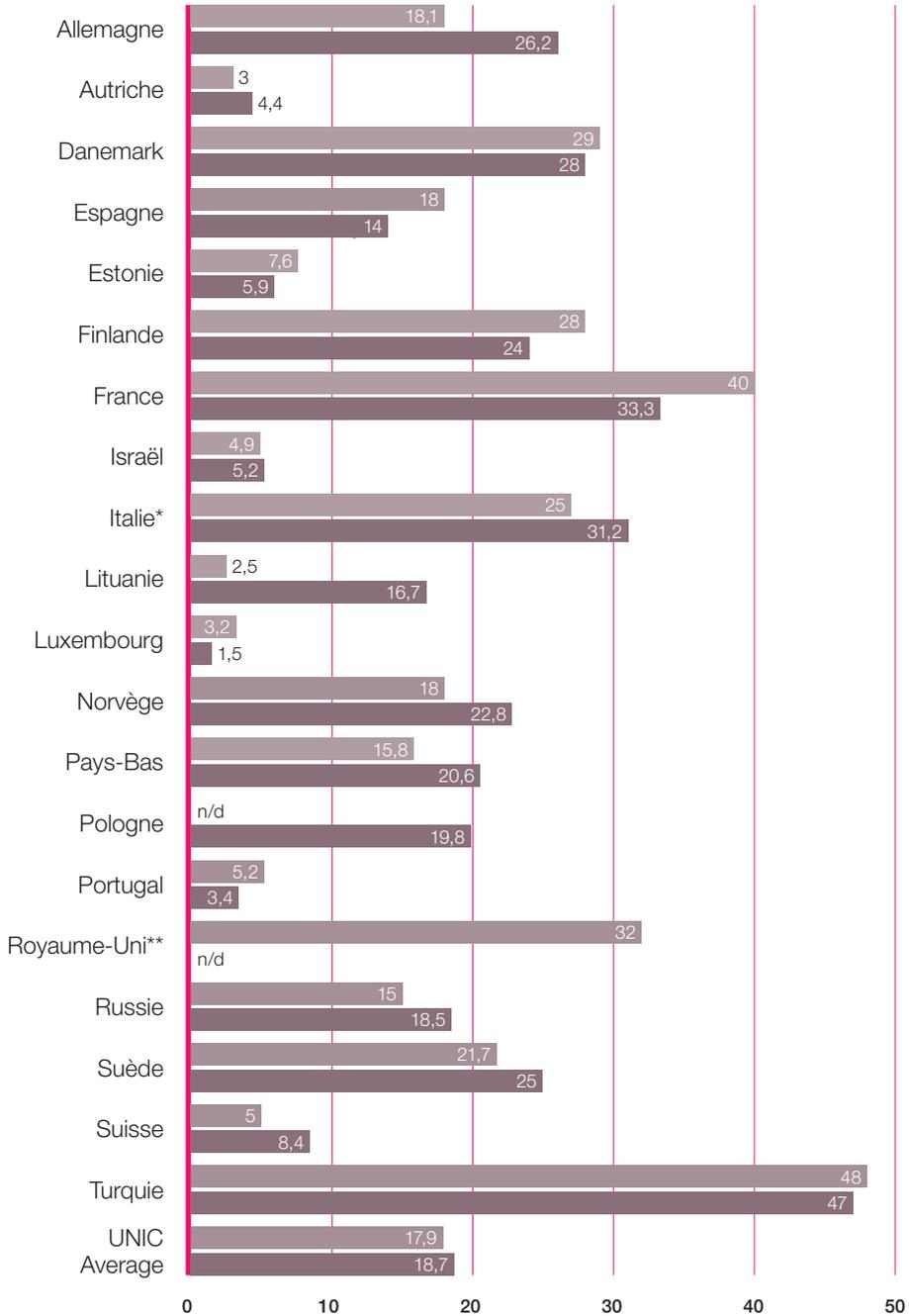
Information complémentaire de CZ (Unie Filmovych Distributoru), EE (Eesti Filmi Instituut & Baltic Films Co-operation Platform), LT (Lietuviu Filmu Centras & Baltic Films Co-operation Platform), PL (Polski Instytut Sztuki Filmowej) et PT (Instituto do Cinema e do Audiovisual).ration Platform), LT (Lietuviu Filmu Centras & Baltic Films Co-operation Platform), PL (Polski Instytut Sztuki Filmowej) and PT (Instituto do Cinema e do Audiovisual).

\* Cinetel: 90 pour cent du marché; publication des résultats de la SIAE en Juin 2014

\*\* La définition des films du RU est celle employée par le British Film Institute.

Part de marché des productions locales/nationales en 2012-13 (in % sur le nombre d'entrées.)

2012 2013



	TOP 1	TOP 2
Allemagne	The Hobbit: An Unexpected Journey	Fack Ju Göthe
Autriche	The Hobbit: The Desolation of Smaug	Django Unchained
Danemark	The Keeper of Lost Causes	The Hunt
Espagne	The Croods	The Hobbit: The Desolation of Smaug
Estonie	Despicable Me 2	The Croods
Finlande	21 Ways to Ruin a Marriage	The Hobbit: The Desolation of Smaug
France	Despicable Me 2	Iron Man 3
Italie	Sole a Catinelle	Despicable Me 2
Lituanie	Valentine Alone	Despicable Me 2
Luxembourg	Frozen	Despicable Me 2
Norvège	Solan og Ludvig – Jul i Flåklypa	The Hobbit: The Desolation of Smaug
Pays-Bas	The Hobbit: The Desolation of Smaug	Despicable Me 2
Pologne	The Hobbit: An Unexpected Journey	Drogowka
Portugal	La Cage Dorée	Fast & Furious 6
République Tchèque	Babovresky	The Hobbit: The Desolation of Smaug
Royaume-Uni	Despicable Me 2	Les Misérables
Russie	Stalingrad	Iron Man 3
Suède	The Hobbit: The Desolation of Smaug	The Hunger Games: Catching Fire
Suisse	Despicable Me 2	Django Unchained
Turquie	Dugun Dernek	CM101MMXI

Source: Membres de l'UNIC, 2013

Information complémentaire de CZ (Unie Filmových Distributoru), EE (Eesti Filmi Instituut & Baltic Films Co-operation Platform), LT (Lietuviu Filmu Centras & Baltic Films Co-operation Platform), PL (Polski Instytut Sztuki Filmowej) et PT (Instituto do Cinema e do Audiovisual).

TOP 3	TOP 4	TOP 5
The Hobbit: The Desolation of Smaug	Django Unchained	Frozen
The Hangover Part 3	Fast & Furious 6	Despicable Me 2
The Hobbit: The Desolation of Smaug	My Sisters Children in Africa	All for Two
Despicable Me 2	World War Z	Frozen
Fast & Furious 6	Monsters University	Turbo
Despicable Me 2	Rolli and the Golden Key	The Hunger Games: Catching Fire
Django Unchained	Gravity	Les Profs
Il Principe Abusivo	Iron Man 3	Fast & Furious 6
Women Lie Better. Kristina	Croods	Fast & Furious 6
Django Unchained	The Hangover Part 3	The Hunger Games: Catching Fire
The Hunger Games: Catching Fire	Iron Man 3	Fast & Furious 6
The Hunger Games: Catching Fire	Verliefd op Ibiza	Fast & Furious 6
The Hobbit: The Desolation of Smaug	Frozen	Walesa
Frozen	Despicable Me 2	7 Pecados Rurais
The Smurfs 2	Pribeh Kmotra	Ctyrlitek ve sluzbach krale
Iron Man 3	The Hobbit: The Desolation of Smaug	The Hunger Games: Catching Fire
Thor: The Dark World	Despicable Me 2	Fast & Furious 6
Hundraårunge som klevt ut genom fönstret och försvann	Monica Z	Despicable Me 2
Fast & Furious 6	The Hangover Part 3	The Hobbit: The Desolation of Smaug
Celal ile Ceren	Kelebegin Ruyasi	Selam

