

# Rapport Annuel 2012/2013

TRADUCTION



# UNIC

Union Internationale des Cinémas  
International Union of Cinemas

# LA PASSION POUR LE GRAND ECRAN

# TABLE DES MATIERES

<b>1</b>	<b>INTERVIEW AVEC LE PRESIDENT DE L'UNIC</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>CHIFFRES CLES</b>	<b>8</b>
2.1	Fréquentation des salles de cinéma en 2012	10
2.2	Résultats des productions locales/nationales et européennes	14
2.3	Passage au numérique	16
2.4	Densité des salles de cinéma	18
<b>3</b>	<b>ENJEUX ACTUELS DE L'EXPLOITATION CINEMATOGRAPHIQUE</b>	<b>20</b>
3.1	La place du grand écran dans un monde numérique	22
3.2	Le cinéma numérique : statut quo et prochaines étapes	24
3.3	Les stratégies de sortie de films à l'ère numérique	28
3.4	Droit d'auteur : récompenser la créativité et les investissements dans le cinéma européen	32
3.5	Gestion collective des droits dans le secteur de l'exploitation cinématographique	36
<b>4</b>	<b>L'ANNEE A L'UNIC</b>	<b>38</b>
4.1	Travail politique	40
4.2	Initiatives de l'UNIC	42
4.3	Intelligence économique et politique à l'UNIC	44
4.4	CineEurope	45
4.5	Partenaires du Programme européen de l'exploitation cinématographique	45
<b>5</b>	<b>PERSPECTIVES</b>	<b>46</b>
<b>6</b>	<b>PARTENAIRES</b>	<b>48</b>
<b>7</b>	<b>MEMBRES</b>	<b>50</b>

# 1 INTERVIEW AVEC PHIL CLAPP, PRESIDENT DE L'UNIC

En mai 2013, les membres de l'UNIC ont élu Phil Clapp pour succéder à Ad J. Weststrate en tant que Président de l'association. Ce dernier a démissionné après huit excellentes années à la tête du premier organisme professionnel rassemblant les cinémas d'Europe et leurs associations nationales. Clapp, 47 ans, est le Directeur Général de l'Association des Cinémas du Royaume-Uni (UK Cinema Exhibitors' Association).

Ci-contre : Phil Clapp, Président de l'UNIC



« Le marché européen de l'exploitation cinématographique en 2012 s'est une fois de plus illustré comme étant un marché très robuste qui a continué à être une des forces motrices de la chaîne de valeur du cinéma. »

**Comment évaluez-vous les performances du secteur pour l'année écoulée ?**

Je dois dire qu'en 2012, malgré les menaces économiques et parfois même politiques dans certains territoires de l'UNIC, le marché européen de l'exploitation cinématographique s'est de manière générale une fois de plus illustré comme étant un marché très robuste qui a continué à être une des forces motrices de la chaîne de valeur du cinéma. Dans l'ensemble, les territoires de l'UNIC ont enregistré une augmentation de 3 pourcent des revenus au box-office.

**A votre arrivée dans cette nouvelle fonction, que voyez-vous comme les défis majeurs se présentant à l'UNIC ?**

En dépit de leur force, les salles de cinéma européennes sont confrontées à un nombre de défis et l'UNIC a un rôle clé à jouer dans le soutien des associations nationales et des exploitants de cinémas.

Tandis que plusieurs pays européens sont maintenant entièrement passés au numérique – 78 pourcent des territoires de l'UNIC à la fin 2012 – ou sont en passe d'y parvenir, la tâche reste difficile pour un nombre d'autres pays. Nous avons vu qu'il existe différents moyens pour passer au numérique, certains impliquant de l'argent public, d'autres prônant des approches

commerciales, mais nous devons nous assurer que le soutien est également disponible pour ceux qui sont actuellement à la traîne. Vu que le 35mm devrait disparaître en Europe dans les quelques années à venir, les dangers du manque de soutien sont évidents.

De plus, l'UNIC a un rôle à jouer dans la compréhension qu'ont les salles de cinémas des implications à plus long terme du cinéma numérique. Il s'agit d'un changement systémique et nous devons tous collaborer pour nous assurer que les exploitants de salles restent aux commandes lorsqu'il s'agit de prendre des décisions quant au futur technologique de notre industrie.

Certains des territoires qui ont le plus besoin de soutien sont aussi ceux qui rencontrent les plus grosses difficultés économiques. Nous devons rappeler aux gouvernements de ces pays de quelle manière les cinémas contribuent à la santé économique, culturelle et sociale de leurs communautés. L'élément clé étant que certaines des mesures nationales proposées pour augmenter les revenus à court terme, comme l'augmentation des taxes sur les tickets de cinéma, causeront inévitablement des dommages plus fondamentaux à long terme.

Enfin, une des motivations derrière les actions entreprises ces dernières années pour renforcer l'UNIC était le sentiment que les exploitants de cinéma européens devaient parler d'une voix pour avoir une influence effective sur les politiciens et décideurs européens. Tout en accueillant la volonté qu'a Bruxelles de renforcer le cinéma, nous devons nous assurer que la stratégie adoptée vis-à-vis du secteur est la bonne. L'exploitation cinématographique est en effet un secteur incroyablement diversifié et c'est souvent à nous de faire en sorte que le marché ou – si nécessaire – les gouvernements nationaux continuent à prendre les meilleures décisions concernant son futur.

**Quels sont selon vous les plus grands atouts de l'UNIC ?**

L'exploitation cinématographique est sans aucun doute une industrie très compétitive. Elle contient de plus autant d'approches et de stratégies différentes qu'il y a de territoires et d'entreprises. Néanmoins, tous les exploitants de salles partagent le même désir de permettre au public de voir les films dans le meilleur environnement possible, c'est-à-dire dans une salle de cinéma.

Je suis convaincu que ce désir et le fait que le public est très attaché à sa salle de cinéma locale constituent nos principaux arguments de vente. Dans beaucoup de communautés, les cinémas sont le dernier espace communautaire 'neutre' dont tout le monde peut profiter, peu importe l'âge ou les origines que l'on a. Ceci n'a pas encore été proclamé assez souvent, ni assez fort.



Conseil d'administration de l'UNIC, Cannes, Mai 2013. De gauche à droite : Jaime Tarrazon (FECE), Jean-Pierre Decrette(FNCF), Andreas Kramer (HDF-Kino), Kim Pedersen (Danske Biografer), Phil Clapp (CEA), Edna Epelbaum (ACS), Mario Mazzetti (ANEC)

Notre tâche est donc de faire en sorte que les politiciens et les médias se sentent tout aussi concernés. J'ai confiance dans le fait que cette raison d'être partagée par nos membres et cette vague de soutien du public placent l'UNIC dans une excellente position pour renforcer l'influence et l'image du secteur.

#### **Comment voyez-vous l'UNIC se développer dans les années à venir ?**

Je pense que mon prédécesseur Ad Weststrate a très bien fait quand il a facilité le déménagement de l'organisation de Paris vers Bruxelles et entamé son processus de réforme. Grâce à Ad, l'UNIC est aujourd'hui dans une bien meilleure position que jamais auparavant. L'industrie a eu de la chance d'avoir Ad Weststrate aussi longtemps à son bord.

En ce qui concerne le futur, je pense que l'influence de l'UNIC va aller en grandissant, tant pour la représentation des intérêts des cinémas à un niveau international que pour une meilleure collaboration avec les partenaires de l'industrie dans le développement de réponses aux défis auxquels nous sommes tous confrontés.

Ces dernières années, nous avons recruté des membres en Pologne, en Hongrie, en République Tchèque, en Bulgarie, en Roumanie, en Lituanie, en Estonie, en Lettonie et en Slovaquie,

« Tous les exploitants de salles partagent le même désir de permettre au public de voir les films dans le meilleur environnement possible, c'est-à-dire dans une salle de cinéma. »

mais il y a encore un nombre considérable de pays en Europe Centrale et de l'Est où nos réseaux sont sous-développés en comparaison avec le reste du continent. Cette situation doit être abordée en priorité, surtout parce que les grands studios s'intéressent de plus en plus à cette région.

Aussi, maintenant que nous sommes clairement identifiés par la Commission et le Parlement européens, nous devons redoubler d'efforts pour exprimer nos positions sur un plus large éventail de questions se rapportant à nos intérêts.

Par rapport à ceci, nous avons réussi à établir des partenariats effectifs avec des collègues dans le domaine de la production et de la distribution, autour de points clés comme la contrefaçon des œuvres cinématographiques. C'est positif, mais il reste tout de même un nombre de domaines dans lesquels nos intérêts coïncident et où nous devons jouer un rôle actif et vigoureux pour défendre les intérêts de toute l'industrie du film.

En bref, l'UNIC a un grand potentiel de croissance, tant en termes géographiques qu'en termes d'influence politique. Je me réjouis d'aider l'UNIC et nos collègues de l'industrie du film à réaliser ce potentiel dans les mois et années à venir.

#### **Etes-vous confiant dans l'avenir de l'exploitation cinématographique ?**

Totalement. Je suis certain que le secteur sera capable d'engranger les bénéfices des énormes efforts entrepris ces dernières années par rapport au cinéma numérique. Il y a une multitude de formes de divertissement dans le monde numérique, mais la salle de cinéma reste le meilleur endroit pour voir un contenu créatif de haute qualité, ensemble et sur grand écran. Le fait que les exploitants de salles peuvent être plus flexibles dans leurs stratégies de programmation et expérimentent de plus en plus en montrant un mélange de films de grands studios, de films locaux et d'autres contenus, leur permettra dans le futur d'attirer plus de public dans leurs salles.



# 2 CHIFFRES CLES

Les résultats dans les territoires de l'UNIC ont été stables en 2013, même s'il y a eu d'importants écarts régionaux. L'Allemagne, la Russie et la Scandinavie ont connu une forte croissance tandis que les cinémas en Europe du Sud ont fait face à des difficultés économiques et un manque de soutien. La part de marché des productions locales/nationales a légèrement baissé et la part des films européens non-nationaux a enregistré de bons résultats. La moyenne d'écrans nationaux numérisés a atteint les 78 pourcent.

Ci-contre : Avec l'autorisation de la NVB, Photo : Arjan Bronkhorst

## 2.1 Fréquentation des salles de cinéma en 2012

Le box-office a augmenté de 3 pourcent à travers les territoires de l'UNIC.

### Des résultats stables dans tous les territoires de l'UNIC – d'importantes différences régionales

En 2012, le nombre total d'entrées vendues dans l'ensemble des territoires de l'UNIC est resté stable, mais présente d'importants écarts régionaux. Tandis que le secteur a profité d'une augmentation importante dans le Nord de l'Europe, il a aussi souffert d'une diminution de taille dans le Sud du territoire, principalement dans les pays qui rencontrent des difficultés économiques. Le nombre total d'entrées dans l'ensemble des territoires de l'UNIC a diminué de 0,65 pourcent, le box-office a augmenté de 3 pourcent (en comparaison à une augmentation de 6 pourcent en Amérique du Nord et de 30 pourcent en Chine).

Les films qui ont connu le plus grand succès dans les salles européennes sont Skyfall, The Hobbit : An Unexpected Journey, The Dark Knight Rises, Ice Age : Continental Drift et The Avengers.