## 2.3 Passage au Numérique



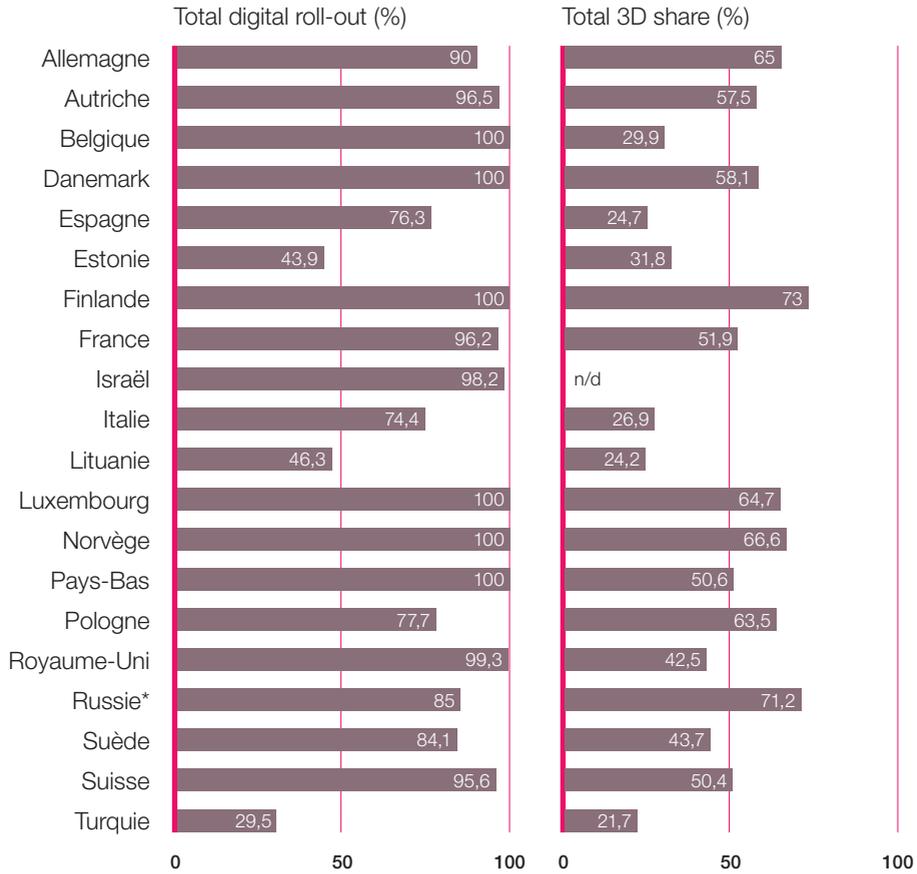
Avec l'autorisation de la FNCF

En 2013, 85 pourcent des cinémas représentés par l'UNIC étaient passés au numérique.

En 2013, 85 pourcent des cinémas représentés par l'UNIC étaient passés au numérique. Le nombre de pays qui avaient soit entièrement accompli la transition numérique, soit étaient en passe d'y arriver, a augmenté progressivement, avec la Belgique, le Danemark, la Finlande, le Luxembourg et la Norvège qui sont maintenant entièrement passés au numérique. L'Autriche, la France, l'Allemagne, le Royaume-Uni, Israël et la Suisse ont dépassé la barre de 90 pourcent et suivront donc bientôt, tandis que la Suède devrait rapidement les rejoindre. A part l'Italie, où des avancées significatives ont été faites ces derniers mois, le passage au numérique reste un défi pour la plupart des pays d'Europe du Sud, où la Turquie est particulièrement à la traîne.

Source: Membres de l'UNIC, 2013  
 Information complémentaire de CZ (Unie Filmovych Distributoru), EE (Eesti Filmi Instituut & Baltic Films Co-operation Platform), LT (Lietuviu Filmu Centras & Baltic Films Co-operation Platform), PL (Polski Instytut Sztuki Filmowej) et PT (Instituto do Cinema e do Audiovisual).  
 \*Nevafilm, 2013

## Passage au numérique et part de marché des écrans 3D en 2013



## 2.4 Densité des Salles



Cine32, Auch/ France, Avec l'autorisation de ENCORE HEUREUX Architectes / Photo: Sébastien Normand

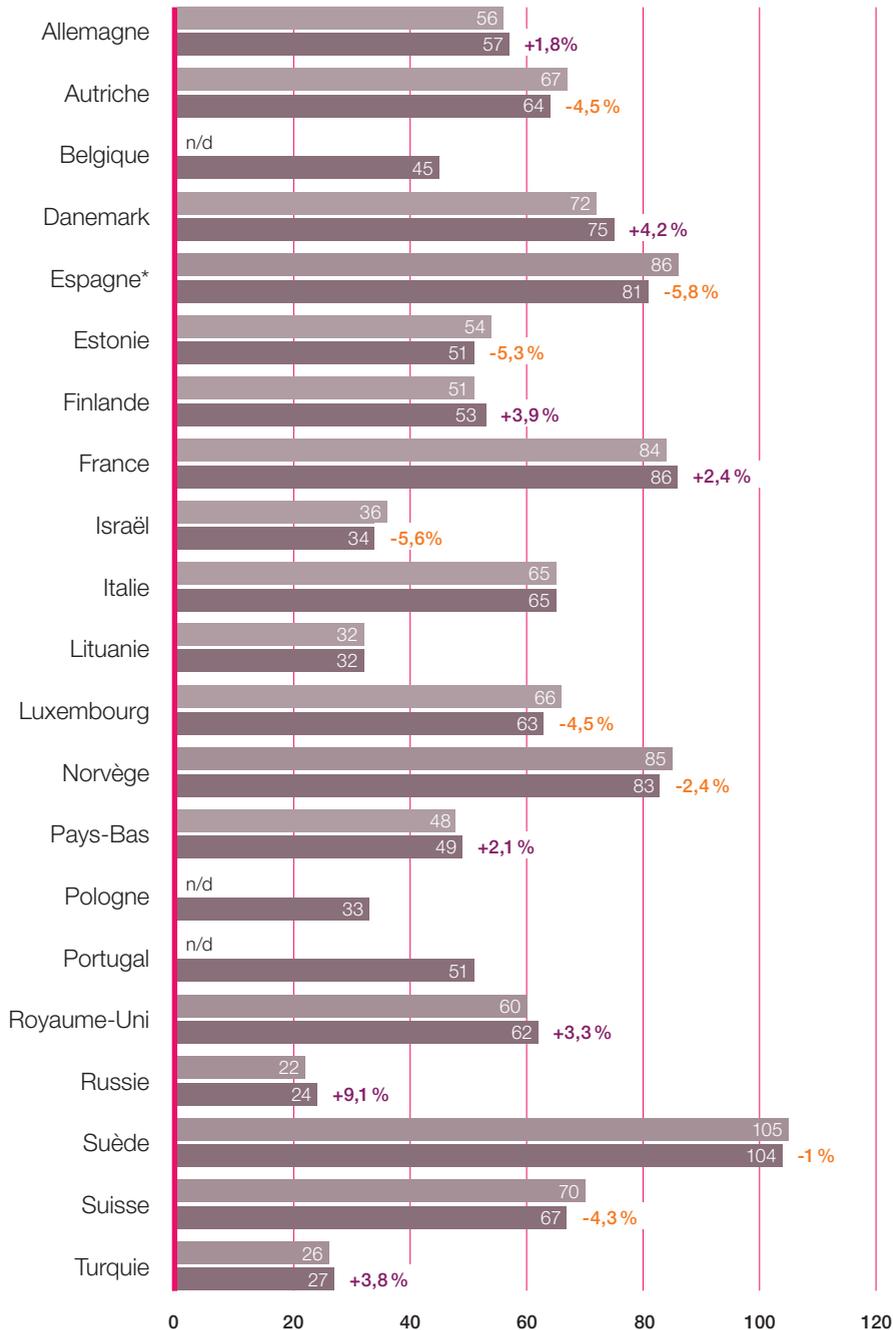
Le nombre total de salles de cinéma dans les pays de l'UNIC est resté stable en 2013. Les pays de l'UNIC pour lesquels des chiffres sont disponibles avaient en moyenne 57 salles de cinéma par million d'habitants. La croissance en Europe Centrale et en Russie s'est maintenue, bien qu'à un rythme moins soutenu maintenant que le marché arrive doucement à saturation. En Espagne, les conditions économiques ont résulté en la fermeture de cinémas ; on y observe la plus forte réduction du nombre de salles parmi les membres de l'UNIC.

Source: Membres de l'UNIC, 2013

Information complémentaire de CZ (Unie Filmowych Distributory), EE (Eesti Filmi Instituut & Baltic Films Co-operation Platform), LT (Lietuviu Filmu Centras & Baltic Films Co-operation Platform), PL (Polski Instytut Sztuki Filmowej), et PT (Instituto do Cinema e do Audiovisual).

\*Espagne: jusqu'à Mai 2013. Prochaine mise à jour en été 2014.

## Densité d'écrans par million d'habitants en 2012-13

 2012
  2013


# 3 BILAN ET PERSPECTIVES





## 3.1 Analyse des Principales Tendances du Marché

Comment analyser les principales tendances de l'exploitation cinématographique européenne dans le contexte d'une chaîne de valeur cinématographique de plus en plus mondialisée, d'innovations technologiques et de nouveaux modes de consommation ?

Il est important de reconnaître que la projection cinématographique européenne est caractérisée par sa diversité qui représente en même temps sa force intrinsèque.

### Une Voix Européenne Forte Nécessaire au Sein d'une Industrie Internationalisée

Les cinémas européens opèrent dans un contexte de plus en plus internationalisé. En 2013, les retours au box-office ont augmenté de 4 pourcent, pour atteindre un total de 25,9 milliard d'euros, sous l'impulsion surtout de la croissance que connaît la région de l'Asie-Pacifique. Ensemble, les pays membres de l'UNIC assurent plus de 25 pourcent de ces revenus. Malgré une légère baisse en 2013, ils représentaient un marché robuste et résilient. Les partenaires industriels internationaux qui se focalisent sur des marchés en développement tels que celui de la Chine et qui négligent la diversité des préférences des publics et des opportunités en Europe, y perdent sans aucun doute.

Dans ce contexte, il est important de reconnaître que la projection cinématographique européenne est caractérisée par sa diversité qui représente en même temps sa force intrinsèque. La fragmentation de notre secteur d'un point de vue culturel et linguistique fait que nous devons exprimer clairement et d'une seule voix notre pertinence économique commune vis-à-vis de nos partenaires. C'est exactement dans ce besoin d'une voix unique que réside la raison d'être de l'UNIC.

Le cinéma numérique s'est affirmé comme un remarquable vecteur de changement.

### Bénéficiaire de l'Innovation et du Changement

Le cinéma numérique s'est affirmé comme un remarquable vecteur de changement. Ces dix dernières années, les cinémas dans les pays membres de l'UNIC ont investi plus de 1,5 milliard d'euros dans le cinéma numérique. En conséquence, ils peuvent maintenant profiter des différentes innovations en termes de contenu, d'efficacité opérationnelle, de flexibilité accrue et de nouvelles économies d'échelle. Et cet engagement en faveur de l'innovation continue reste important. Les développements les plus récents concernent le son immersif, la projection à grande gamme dynamique (High Dynamic Range ou HDR), ainsi que le cinéma 4D. Ceux-ci peuvent potentiellement encore venir amplifier le caractère unique de l'expérience cinématographique.

Grâce à la technologie numérique, les exploitants de salles à travers l'Europe peuvent tester de nouveaux modes de programmation et de fidélisation des publics et sont ainsi aptes à répondre aux nouvelles demandes d'un public fragmenté mais aussi de plus en plus connecté. Le nombre croissant de projections spécialisées et de contenus complémentaires dans les cinémas témoigne des bénéfices que le secteur retire de cette flexibilité accrue. Il existe également une dynamique forte

Des partenariats intersectoriels intelligents, un engagement avec l'audience basé sur la collecte de données et des innovations supplémentaires dans le secteur des réseaux sociaux et des applications mobiles sont des conditions préalables importantes pour être compétitif dans ce nouveau paysage.

Les films faits pour le grand écran – peu importe leur provenance – devraient bénéficier d'une fenêtre d'exploitation en salle durable et exclusive au début du calendrier de sortie.

consistant à sortir les films de manière plus stratégique au cours de l'année à mesure que la distribution de films s'adapte à la numérisation. Des partenariats intersectoriels intelligents avec de grandes marques, un engagement avec l'audience basé sur la collecte de données et des innovations supplémentaires dans le secteur des réseaux sociaux et des applications mobiles sont des conditions préalables importantes pour être compétitif dans ce nouveau paysage.

Au côté de ses membres, l'UNIC tente d'identifier et d'analyser ces tendances le plus tôt possible, afin de s'assurer que les salles de cinéma gardent les rênes en matière de prise de décision sur la manière dont l'industrie peut tirer parti des avancées technologiques.

### **Les Salles de Cinéma et la Vidéo à la Demande – Des Marchés qui Evoluent Ensemble**

Le développement d'une offre attrayante de films en ligne dans toute l'Europe vient renforcer le secteur du cinéma dans son entièreté et est encouragé par les exploitants de salles, à condition que d'importants principes commerciaux en termes de création de valeur et d'exclusivité soient respectés.

Néanmoins, pour que la Vidéo à la Demande devienne un acteur significatif de l'industrie cinématographique européenne, les opérateurs actuels doivent prouver que leur modèle économique contribue à la prospérité et à la diversité culturelle de cette dernière. De nouveaux acteurs du marché ont jusqu'ici refusé d'investir dans la création et de partager certains des risques inhérents aux industries créatives. Plusieurs grands opérateurs en ligne parviennent de plus avec succès à contourner les taxes en Europe. Pour des partenariats réellement créatifs, pouvant donner lieu à des innovations au bénéfice des publics européens qui contribueraient à une meilleure connaissance du consommateur, un plus grand engagement et une participation plus active est requise de la part de ces actionnaires.

Les exploitants de salles sont très attentifs aux changements de comportements dans le domaine du divertissement à domicile. Vu le manque de données quant à la rentabilité des nombreuses plateformes de VàD et considérant la force économique que représente l'exploitation en salle et sa valeur sociale et culturelle uniques, il semble évident que les films faits pour le grand écran – peu importe leur provenance – devraient bénéficier d'une fenêtre d'exploitation en salle durable et exclusive au début du calendrier de sortie. Quand il s'agit de promouvoir les films de manière plus efficace dans différents marchés, l'enjeu est clairement que les nouveaux acteurs du marché soient plus transparents et plus coopératifs.

### **Récompenser la Créativité**

Rien de tout ce qui précède ne portera ses fruits si nous ne parvenons pas à endiguer l'impact dévastateur qu'ont la contrefaçon et le visionnage illicite d'œuvres cinématographiques sur notre industrie et la diversité de notre offre. Selon une étude récemment menée dans toute l'Europe, 42 pourcent des Européens jugent acceptable de télécharger ou d'accéder illégalement à du contenu protégé par droit d'auteur dans le cadre d'un

usage personnel. Ce nombre augmente jusqu'à 57 pourcent chez les 15-24 ans (OHIM, Nov. 2013). Il est nécessaire que les exploitants de salles participent à s'assurer que les investissements dans la production, la distribution et l'exploitation de films continuent à prospérer. En plus de nos engagements en termes de travail politique – tels que décrits plus bas – l'UNIC coordonne la collaboration entre les ayants droits et les exploitants de salles en ce qui concerne la lutte contre l'enregistrement illégal de films dans les salles et la promotion de l'éducation à l'image et des campagnes de sensibilisation auprès de ses membres.

### **Des Opportunités pour les Productions Locales et Européennes**

Même si les 'porte-étendards' des grands studios ainsi que les films américains plus alternatifs continueront à attirer les publics européens, l'internationalisation du secteur, encouragé par le changement technologique, présente de belles opportunités pour les films locaux et européens.

Les cinémas européens dépendent fortement des films européens qui remportent un franc succès sur le grand écran. Les réussites de l'année dernière au box-office tels que *The Hunt* (DK), *Fack ju Göthe* (DE), *Sole a Catinelle* (IT), *Stalingrad* (RU) et *Dugun Dernek* (TK) indiquent le chemin à suivre et devraient constituer un encouragement. Même si l'industrie du film européen est fragmentée le long de barrières linguistiques et culturelles, des productions locales et coproductions à succès ont également démontré que les histoires européennes voyagent et que le grand écran est le meilleur lieu pour promouvoir ces histoires par-delà les frontières. Dans ce contexte, l'UNIC constate que des succès paneuropéens ont tendance à d'abord bien marcher dans un territoire donné, ce qui vient pointer du doigt le besoin de pouvoir développer des marchés nationaux solides pour les œuvres cinématographiques.