### Forte croissance en Allemagne, Russie et Scandinavie

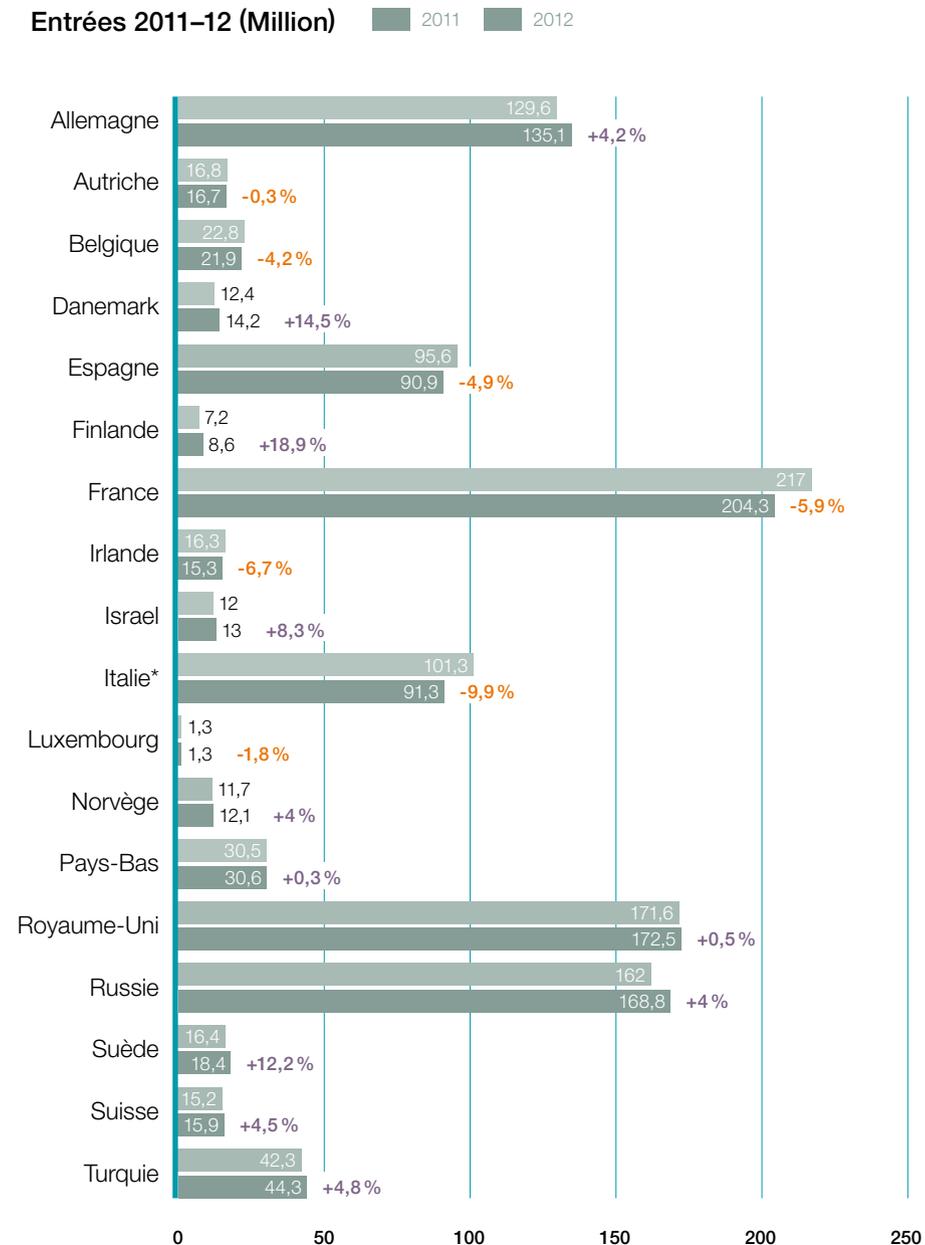
L'exploitation cinématographique a enregistré un nombre de succès importants dans quelques territoires européens. En Allemagne, le box-office a augmenté de 7,8 pourcent, dépassant ainsi pour la première fois dans son histoire la barre des 1 milliards d'euros (€ 1,033 milliards). La Russie se trouve juste derrière avec un nouveau record de 960,9 millions d'euros. Le Danemark a noté une augmentation de 15,2 pourcent (146,4 millions d'euros), tandis qu'au Royaume-Uni, le box-office a augmenté pour la sixième année consécutive et ceci malgré la concurrence des Jeux Olympiques 2012 qui se tenaient à Londres.

Les salles scandinaves ont vécu une de leurs meilleures années en termes d'entrées, avec des chiffres records au Danemark, en Finlande et en Suède. D'autres succès ont été enregistrés en Turquie (une augmentation des entrées de 4,8 pourcent). Après une année exceptionnelle en 2011 et malgré une baisse des entrées de 5,9 pourcent, le nombre d'entrées en France est resté au-dessus de la barre des 200 millions et au-dessus de la moyenne des dix dernières années.

### Les difficultés économiques et le manque de soutien frappent de plein fouet le cinéma au Sud de l'Europe

Les résultats sont les moins positifs dans les pays touchés par la récession économique. En Espagne, où une diminution radicale

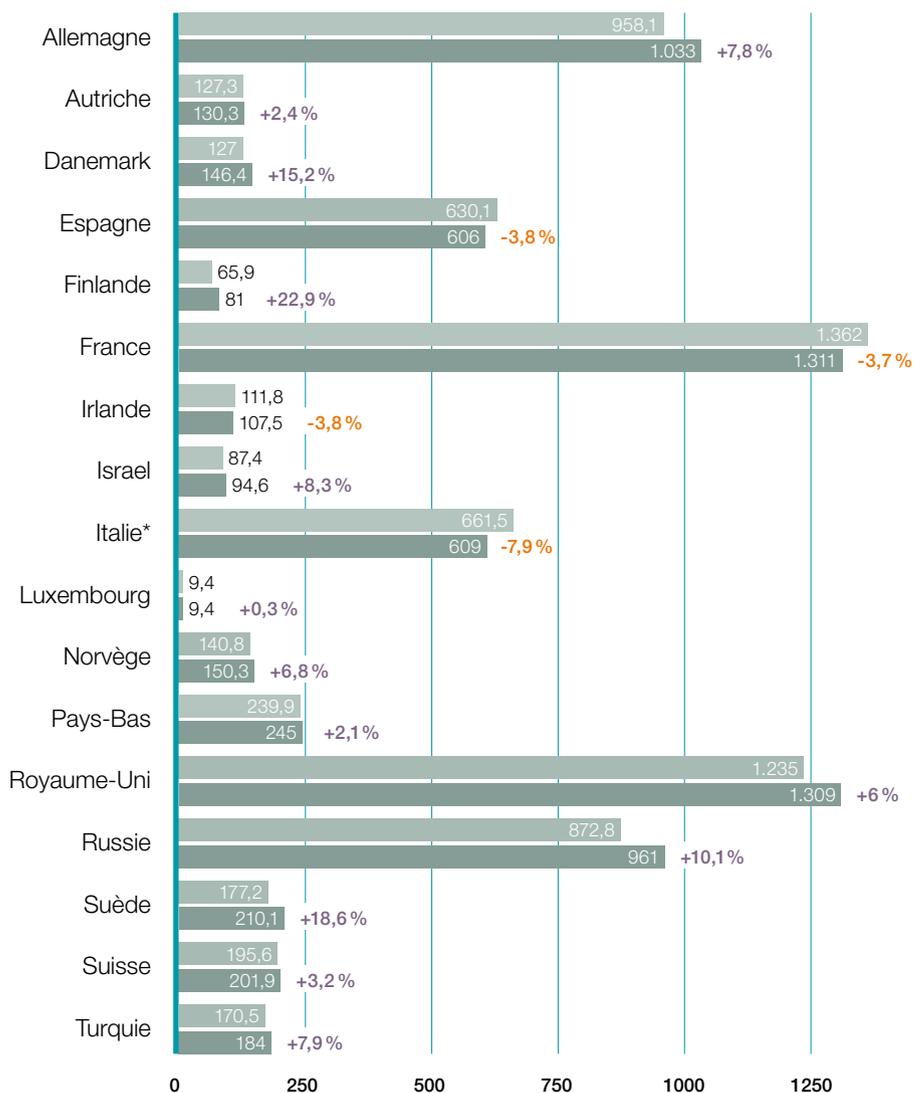
### Entrées 2011-12 (Million)