### **Attirer les Spectateurs**

Nous devons maintenant parvenir à attirer un public sans cesse grandissant et de plus en plus diversifié afin qu'il puisse profiter pleinement de la projection de films sur grand écran. Les cinémas saisissent cette opportunité, en modernisant leurs salles et leur offre, ainsi que via des stratégies d'engagement avec les spectateurs. La technologie numérique offre une myriade de manières innovantes pour aller à la rencontre de ses spectateurs en explorant les valeurs sociale et culturelle uniques associées à la sortie au cinéma. Les membres de l'UNIC soutiennent aussi sans équivoques les programmes d'éducation à l'image à travers l'Europe. L'éducation à l'image détient un rôle socioculturel fondamental, car les films ont une valeur sociétale incommensurable : de par les valeurs qu'ils véhiculent, leur signification historique ou contemporaine ou encore à travers leur dimension artistique. Les salles de cinéma sont le lieu le plus évident pour familiariser les jeunes avec le cinéma. Il existe aussi une corrélation établie entre l'accès à l'éducation cinématographique et la fréquence des sorties au cinéma. Le partage de ces expériences et des leçons vécues dans le contexte d'un public en constante évolution sera l'un des axes clé de l'UNIC en 2014 et en 2015.

Des productions locales et coproductions à succès ont également démontré que les histoires européennes voyagent et que le grand écran est le meilleur lieu pour promouvoir ces histoires par-delà les frontières.



## Initiatives pour la Promotion de l'Éducation à l'Image (sélection)

### Programmes dans les Pays Membres de l'UNIC

PAYS	INITIATIVES
Allemagne	Chaque 'Land' allemand a ses propres stratégies pour promouvoir l'éducation aux médias. Vision Kino – une organisation nationale – mène le projet Schulkinowochen (les semaines du film à l'école), qui se déroule dans environ 780 cinémas en Allemagne.
Autriche	Plusieurs cinémas ont des programmes spécifiques pour les écoles. FILM ABC est l'initiative nationale pour l'éducation à l'image. Le Musée Autrichien du Film est impliqué dans plusieurs initiatives. 5x Film est un autre exemple d'une initiative à succès.
Belgique	Des initiatives régionales organisent des projections pour les écoles: en Flandres – Lessen in het donker (des cours dans le noir); Wallonie – Ecran large sur tableau noir. Des expériences sont aussi menées autour de matinées scolaires.
Danemark	Plusieurs initiatives menées par l'Institut Danois du Film, en ce compris des projections pour les écoles, des programmes de distribution de films en ligne qui ciblent les jeunes, ainsi que divers supports de cours.
Espagne	Il existe un nombre d'initiatives à petite échelle menées par les municipalités ou par des cinémas individuellement pour promouvoir l'éducation à l'image chez les jeunes.
Finlande	Koulukino – l'association du cinéma scolaire – fournit du matériel didactique gratuit aux écoles du pays.
France	La France a mis en place un programme national de promotion de l'éducation à l'image qui encourage les écoles à assister à des projections de films. Le CNC est responsable de plusieurs programmes autour de l'éducation à l'image.
Italie	AGISCUOLA est mené par AGIS-ANEC (association d'exploitants de salle) et promeut les partenariats entre les écoles, les cinémas et le Ministère de l'Éducation, tout en organisant des formations pour les enseignants. Scuola e giovani: une initiative où les étudiants rencontrent les réalisateurs de films. Les étudiants sont aussi encouragés à participer aux festivals et concours de cinéma.
Luxembourg	Le festival de film Discovery Zone au Luxembourg a un programme spécifique pour les jeunes publics.

Norvège	L'Institut norvégien du Film est chargé de la coordination de la stratégie d'éducation nationale à l'image. L'initiative Cultural Rucksack – un programme qui donne des ressources culturelles et créatives aux enfants – contient également un volet cinéma organisé par Film & Kino (association d'exploitants de salles). Il existe aussi une base de données qui reprend les ressources d'éducation à l'image en ligne. Une "Big School Cinema Day" est organisée tous les ans.
Pays-Bas	Les projets d'éducation à l'image sont mis en place par le EYE Film Institute, avec le soutien financier du NVB (association d'exploitants de salles).
Royaume-Uni	Au Royaume-Uni, l'organisation de charité Into Film est chargée de mettre en place un programme d'éducation à l'image de £ 26 million pour les 5–19 ans dans tout le Royaume-Uni pendant les quatre années à venir. Un financement d'environ £ 750,000 par an par les industries a pour objectif d'encourager les jeunes à devenir des spectateurs payants, en premier lieu à travers le Festival Into Film.
Suède	La Suède a mis en place une stratégie nationale pour la culture cinématographique et la plupart des jeunes participent aux événements qui en découlent. Il existe aussi des lignes directrices régionales en matière de culture cinématographique. L'Institut suédois du film finance des projets principalement menés par les municipalités.
Suisse	La plateforme en ligne Cineducation.ch, créée en 2011, rassemble diverses institutions impliquées dans l'éducation à l'image à travers la Suisse.

#### Initiatives Européennes et Internationales

MEDIA	Le volet MEDIA du programme Europe Créative de la CE soutient les projets paneuropéens qui promeuvent l'éducation à l'image et augmentent la connaissance et l'intérêt des publics en matière de films européens, en particulier chez les jeunes.
Europa Cinemas	20 pourcent du soutien aux membres du réseau Europa Cinemas est dédié aux initiatives à l'attention des jeunes publics.
UNESCO	Le premier Forum européen de Culture des Médias s'est déroulé les 27 et 28 Mai 2014 à Paris. Une des neuf conférences était spécifiquement dédiée à la promotion de l'éducation à l'image.

## 3.2 Derniers Développements Politiques

### Se Préparer à l'Inattendu

Trois ans après sa relocalisation de Paris à Bruxelles, l'UNIC s'est établie comme une association professionnelle reconnue par la communauté politique européenne. Les décideurs centraux du Parlement, de la Commission et du Conseil écoutent nos points de vue. Nos partenaires au sein des industries créatives comptent sur notre implication active dans diverses initiatives intersectorielles comme l'alliance de contenu créatif 'Creativity Works!', dont l'UNIC est un membre fondateur.

Il est important d'avoir une organisation d'exploitants de salles moderne, efficace et souple à Bruxelles, en premier lieu parce que les cinémas et l'industrie du cinéma se trouvent face à des changements politiques de taille.

En mai 2014, environ 375 millions d'électeurs ont voté pour un nouveau Parlement européen. Plus tard dans l'année, des changements auront lieu au niveau de la direction de la Commission européenne. Les temps sont donc – du moins temporairement – assez incertains au niveau de la législation de l'UE et des politiques pouvant impacter le secteur du cinéma. Ce qui est certain, c'est qu'il faudra de la sensibilisation et un nouveau travail politique pour s'assurer que les cinémas puissent continuer à œuvrer dans des conditions favorables et à proposer la meilleure expérience cinématographique à leurs publics. A cette fin, l'UNIC lancera une campagne de sensibilisation pour les nouveaux Membres du Parlement européen et les principaux décideurs de la Commission européenne après l'été 2014.

L'UNIC lancera une campagne de sensibilisation pour les nouveaux Membres du Parlement européen et les principaux décideurs de la Commission européenne après l'été 2014.

### Placer l'Exploitation des Salles en Haut de l'Agenda du Cinéma Européen

Il est important que la Commission européenne et le Parlement européen revoient la valeur sociale, culturelle et économique qu'ils attribuent à l'exploitation cinématographique. Les cinémas et l'expérience de voir un film ensemble sur grand écran devraient être des éléments centraux dans la stratégie de l'UE pour promouvoir le cinéma européen. L'importance grandissante des contenus locaux pour tous les types de cinémas, ainsi que le succès du réseau spécialisé Europa Cinemas soutenu par l'UE illustrent que l'exploitation en salle est de loin la meilleure plateforme pour créer un engouement autour de tous les types de films, en ce compris ceux d'autres pays européens.

A l'opposé, il y a un manque de transparence au niveau de la capacité qu'ont les nouvelles plateformes en ligne à créer une demande du consommateur pour des films européens. La critique émise par certains membres de la Commission européenne vis-à-vis des sorties exclusives en salle manque de chiffres concrets. S'il est imité ailleurs, le projet pilote plutôt modeste actuellement mené par l'UE et qui promeut les sorties simultanées dans les salles et sur la V&D, pourrait fortement porter préjudice à la création de valeur, d'emploi et à la diversité culturelle en Europe.

Il est important que la Commission européenne et le Parlement européen revoient la valeur sociale, culturelle et économique qu'ils attribuent à l'exploitation cinématographique.

Les stratégies nationales et européennes en matière de cinéma devraient se baser sur du concret et avoir de l'ambition. Du point de vue de l'UNIC, elles devraient se focaliser sur la promotion de films compétitifs et culturellement diversifiés qui attirent les spectateurs au cinéma. Cette focalisation sur le grand écran augmentera à son tour fortement l'exploitation du divertissement à domicile. Il y a de plus un besoin de stratégies d'engagement des publics qui soient plus ciblées et plus pointues. Si ces initiatives sont établies stratégiquement et en consultation avec le secteur, elles ne peuvent que faire augmenter la demande des publics dans toutes les branches du cinéma, en ce compris la Vidéo à la Demande. L'UNIC collaborera étroitement avec le département Europe Créative/ME-DIA, ainsi qu'avec d'autres départements de la Commission européenne pour promouvoir une stratégie cinéma qui ait du sens pour tous.

### **Engagements Envers le Droit d'Auteur et la Culture**

Tous les ans, l'industrie européenne du film et du cinéma encourt d'énormes pertes dues à la contrefaçon d'œuvres cinématographiques, que ce soit par l'enregistrement de films dans les cinémas, les copies depuis des supports légaux ou les partages illégaux en ligne. Ceci signifie que les personnes qui travaillent dans le secteur ne sont pas récompensées pour leurs efforts et que l'investissement dans la création cinématographique est découragé.

Les exploitants de salles, ainsi que l'ensemble de l'industrie cinématographique, dépendent de la capacité des producteurs et distributeurs à montrer leurs œuvres au moment et de la manière qu'ils le souhaitent et à empêcher leur utilisation illicite. D'importants principes légaux tels que la territorialité du droit d'auteur, les droits exclusifs, la liberté contractuelle et la mise en application du droit d'auteur sous-tendent le bien-être de l'ensemble de la chaîne de valeur cinématographique et permettent la création et la projection de films culturellement diversifiés.

Hélas, l'opinion publique en Europe et un nombre de décideurs basés à Bruxelles restent critiques quant à l'importance du droit d'auteur. D'importantes plateformes technologiques qui ne s'impliquent pas dans la culture européenne et qui promeuvent une vision sociétale qui met à mal la capacité des artistes et de leurs partenaires à créer des œuvres d'art significatives ont biaisé la perception qu'a le public de la valeur attachée à la création et l'exploitation de ces œuvres. Tandis qu'il semble acceptable de dépenser € 800 pour l'achat d'un téléphone mobile, le coût de téléchargement d'une chanson ou d'un film ne semble quant à lui pas être accepté, ce qui constitue à nos yeux un déséquilibre regrettable. En parallèle, la disponibilité des services de streaming illégaux continue à mettre à mal les offres de contenus légaux.

L'UNIC est donc persuadée que l'Europe a besoin d'un dialogue plus ouvert et plus franc, pour explorer la manière dont nous souhaitons tous célébrer la créativité et les arts dans un contexte de changements technologiques rapides. Elle est un membre fondateur de la coalition Creativity Works! qui tente de susciter un tel débat à Bruxelles et au-delà.

D'importants principes légaux tels que la territorialité du droit d'auteur, les droits exclusifs, la liberté contractuelle et la mise en application du droit d'auteur sous-tendent le bien-être de l'ensemble de la chaîne de valeur cinématographique et permettent la création et la projection de films culturellement diversifiés.

L'Europe a besoin d'un dialogue plus ouvert et plus franc, pour explorer la manière dont nous souhaitons tous célébrer la créativité et les arts dans un contexte de changements technologiques rapides.

En ce qui concerne l'actuelle révision du droit d'auteur à un niveau européen, l'UNIC insiste auprès de la Commission et du Parlement européens pour qu'une approche factuelle soit maintenue et qu'on ne se lance pas à tout prix et tête baissée dans une réforme. A nos yeux, la législation européenne en matière de droit d'auteur fonctionne, permettant au secteur du cinéma européen de créer et diffuser environ 1300 films par an et d'être suffisamment flexible que pour s'adapter aux nouvelles demandes du consommateur. Nombre de propositions de réformes suggérées par la Commission pourraient bénéficier à ceux qui ne s'impliquent pas dans le secteur culturel et créatif et pourraient à long terme porter dommage aux choix des consommateurs et à la diversité culturelle. Une dilution et un affaiblissement des standards de droit d'auteur ne devraient pas être la réponse donnée aux grandes opportunités que nous offrent Internet et les communications numériques.

En ce qui concerne la protection des œuvres cinématographiques dans leurs salles, les exploitants de cinémas s'engagent à continuer à lutter contre l'enregistrement illégal de films dans les cinémas et de développer les partenariats déjà entamés avec succès avec leurs partenaires de la distribution. L'UNIC se positionne comme un point central en Europe pour identifier et mettre en lumière les points chauds de l'enregistrement par caméra. Nous encourageons aussi les discussions avec les partenaires de la distribution et de la communauté créative sur la manière dont les campagnes de sensibilisation dans les cinémas peuvent être utilisées pour empêcher le piratage et promouvoir le droit d'auteur et la créativité.

### **L'Europe Au-Delà de Bruxelles**

Les règles et politiques de l'UE qui ont un impact sur les salles de cinéma sont souvent conçues en collaboration avec ou par les Etats Membres européens. Les expériences de l'année dernière quant à l'exclusion des services audiovisuels du mandat de négociation de la Commission autour du Partenariat Transatlantique de Commerce et d'Investissement (TTIP) ou la Communication Cinéma en sont des exemples. Sans les efforts des Etats Membres de l'UE, l'industrie du cinéma aurait écopé de politiques qui auraient pu causer du tort au secteur. L'actuelle révision des règles de l'UE en matière de droit d'auteur pose des défis comparables.

De la même manière, ce qui se passe dans un Etat Membre peut aisément inspirer des mesures similaires dans un autre. Des changements législatifs relativement minimes dans un pays en matière de taxes, de fenêtres d'exploitation, de paiements des droits musicaux ou de l'intégration d'opérateurs V&D dans le système de financement de films peuvent potentiellement causer du tort ou bénéficier à l'ensemble du secteur du cinéma en Europe.

Cette interconnexion présente un nombre de défis et d'opportunités : l'UNIC, accompagnée de ses partenaires, doit en permanence rappeler aux décideurs de l'UE qu'un secteur du cinéma européen fort n'est possible que si des industries nationales tout aussi fortes sont soutenues. La plupart du temps, les différents acteurs dans le marché de chaque pays et les autorités nationales compétentes sauront ce dont leur propre

L'UNIC, accompagnée de ses partenaires, doit en permanence rappeler aux décideurs de l'UE qu'un secteur du cinéma européen fort n'est possible que si des industries nationales tout aussi fortes sont soutenues.

marché a besoin. Ce constat invite à une approche modérée de la législation européenne dans le domaine du cinéma.

En même temps, l'UNIC doit étroitement collaborer avec ses membres et partenaires à un niveau national pour s'assurer que les gouvernements nationaux et autres partis prenantes se soucient du développement d'une stratégie du film et du cinéma européens qui ait du sens pour tout le monde. Parfois, les développements de la politique de l'UE en matière de cinéma sont pris trop à la légère par les Etats Membres. Enfin, l'UNIC doit continuer à partager des bonnes pratiques et des informations en matières de développements défavorables des politiques nationales qui pourraient impacter d'autres pays.

En plus de notre objectif premier qui consiste à influencer les politiques de l'UE fixées à Bruxelles, nous visons un plus grand engagement envers nos membres et envers les décideurs dans tous les pays de l'UNIC.



Avec l'autorisation de Pathé Beaugrenelle

## 3.3 Résumé des Principales Positions Politiques de l'UNIC

Les cinémas de toutes tailles et localisations constituent une ressource de valeur pour les communautés. Ce sont des lieux de rencontres créatives qui fournissent de l'emploi et qui ont des effets multiplicateurs marqués sur les autres commerces locaux.