Source : Membres de l'UNIC, 2012

\*Cinetel : 90 pourcent du marché; Publication des résultats SIAE en juin 2013

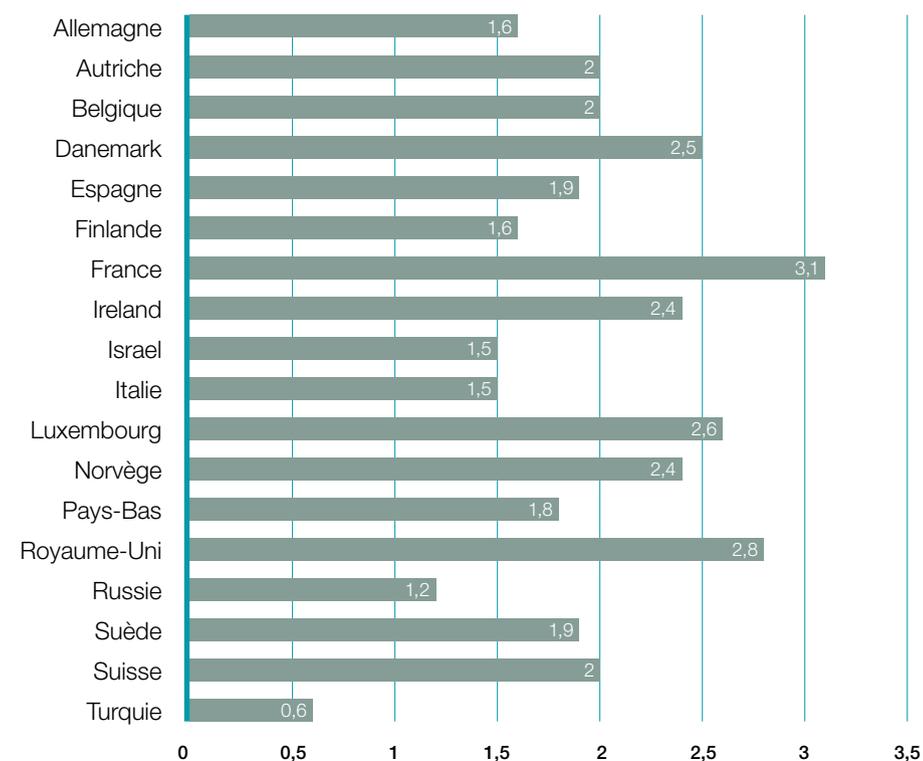
## Box-office 2011-12 (Million Euro)

■ 2011 ■ 2012


Source : Membres de l'UNIC, 2012

\*Cinetel : 90 pourcent du marché; Publication des résultats SIAE en juin 2013

## Nombre d'entrées par personne en 2012



du nombre d'entrées était à prévoir suite à l'augmentation spectaculaire de la TVA sur les tickets de cinéma et où le chômage ne fait qu'augmenter, deux succès nationaux historiques ont limité la chute du box-office à 3,8 pourcent, avec une diminution de 4,9 pourcent du total des entrées. En Italie, les entrées ont diminué de 9,9 pourcent ; en Irlande de 6,7 pourcent.

**1,7 visites au cinéma en moyenne par an**

En 2012, le public dans l'ensemble des territoires de l'UNIC s'est rendu en moyenne 1,7 fois par an au cinéma. Le nombre était le plus élevé en France (3,1), et au Royaume-Uni (2,8) ; et le plus bas en Turquie (0,6). Le nombre d'entrées vendues par personne était aussi relativement élevé au Luxembourg (2,6) au Danemark (2,5), en Norvège (2,4) et en Irlande (2,4).

## 2.2 Résultats des productions locales / nationales et européennes

### Diminution de la part de marché des productions nationales en 2012

De manière générale, la part de marché moyenne des productions locales/nationales dans les territoires de l'UNIC a diminué en 2012 de 3 pourcent, démontrant ainsi d'une part à quel point le nombre d'entrées locales dépend du succès d'une ou deux productions nationales par an, et d'autre part l'influence de productions fortes venues des Etats-Unis.

### Les plus gros succès locaux en Finlande, au Danemark, en Espagne et en Allemagne

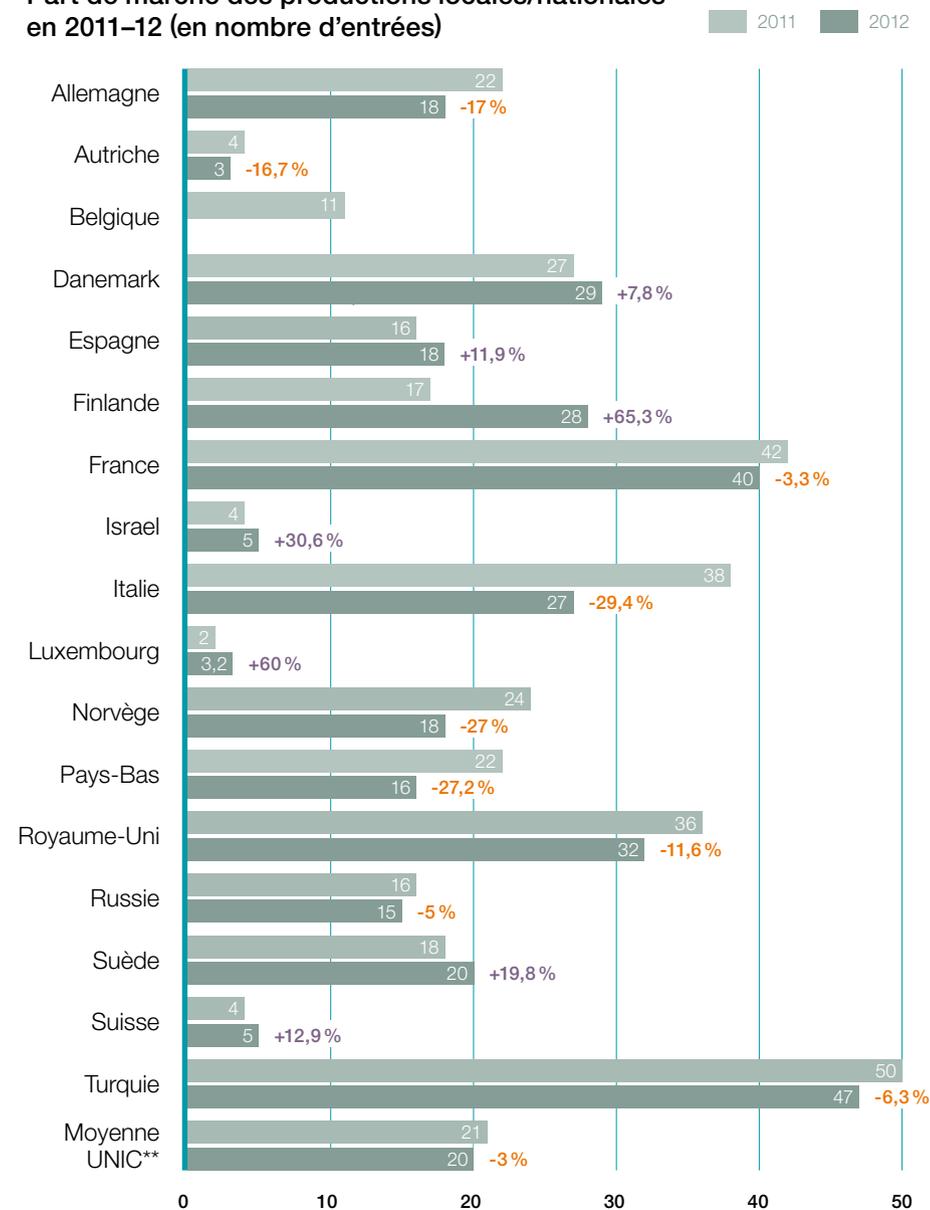
L'année 2012 est une année record pour le cinéma national finlandais, avec une part de marché de 28 pourcent du nombre d'entrées. En Espagne, la part de marché nationale a atteint son niveau le plus élevé en 27 ans grâce à l'apport de trois grands films nationaux. La production espagnole *The Impossible* a connu le week-end de lancement le plus fructueux dans l'histoire du cinéma espagnol et a même dépassé le succès du film *Titanic* en termes de résultats au box-office (1997). Au Danemark, des succès locaux tels que *This Life, All You Need is Love* et *A Royal Affair* se trouvent respectivement à la deuxième, troisième et cinquième place dans le top 20 annuel.

### Les films européens non-nationaux enregistrent de bons résultats en 2012

La part de marché des films européens non-nationaux dans les salles était de 33,6 pourcent en 2012 (Observatoire européen de l'Audiovisuel). Un film français a obtenu les meilleurs résultats de 2012 au box-office en Allemagne (*Intouchables*). En Suède, les résultats au box-office des films européens non-nationaux ont augmenté de 13 à 18 pourcent, tandis qu'en France, la part de marché a atteint les 14,5 pourcent, la plus élevée depuis plusieurs années.

La part de marché des films européens non-nationaux dans les salles européennes était de 33,6 %.

### Part de marché des productions locales/nationales en 2011-12 (en nombre d'entrées)



Source : Membres de l'UNIC, 2012

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

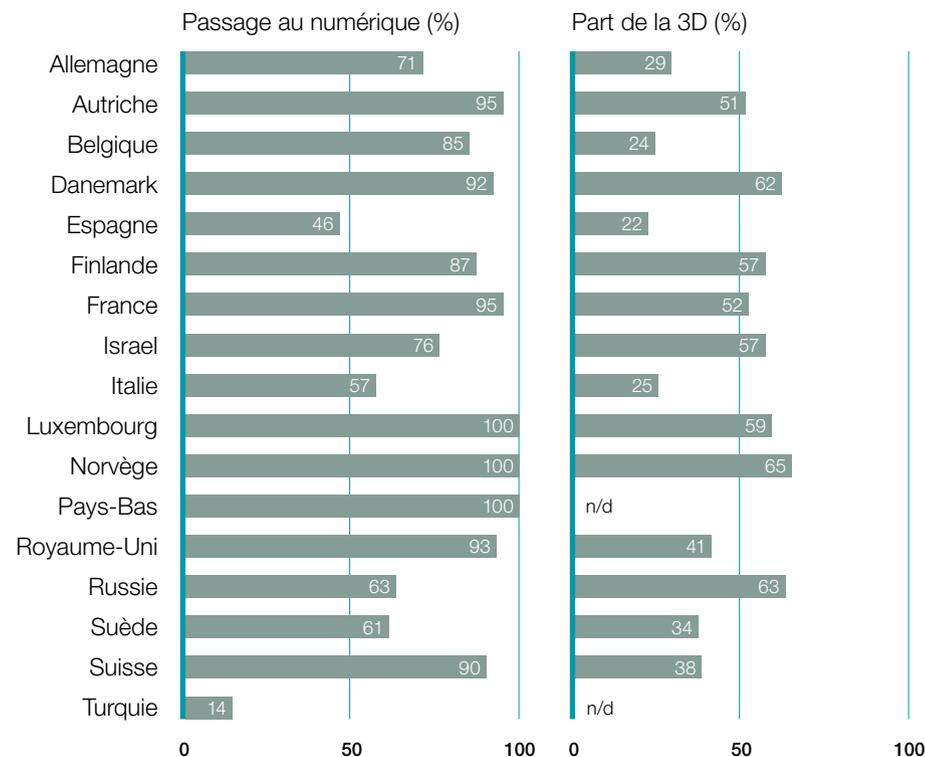
\*\*Sauf la Belgique.

## 2.3 Passage au numérique



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

### Passage au numérique et part de marché de la 3D en 2012



Source : Membres de l'UNIC, 2012

La part de marché nationale des écrans numériques dans les territoires de l'UNIC était en moyenne de 78 pourcent.