Ci-dessous, vous trouverez un bref résumé des principaux positionnements de l'UNIC et qui influencent notre travail au quotidien. Chacun est détaillé plus en avant sur notre site web (voir fin du rapport).

### > Culture, Commerce et Communauté

Les cinémas de toutes tailles et localisations constituent une ressource de valeur pour les communautés. Ce sont des lieux de rencontres créatives qui fournissent de l'emploi et qui ont des effets multiplicateurs marqués sur les autres commerces locaux. En proposant une grande diversité de films, ils offrent l'opportunité aux personnes de comprendre et d'exprimer leur identité, d'atteindre les jeunes et les plus âgés, ainsi que ceux d'origines différentes. L'exploitation en salle reste aussi « l'Étalon d'or » pour voir un film ensemble, sur grand écran, comme prévu par le réalisateur. Les cinémas occupent de plus en plus une part de marché grandissante dans le total des revenus du cinéma et contribuent de manière substantielle à la création de films. Les sphères de la culture, du commerce et des communautés se rejoignent donc toutes autour de la sortie au cinéma. Cette interdépendance vertueuse devrait être célébrée et nourrie.

### > Opportunités Numériques

Grâce au cinéma numérique, les exploitants de salles peuvent proposer une programmation plus diversifiée et plus flexible, contenant une plus grande part de films européens et de contenus alternatifs. Des améliorations en matière de qualité d'image et de son rendent l'expérience du grand écran encore plus prenante et la démarquent du divertissement à domicile. À un autre niveau, les médias sociaux et les solutions mobiles aident les exploitants de salles à se connecter avec leurs publics de manières différentes et accentuent les dimensions sociales de la sortie cinéma. Souvent, c'est le rôle de l'UNIC d'aider le secteur à partager des expériences et à parler d'une seule voix de la manière dont la projection en salles pourrait bénéficier des innovations numériques.

### > Récompenser la Créativité et les Investissements dans le Cinéma

Les exploitants de salles de cinéma sont convaincus que le droit d'auteur et les droits voisins sont la meilleure manière de nourrir la création artistique ainsi que les investissements dans la production, la distribution et l'exploitation d'œuvres cinématographiques. Nous nous positionnons en affirmant que l'actuel cadre autour du droit d'auteur de l'UE fonctionne mais qu'il lui manque une mise en œuvre appropriée à travers les États Membres de l'UE. L'UNIC encourage le développement d'une offre légale attractive de films en ligne et collabore avec diverses parties prenantes dans la lutte contre les enregistrements illégaux de films dans les salles de cinéma ainsi que le vol en ligne de films. Nous encourageons les campagnes de sensibilisation du public dans les cinémas pour combattre les

enregistrements dans les salles et promouvons les campagnes de sensibilisation autour de la valeur de la réalisation de films et du droit d'auteur.

#### > Pratiques de Sortie de Films

Vu la diversité du cinéma européen et la fragmentation des marchés du film à travers l'UE, l'UNIC est convaincue que chaque marché devrait décider de la manière dont un film est sorti dans les pays européens, en accord avec le principe de liberté contractuelle. De plus, les gouvernements nationaux peuvent intervenir sur la base d'arguments spécifiques de politiques culturelles et selon le principe de subsidiarité.

#### > Paiement des Droits Musicaux

La plupart des cinémas d'Europe effectuent des paiements substantiels aux sociétés de gestion collective afin de rémunérer les compositeurs et autres créateurs pour l'utilisation de leur œuvre dans les films et les salles. L'UNIC soutient bien sûr les droits des créateurs à être rémunérés pour leurs efforts. Nous pensons aussi que le niveau de paiement devrait être équitable et qu'il devrait y avoir des manières transparentes de calculer et de distribuer les paiements faits aux sociétés de gestion collective. Tout cinéma devrait être capable de récuser les sociétés de collectes de droits et les montants des droits devant les tribunaux nationaux ou les tribunaux de droit d'auteur compétents.

#### > Mobilité Réduite et Accessibilité

Les exploitants de salles reconnaissent le droit à chacun de profiter de l'expérience cinématographique. Ils ont fait des investissements de taille pour améliorer l'accessibilité à leurs complexes et aux infrastructures concernées. Le secteur de l'exploitation cinématographique continuera à faire tout ce qu'il peut pour s'assurer que les personnes handicapées puissent profiter du grand écran. Chaque cinéma a inévitablement un plafond financier venant limiter ses efforts en la matière et c'est à chaque cinéma d'évaluer individuellement quand est-ce que cette limite est atteinte.

#### > Taxation

Les taxes excessives mettent en danger la viabilité de nombre de cinémas dans plusieurs pays de l'UNIC, en particulier ceux touchés par la récession économique. Tandis que ces cinémas se trouvent face à des baisses significatives des montants dépensés par les consommateurs et face à une augmentation de la TVA en dépit de leur offre culturelle, ils doivent aussi investir dans la technologie du cinéma numérique afin de survivre à la fin proche de la distribution de films. L'UNIC travaille en étroite collaboration avec ses membres à un niveau national pour convaincre les gouvernements que des augmentations de la TVA ou des taxes sur le divertissement ne font que créer des augmentations temporaires des revenus du gouvernement, tandis qu'à long terme ils endommagent l'industrie et le budget de l'État. De plus, l'UNIC s'est plusieurs fois tournée vers les grands distributeurs pour expliquer la situation délicate dans laquelle se trouvent certains cinémas et leur suggérer de prendre en considération cette situation au moment de décider de la fin de la distribution de films.

Grâce au cinéma numérique, les exploitants de salles peuvent proposer une programmation plus diversifiée et plus flexible.

## Aperçu d'un Nombre d'Initiatives pour le Développement des Audiences dans les Pays de l'UNIC

PAYS	INITIATIVES
Autriche	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Cinemadays (lundi–jeudi)</li> <li>– Partenariats avec des partenaires tels que “SKIP – das Kinomagazin” et d’autres</li> </ul>
Belgique	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Fortis Film Days (trois jours en septembre – sponsorisé par une institution financière)</li> <li>– Initiatives de Coca Cola en été</li> </ul>
Danemark	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Le ‘Grand Cinema Day’</li> <li>– Une journée cinéma pour les enfants de 10 ans</li> <li>– Mardi Telia (sponsorisé par un opérateur de téléphone mobile): deux tickets cinéma pour le prix d’un, tous les mardis (chaque fois 2,000 tickets disponibles)</li> </ul>
Espagne	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Miércoles al Cine (Mercredis au cinéma), lancé en janvier 2014 : tous les tickets à 5€ jusqu’au 15 avril</li> </ul>
Finlande	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ‘Mardi du Film Local’, avec la loterie finnoise Veikkaus, (promotion du film local)</li> </ul>
France	<ul style="list-style-type: none"> <li>– La plupart des cinémas proposent des tickets à € 4 pour les spectateurs de moins de 4 ans (depuis janvier 2014)</li> <li>– Orange Cinéday (sponsorisé par un opérateur mobile), chaque mardi, deux tickets pour le prix d’un</li> </ul>
Italie	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ‘Festa del Cinema’ célèbre pendant une semaine la sortie au cinéma avec des tickets à prix réduits (€3–€5 pour les films en 3D), organisé par les Associations de l’Industrie Cinématographique avec le soutien de sponsors et partenaires médiatiques</li> <li>– ‘The Space Pass’, nouvelle initiative lancée par le Space Cinema Group, proposant un nombre illimité d’entrées en échange d’un forfait mensuel ou annuel</li> </ul>
Norvège	<ul style="list-style-type: none"> <li>– La campagne du cadeau cinéma (national) promeut les tickets cinéma comme un cadeau bon marché et populaire, surtout parmi les jeunes</li> <li>– Cinéma d’été, une campagne nationale qui tente d’attirer les jeunes dans les salles pendant le court été norvégien</li> <li>– La Journée Nationale du Cinéma en novembre, le plus ancien et plus grand événement – tickets à moitié prix</li> <li>– Campagne Netcom : deux tickets pour le prix d’un le mardi</li> </ul>