Fin 2012, la part de marché nationale des cinémas équipés pour le numérique était en moyenne de 78 pourcent (en comparaison : 84 pourcent aux Etats-Unis, 41 pourcent en Afrique et en Amérique Latine et 75 pourcent en Asie, selon IHS Screen Digest). En Norvège, le premier pays à être passé à 100 pourcent au numérique, une analyse préalable a démontré que les petits cinémas bénéficient le plus de la conversion. Après la Norvège et les pays du Benelux, ce sont maintenant la France, le Danemark, la Finlande et le Royaume-Uni qui ne sont plus très loin d'être entièrement numérisés, ayant dépassé la barre des 85 pourcent en 2012. L'Allemagne les suit de très près. Dans le Sud le passage au numérique continue à constituer un défi d'envergure. L'Espagne, l'Italie, la Grèce et la Turquie restent tous en dessous des 50 pourcent. En Russie, les petits cinémas indépendants de rester à la traîne, tandis que les grands réseaux rapidement.

## 2.4 Densité des salles de cinéma

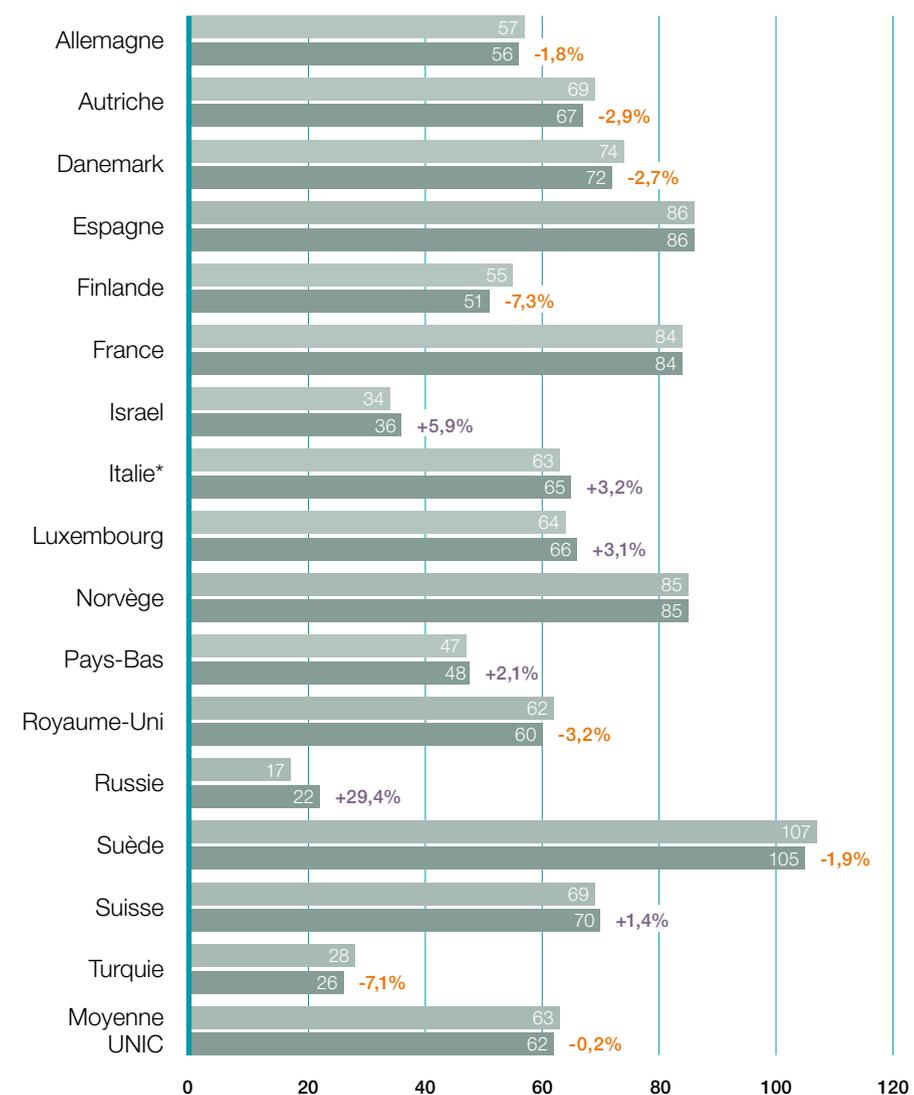


De gauche à droite : Cinéma Gérard Philippe, Vénissieux/France; Kinepolis, Brugge/Belgique; Cinéma Le Paris, Caudebec-en-Caux/France; SF Bio, Bergakungen/Suède; Cines La Dehesa Cuadernillos, Madrid/Espagne; Cine Gran Marbella, Malaga/Espagne, Avec l'autorisation de la FNCF, Kinepolis, SF Bio et FECE

62 écrans par million d'habitants

Entre 2011 et 2012, le nombre de cinémas dans les territoires de l'UNIC est resté stable. Il y a en moyenne 62 salles de cinémas par million d'habitants, avec la croissance la plus rapide en Russie (croissance de 29,4 pourcent en 2012).

Densité des salles par million d'habitants en 2011-12



Source : Membres de l'UNIC, 2012

# 3 ENJEUX ACTUELS DE L'EXPLOITATION CINEMATO- GRAPHIQUE

Le cinéma représente une part grandissante des revenus de l'industrie cinématographique dans la plupart des pays, alors que les retours sur le divertissement à domicile ne cessent de diminuer. Ceci s'explique par le fait que les cinémas sont tout d'abord des lieux de rencontre culturels et créatifs qui offrent aux spectateurs une expérience inégalable, incomparable à celle qui consiste à regarder un film seul chez soi ou sur un petit écran.

Ci-contre : Cine32, Avec l'autorisation de ENCORE HEUREUX Architectes/Photo : Sébastien Normand



### 3.1 La place du grand écran dans un monde numérique



UGC Ciné Cité Les Halles, Paris/France

Les exploitants de cinémas étaient parmi les premiers à investir dans l'innovation numérique.

Nous vivons dans un monde de plus en plus connecté, un monde où tout est 'allumé' en permanence. Ceci est tout particulièrement vrai dans le cas de la culture populaire, des médias et de leurs spectateurs. L'industrie du cinéma n'y échappe pas non plus et se transforme à toute vitesse, tout en ressentant les effets conjoints de la globalisation, de la technologie numérique et des médias sociaux. Les exploitants de cinémas étaient parmi les premiers acteurs de l'industrie cinématographique à investir dans l'innovation numérique. Plus des trois quarts de toutes les salles de cinéma dans les territoires de l'UNIC étaient passés au numérique à la fin de l'année 2012 et le secteur devrait achever ce tournant historique d'ici 2014.

Les cinémas européens doivent maintenant affronter la concu-

rence d'une multitude de divertissements numériques. Bientôt, un Européen sur deux possèdera un smartphone. Plusieurs services de vidéo à la demande (VàD) sont disponibles en ligne dans toute l'Europe. Et pourtant, malgré toutes ces 'offres' compétitives, l'exploitation en salle reste l'étendard de l'industrie cinématographique dans tous les territoires de l'UNIC. En effet, le cinéma représente une part grandissante des revenus de l'industrie cinématographique dans chaque pays de l'UNIC, tandis que les retours sur le divertissement à domicile ne cessent de diminuer. Ceci s'explique par le fait que les cinémas sont tout d'abord des lieux de rencontre culturels et créatifs qui offrent aux spectateurs une expérience inégalable, incomparable à celle qui consiste à regarder un film seul chez soi ou sur un petit écran.

En plus de cette dimension sociale, l'exploitation cinématographique offre une réelle valeur culturelle et économique. Les films et autres contenus proposés nous divertissent, nous font réfléchir à notre vie quotidienne. Les cinémas permettent d'atteindre le public le plus large et sont la rampe de lancement pour un contenu qui atteint son plein succès sur d'autres marchés (télévision, VàD, DVD ...). Cette popularité fait de l'exploitation cinématographique une industrie forte avec des retours au box-office qui avoisinent les 6.4 milliards d'euros, rien que dans l'Union européenne. Le secteur est donc un employeur de taille dans une Europe qui a grandement besoin d'emplois.

L'UNIC est le groupement international des associations professionnelles cinématographiques et des salles de cinéma de l'UE, de la Russie, de la Turquie et d'Israël. Il représente les intérêts des cinémas vis-à-vis des gouvernements européens et d'autres organisations dans l'industrie cinématographique à travers le monde. Notre objectif central est de préserver et d'influencer les conditions de soutien octroyées aux exploitants de cinémas dans leur mission de proposer une offre inégalable de films et de contenus à leurs spectateurs. Ces dernières années, les exploitants de salles ont fait des investissements de taille pour mieux servir leur public. Il leur faut maintenant une stabilité économique et législative afin de pouvoir récupérer ces investissements dans le futur.

Le travail de l'UNIC, tel que détaillé ci-dessous, est de faciliter une telle stabilité et vise à renforcer le positionnement et l'influence de l'exploitation cinématographique européenne.

Les films et autres contenus proposés nous divertissent, nous font réfléchir à notre vie quotidienne – les cinémas permettent d'atteindre le public le plus large.

### 3.2 Le cinéma numérique : statut quo et prochaines étapes

Les cinémas qui se sont convertis peuvent bénéficier des innovations en termes de contenu, d'efficacité opérationnelle, de flexibilité accrue et de nouvelles économies d'échelle qui accompagnent la conversion au numérique.

La conversion au cinéma numérique bat son plein en Europe et représente parmi les plus grands changements que le secteur a vécu depuis ses premiers débuts.

Les cinémas qui se sont convertis peuvent bénéficier des innovations en termes de contenu, d'efficacité opérationnelle, de flexibilité accrue et de nouvelles économies d'échelle qui accompagnent la conversion au numérique. L'UNIC promeut depuis longtemps cette transition, tout en reconnaissant que le secteur doit collaborer afin de permettre au plus grand nombre de cinémas de se convertir.

Malgré le fait que plus des trois quarts du paysage des salles de cinéma en Europe soit maintenant passé au numérique, la transition continue et continuera à poser un certain nombre de défis. Il est extrêmement important d'aider les cinémas qui ne l'ont pas encore fait à convertir leurs écrans et leurs technologies de projection. Ceci est particulièrement vrai maintenant que les distributeurs parlent ouvertement d'un arrêt imminent de distribution de films en 35 mm dans de nombreux territoires de l'UNIC.

Plusieurs cinémas ont financé leur numérisation à l'aide d'un mécanisme de Frais de Copies Virtuelles (FCV), où la majorité des coûts sont portés par les distributeurs. Cependant, à mesure que le passage au numérique de tous les cinémas se rapproche, les cinémas qui ont attendu jusque maintenant pour conclure ce type d'accords ont de plus en plus de difficultés à négocier des conditions favorables avec les distributeurs. Dans le passé, les accords FCV n'ont pas été des solutions idéales pour les plus petits cinémas. Des cinémas au Royaume-Uni, aux Pays-Bas et au Luxembourg – pour ne citer que quelques exemples – ont formé des groupes d'achat afin d'avoir suffisamment de poids dans la négociation d'accords favorables. Ces exemples peuvent servir de modèles aux territoires où des solutions de financement doivent encore être trouvées. Souvent, mais pas toujours, ces collectifs ont aussi bénéficié d'autres financements publics, en ce compris le soutien du programme MEDIA de l'Union européenne.

Toutefois, comme l'indiquent les chiffres de l'UNIC, le défi reste de taille dans les territoires d'Europe du Sud et dans plusieurs pays de l'Est. L'UNIC conseille les exploitants de salles dans ces territoires et encourage tout soutien public pour les cinémas qui ne sont pas encore en mesure de passer

au numérique. La perte de près de 20 pourcent du secteur du cinéma européen spécialisé serait dévastatrice pour le cinéma européen et la culture cinématographique.

D'autres défis se présentent également : tandis que certains exploitants de salles se demandent encore comment passer au numérique, d'autres envisagent déjà d'autres innovations numériques d'envergure, ainsi que l'opportunité et la façon d'y investir. Par exemple la technologie du Higher Frame Rate (HFR), les installations sonores 3D ou d'immersion, l'illumination laser ainsi que les systèmes de distribution par satellite ou par câble. Bien que l'UNIC soit pleinement consciente du fait que le futur du cinéma repose sur sa capacité à innover, nous sommes en même temps inquiets qu'une plus grande fragmentation du marché puisse présenter des risques de perte d'économies d'échelle et d'envergure qui constituent un attrait pour les distributeurs. Il va donc falloir s'assurer qu'un certain nombre de standards soit maintenu. Les expériences en matière de passage à la technologie HFR n'ont fait que souligner à quel point il est important que les exploitants de salle restent aux commandes dans les prises de décision sur la manière dont et le moment auquel l'industrie doit innover.