---

Pays-Bas	<ul style="list-style-type: none"><li>– Campagne d'une semaine pour tout le secteur en septembre 2014, avec des tickets à prix réduits, des festivités et des événements</li><li>– Weekend du Film néerlandais (Het weekend van de Nederlandse Film) en septembre, par Jogchem's Theaters et Wolff Bioscopen : accès gratuit au programme de jeunes réalisateurs néerlandais et prix réduits pour une sélection de films néerlandais, en coopération avec le Festival du Film néerlandais</li></ul>
Royaume-Uni	<ul style="list-style-type: none"><li>– La promotion des mercredis Orange (maintenant EE) depuis mars 2004 offre deux tickets pour le prix d'un à tous les utilisateurs de ce réseau mobile.</li></ul>
Turquie	<ul style="list-style-type: none"><li>– Campagne GNC de Turkcell (opérateur mobile) : lundi et mardi, deux tickets pour le prix d'un</li><li>– Free Zone de Vodafone : un ticket + un cadeau ; menu spécial au stand des concessionnaires.</li></ul>

---

Source: membres de l'Unic 2014

# 4 L'ANNÉE À L'UNIC

Ces 12 derniers mois, l'UNIC a encore plus professionnalisé son organisation pour renforcer sa portée et son impact. Nous avons mis en œuvre un programme venant changer le mode de fonctionnement de l'UNIC, consolidant ainsi le rôle du Conseil d'Administration de l'UNIC et rationalisant notre processus décisionnel. Nous avons augmenté la fréquence et la profondeur de notre travail de sensibilisation politique et avons commencé à impliquer des PDG clés de nos opérateurs membres dans le travail politique de l'UNIC. Reconnaisant la volonté grandissante de nos opérateurs et fournisseurs à s'impliquer, l'UNIC a continué à développer et professionnaliser ses groupes de travail autour de la technologie, de la vente au détail et du marketing, ainsi que son Programme de Partenariat. Nos relations avec des partenaires clés en Europe et aux Etats-Unis a continué à se renforcer. Ci-dessous, vous trouverez un résumé de nos accomplissements de l'année écoulée.

Avec l'autorisation de la FNCF



CINEMA  
*étoile*  
LILAS



## 4.1 Travail Politique

L'objectif clé de l'UNIC est de promouvoir la valeur de l'exploitation cinématographique en Europe et dans le monde et d'aider à donner forme aux politiques et aux législations qui ont du sens pour le secteur et pour l'industrie du cinéma en général.

En 2013/2014, certains des dossiers clés de l'UNIC étaient la Communication du Cinéma sur les Aides d'Etat, une révision toujours en cours des règles sur le droit d'auteur dans l'UE, le Partenariat Transatlantique UE-USA de Commerce et d'Investissement, un Livre Vert sur un Monde Audiovisuel Totalement Convergent, la Directive de l'UE sur la Gestion Collective des Droits d'Auteur ainsi que des projets pilotes et des débats en matière de sortie de films et des modèles économiques du secteur audiovisuel.

L'objectif clé de l'UNIC est de promouvoir la valeur de l'exploitation cinématographique en Europe et dans le monde et d'aider à donner forme aux politiques et aux législations qui ont du sens pour le secteur et pour l'industrie du cinéma en général.

Dans ce contexte, l'UNIC a participé à d'importants processus de consultations publiques, des auditions et des séminaires et a rédigé des prises de position et des études comparatives sur les développements intéressants au niveau des politiques et des marchés. De plus, nous avons suivi de près des développements similaires dans les pays membres de l'UNIC et avons soutenu nos membres dans leurs efforts de lobbying.

L'UNIC est engagée dans un dialogue continu avec des personnes clés à la Commission européenne, au Parlement européen, au Conseil ainsi qu'auprès des représentations permanentes des Etats Membres. Nous représentons le secteur dans divers Groupes d'Experts du Cinéma de la Commission européenne et siégeons dans le Comité de Conseil de l'Observatoire Audiovisuel Européen.

Afin de s'assurer que le secteur est uni face aux grands développements politiques, l'UNIC est aussi un membre actif d'importantes coalitions de l'industrie créative telle que Creativity Works! et collabore étroitement avec ses réseaux partenaires, Europa Cinemas et la Confédération Internationale des Cinémas d'Art et d'Essai (CICAE). A Bruxelles, nous nous sommes établis comme un partenaire de confiance pour l'industrie du film. A un niveau international, notre association soeur, la NATO (National Association of Theatre Owners) est un allié de choix. Au printemps 2014, l'UNIC a encore approfondi ses relations avec la distribution internationale en rendant visite à un nombre de partenaires des grands studios pour des discussions importantes au sujet de la contrefaçon des œuvres cinématographiques et du droit d'auteur.

## 4.2 Groupes d'Experts et Intelligence Economique et Politique

L'UNIC a soutenu cette année trois groupes de travail pour ses membres.

Reconnaissant le besoin d'échange d'informations concernant les tendances du marché à un niveau international et consciente du fait que notre secteur fragmenté bénéficie parfois du fait d'exprimer des positions partagées, l'UNIC a soutenu cette année trois groupes de travail pour ses membres.

**Le Groupe Technologique de l'UNIC** effectue une veille sur les développements stratégiques et les tendances de la technologie cinématographique et encourage une approche coordonnée de l'industrie pour faire en sorte que les œuvres cinématographiques soient projetées dans les meilleures conditions possibles et profitent aux spectateurs. Parmi les activités phares de 2013/2014 on retrouve une déclaration commune avec la NATO au sujet d'un standard partagé en matière de son immersif, une déclaration avec le European Digital Cinema Forum (EDCF) autour des niveaux de luminosité et un travail de persuasion régulier en faveur d'une fenêtre de test de minimum 24 heures pour les Key Delivery Messages (KDM). Le groupe suit de près le travail de et collabore avec le EDCF (European Digital Cinema Forum), l'ISDCF (Inter-Society Digital Cinema Forum), l'ICTA (International Cinema Technology Association), la SMPTE (Society of Motion Picture and Television Engineers) et Inter-Society for the Enhancement of Cinema Presentation.

**Le Groupe Vente au Détail de l'UNIC** étudie les dernières tendances dans le domaine du commerce au détail au sein des salles de cinéma et examine comment les cinémas peuvent innover et améliorer leur offre dans cette part de revenu importante pour l'exploitation cinématographique. Les participants partagent des bonnes pratiques et testent des concepts commerciaux innovants pendant des ateliers qui ont lieu toute l'année. Les résultats de certains tests de marché seront présentés à CineEurope, la convention annuelle de l'UNIC. L'initiative est soutenue par le groupe Coca-Cola.

**Le Labo Innovation de l'UNIC** explore comment les cinémas peuvent s'adresser aux spectateurs de manières nouvelles et créer des expériences cinématographiques sans écueils par l'utilisation de pratiques de marketing innovantes et le déploiement de la technologie numérique, des communications mobiles et des réseaux sociaux. L'initiative implique un groupe d'experts internationaux du cinéma qui se rencontre 3 à 4 fois par an. L'initiative est soutenue par Orange.

L'UNIC opère aussi un **Centre d'Intelligence Economique et Politique** qui fournit aux membres et aux partenaires des ressources de taille et qui vient appuyer nos efforts en matière de travail politique. Ceci inclut des études quantitatives et qualitatives sur tous les développements du marché et des politiques d'intérêt pour l'exploitation en salle en Europe.



CineMeerse, Hoofddorp/Pays-Bas, Avec l'autorisation de la NVB / Photo: Arjan Bronkhorst

## 4.3 Partenaires du Programme de l'Exploitation Cinématographique Européenne

Reconnaissant le besoin d'échange de savoirs avec des partenaires clés actifs dans le paysage cinématographique, l'UNIC a établi un Programme de Partenariat qui rassemble des grands fournisseurs et marques pour promouvoir et augmenter ensemble la valeur de l'exploitation cinématographique. Les partenaires actuels sont Coca Cola, Deluxe, Dolby, IMAX, Orange, RealD et Technicolor. En 2014, le Programme a jusqu'ici recruté SONY, NEC et Masterimage 3D comme nouveaux partenaires.



Avec l'autorisation de la NVB / Photo: Arjan Bronkhorst

## 4.4 CineEurope

CineEurope est la convention annuelle officielle de l'UNIC et la plus grande rencontre de la communauté des exploitants de salles d'Europe.

CineEurope est la convention annuelle officielle de l'UNIC et la plus grande rencontre de la communauté des exploitants de salles d'Europe. L'événement attire tous les ans plus de 3.000 professionnels de plus de 50 pays et près de 100 entreprises. Il est organisé en collaboration avec le Groupe Film Expo de Prometheus Global Media.

L'UNIC a continuellement augmenté son implication dans la convention, attirant d'autant plus de participants et de promoteurs de toute l'Europe et organisant un programme de conférence d'avant-garde. En 2014, nous sommes pour la seconde fois parvenus à inclure plus de projections européennes dans l'événement, reflétant ainsi la diversité du paysage de l'exploitation européenne des salles de cinéma. Cette année, l'événement se déroulera du 16 au 19 juin à Barcelone. Nous sommes certains qu'il rencontrera un succès encore plus grand que l'année passée.

5

# PARTENAIRES

## Représentants du secteur du cinéma

Confédération Internationale des Cinémas d'Art et d'Essai (CICAE)  
Coopération Européenne des Producteurs Indépendants (CEPI)  
European Digital Cinema Forum (EDCF)  
Europa Cinemas  
Fédération Européenne des Réalisateur·euses de l'Audiovisuel (FERA)  
Fédération Internationale des Associations de Distributeurs de Films (FIAD)  
Fédération Internationale des Associations de Producteurs de Films (FIAPF)  
International Video Federation (IVF)  
Inter-Society Digital Cinema Forum (ISDCF)  
Motion Picture Association (MPA)  
National Association of Theatre Owners (NATO)

## Partenaires Institutionnels

Parlement européen  
Commission européenne  
Conseil européen  
Ministères nationaux de la culture  
Observatoire européen de l'audiovisuel

# 6

# MEMBRES

Pour rejoindre l'UNIC, merci de contacter  
**Jan Runge** ([jrunge@unic-cinemas.org](mailto:jrunge@unic-cinemas.org)).

## Conseil d'Administration

(2013–2015)

**Président** Phil Clapp (CEA)

**Premier Vice-Président** Jean-Pierre Decrette (FNCF)

**Vice-Présidents** Mario Mazzetti (ANEC), Jaime Tarrazon (FECE),  
Edna Epelbaum (ACS), Kim Pedersen (Danske Biografer)

**Trésorier** Andreas Kramer (HDF-Kino)

## Associations membres et membres affiliés (\*)

- Allemagne** Hauptverband Deutscher Filmtheater Kino e.V.  
**Autriche** Fachverband der Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe  
**Belgique** Fédération des Cinémas de Belgique (FCB)  
**Danemark** Danske Biografer  
**Espagne** Federación de Cines de España  
**Finlande** Finnish Cinema Exhibitors' Association  
**France** Fédération Nationale des Cinémas Français (FNCF)  
**Grèce** Federation of Greek Cinematographers\*  
**Hongrie** Moziok Orszagos Szovetsege\*  
**Israël** Cinema Industry Association in Israel  
**Italie** Associazione Nazionale Esercenti Cinema,  
 Associazione Nazionale Esercenti Multiplex  
**Norvège** Film & Kino  
**Pays-Bas** Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten (NVB)  
**Royaume-Uni** Cinema Exhibitors' Association (CEA)  
**Russie** Kino Alliance  
**Suède** Sveriges Biografägareförbund  
**Suisse** Association Cinématographique Suisse  
**Turquie** Turkish Cinema Operators' Association (SSID)\*

## Opérateurs membres

- Cinémas Gaumont Pathé** France, Pays-Bas, Suisse  
**Cinemax** Slovaquie  
**Cineplexx** Albanie, Autriche, Croatie, Slovénie, Serbie, Monténégro,  
 Macédoine, Italie  
**Cineworld and Cinema City International** Israël, Hongrie, Pologne,  
 République Tchèque, Roumanie, Bulgarie, Slovaquie, Royaume-Uni, Irlande  
**Kinepolis Group** Belgique, France, Espagne, Pologne, Suisse  
**Kino Arena** Bulgarie  
**Mars Cinema Group** Turquie  
**Movies@Cinemas** Irlande  
**Nordic Cinema Group** Suède, Norvège, Finlande, Estonie, Lettonie, Lituanie  
**Nordisk Film Biografer** Danemark, Norvège  
**ODEON & UCI Cinemas Group** Royaume-Uni, Autriche, Allemagne, Irlande,  
 Italie, Portugal, Espagne  
**Svenska Bio** Danemark, Finlande, Suède  
**UGC** France, Belgique  
**Utopia Group** Luxembourg, Pays-Bas, Belgique, France  
**Vue Entertainment** Irlande, Allemagne, Pologne, Lettonie, Lituanie, Taïwan,  
 Danemark, Royaume-Uni, Portugal  
**Yelmo Cines** Espagne

# 7 CALENDRIER

DATE	EVÈNEMENT	PAYS	VILLE
MAI 2014	Assemblée Générale FECE (Association de Cinémas)	Espagne	n/d
14–25 MAI 2014	Festival du Film de Cannes	France	Cannes
2–4 JUIN 2014	Convention Annuelle SBF (Association de Cinémas)	Suède	Stockholm
2–3 JUIN 2014	Film & Kino Assemblée Générale (Association de Cinémas)	Norvège	Fredrikstad
16–19 JUIN 2014	<b>CineEurope</b>	<b>Espagne</b>	<b>Barcelone</b>
18–19 JUIN 2014	Festival International d'Edinbourg	Royaume Uni	Edinbourg
30 JUIN–3 JUILLET 2014	ANICA Ciné Convention	Italie	Riccione
AOÛT 2014	Convention Nationale Finlandaise	Finlande	Joensuu

DATE	EVÈNEMENT	PAYS	VILLE
16–22 AOÛT 2014	Festival Intl du Film de Norvège	Norvège	Haugesund
6–16 AOÛT 2014	Festival du Film de Locarno	Suisse	Locarno
27 AOÛT–6 SEPT 2014	Biennale	Italie	Venise
SEPT 2014	Festival Intl du Film de San Sebastian	Espagne	San Sebastian
SEPT 2014	Festival Altin Koza	Turquie	Adana
4–7 SEPT 2014	Festival Intl du Film de Rome	Italie	Rome
22–26 SEPT 2014	Kino Expo	Russie	St. Petersburg
24 SEPT–3 OCT 2014	Festival du Film Néerlandais	Pays-Bas	Utrecht
29 SEPT–2 OCT 2014	Congrès Annuel FNCF (Association de Cinémas)	France	Deauville
OCT 2014	Antalya Golden Orange Festival	Turquie	Antalya
7–9 OCT 2014	Convention Italienne des Cinémas d'Auteur	Italie	Mantova
8–19 OCT 2014	Festival du Film de Londres	Royaume-Uni	Londres
23 OCT–5 NOV 2014	Viennale	Autriche	Vienne
NOV 2014	Festival Intl du Film d'Oslo	Norvège	Oslo
5–16 NOV 2014	Festival du Film de Stockholm	Suède	Stockholm
1–4 DÉC 2014	Convention ANEC (Association de Cinémas)	Italie	Sorrento
JAN 2015	Semaine du film de Munich	Allemagne	Munich
21 JAN–1 FÉV 2015	Festival Intl du Film de Rotterdam	Pays-Bas	Rotterdam
FÉV 2015	Prix Goya	Espagne	Madrid
FÉV 2015	IF Festival Intl du Film Indépendant	Turquie	Istanbul
5–15 FÉV 2015	Berlinale	Allemagne	Berlin
FÉV–MAR 2015	Prix du Film du Luxembourg	Luxembourg	Luxembourg
FÉV–MAR 2015	Discovery Zone Festival	Luxembourg	Luxembourg
MAR 2015	Festival du Film de Tampere	Finlande	Tampere
MAR 2015	Diagonale	Autriche	Graz
AVR 2015	Festival du Film d'Istanbul	Turquie	Istanbul
AVR 2015	Convention du Cinéma Allemand	Allemagne	Baden Baden
20–23 AVR 2015	CinemaCon	Etats-Unis	Las Vegas

# CONTACT

## UNIC

Union Internationale des Cinémas  
International Union of Cinemas

Av. des Arts 10–11 boîte 11  
1210 Bruxelles (Saint-Josse-ten-Noode)  
Belgique

## Nous contacter

Tel : +32 2 880 99 39

**Jan Runge**, Directeur général  
[jrunge@unic-cinemas.org](mailto:jrunge@unic-cinemas.org)

**Julia Galaski**, Responsable des affaires européennes  
[jgalaski@unic-cinemas.org](mailto:jgalaski@unic-cinemas.org)



La Passion pour  
le Grand Ecran