Enfin, avant que la prochaine vague d'innovations techniques ne puisse pleinement être embrassée nous devons aujourd'hui répondre à un nombre d'enjeux en matière de cinéma numérique : les exploitants de salles doivent entre autres faire face à des défis tels que des niveaux sonores démesurés, la distribution sans discontinuité des contenus, ainsi que la livraison en temps voulu et la gestion efficace des Key Delivery Messages (KDMs).

Pour répondre à certains de ces enjeux, l'UNIC a ces derniers mois créé le Groupe Technologique de l'UNIC qui réunit les experts techniques des principaux opérateurs de cinéma membres de l'UNIC, ainsi que d'une sélection d'associations nationales de cinémas. Ensemble, ils observent et discutent des évolutions technologiques qui s'appliquent à l'exploitation en salle, échangent des expériences et des bonnes pratiques et fournissent des contributions et du feedback à d'autres partenaires tels que le European Digital Cinema Forum (EDCF), la National Association of Theatre Owners (NATO), l'organisation sœur de l'UNIC aux Etats-Unis, l'Inter-Society Digital Cinema Forum (ISDCF) et la Society of Motion Picture and Television Engineers (SMPTE). Pour s'aider dans sa mission, le groupe a préparé un Livre blanc des défis technologiques actuels et futurs, que l'UNIC utilisera dans son travail de défense du secteur et d'information de ses membres.

## Mécanismes de soutien pour le passage au numérique

<u>Pays + Passage au numérique</u>	<u>Mécanismes de soutien</u>
Allemagne 71 %	En juillet 2012, la plupart des cinémas numériques (« criteria cinemas ») avaient reçu un soutien du Conseil Fédéral du Cinéma (83%), suivi d'un soutien de l'Etat Fédéral (62%) et des Länder (72%). Les accords FCV avec des tiers sont courants dans les circuits plus larges.
Autriche 95 %	Un accord FCV volontaire pour le secteur a été conclu et établi en 2012.
Belgique 85 %	Intervention publique des autorités wallonnes et flamandes pour les petits cinémas.
Danmark 92 %	Un programme pour le passage au numérique de l'ensemble du secteur offre à chaque cinéma environ € 26.000 de soutien public. Le soutien provient tant de fondations et d'institutions publiques que d'autorités locales.
Espagne (Avr 2012) 46 %	Aucun programme de passage au numérique ou de subventions publiques pour le cinéma numérique. Les opérateurs investissent leurs fonds propres dans la numérisation.
Finlande 87 %	La majeure partie du financement provient de la Finnish Film Foundation (fonds de loterie par le Ministère de la Culture). Il existe aussi un accord FCV.
France 95 %	Depuis septembre 2010, les distributeurs ont été obligés légalement à fournir un FCV aux exploitants de salle et à instaurer un plan global de passage au numérique pour tous les cinémas. Les autorités locales peuvent aussi fournir de l'aide publique en supplément des subventions spéciales du Centre National des Cinémas (CNC) pour les plus petits cinémas (1-3 écrans).
Italie 57 %	Un crédit d'impôt financé par le gouvernement est à la disposition des exploitants qui cherchent à investir dans le cinéma numérique (jusqu'en décembre 2013). En parallèle, un nombre de directives (en plus de celles appliquées par les tierces personnes) a été conclu par rapport aux modèles FCV entre les distributeurs et les exploitants de salle. Un soutien supplémentaire a été octroyé à un niveau régional.

Source : Membres de l'UNIC, 2012

Luxembourg 100 %	Des intégrateurs tiers ont conclu avec succès des accords avec des groupements de cinémas de petite et moyenne taille. Tous les cinémas, grands et petits – sauf deux – ont des accords FCV.
Norvège 100 %	Le passage au numérique a été coordonné par Film & Kino. Des accords FCV ont été signés avec tous les distributeurs (avec des systèmes de back-up, de rapportage et de comptabilité). Environ € 13.3 M d'argent public ont été distribués par Film & Kino.
Pays-Bas 100 %	Se basant sur le modèle FCV, tous les majors et les distributeurs néerlandais indépendants ont signé un plan financé par une initiative d'achat groupé. Le plan est en partie soutenu par € 5.0 M du gouvernement néerlandais. Sauf quelques exceptions, tous les sites du circuit et les sites indépendants des Pays-Bas font partie de ce plan.
Royaume-Uni 93 %	Des intégrateurs tiers ont conclu avec succès des accords axés sur le marché avec des groupes de la grande et moyenne exploitation du cinéma commercial. Fondé en 2010, le UK Digital Funding Partnership vise à aider la petite et moyenne exploitation à passer au numérique. Elle représente maintenant 320-350 salles et agit comme un groupe-ment d'achat par le biais d'un accord FCV – un arrangement totalement commercial sans aucun financement public.
Russie 63 %	La numérisation est un investissement privé des salles de cinéma. Les accords FCV ne sont signés que depuis l'été 2012 et jusqu'à ce jour, ils ne concernent que les grands circuits et la plupart des grands studios.
Suède 56 %	Fin 2011, le gouvernement a octroyé environ € 6.8 M sur une période de trois ans pour couvrir environ un tiers des coûts de matériel de ceux qui en font la demande. Le reste devrait être financé par des fonds privés et régionaux. Le subside sera géré par l'Institut du Film suédois. Les plus grands opérateurs ont négocié des accords FCV.
Suisse 90 %	L'autofinancement est le mécanisme le plus répandu. Le Service suisse des Affaires Culturelles contribue à la numérisation des cinémas par divers programmes. Il y a aussi des projets de financements conjoints par le biais d'organisations parapluie entre distributeurs et exploitants de salles, ainsi que des fonds publics (fonds de loterie et autres, surtout dans les zones rurales). Des FCV ont été mis en place par des distributeurs indépendants pour les villes de grande et moyenne envergure.
Turquie 14 %	NA

### 3.3 Les stratégies de sortie de films à l'ère numérique



SF Bio, Bergakungen/Suède

Le cinéma est un événement culturel partagé qui n'est pas comparable au fait de voir un film sur un smartphone ou un écran d'ordinateur.

Voir un film, un événement live ou tout autre contenu dans un cinéma est une expérience unique. Ceci est dû au fait qu'aller au cinéma est un événement culturel partagé qui n'est pas comparable au fait de voir un film sur un smartphone ou un écran d'ordinateur. La vaste majorité des professionnels du cinéma créent leurs oeuvres pour le grand écran. L'entièreté du secteur du cinéma européen tire profit du fait que les exploitants de salles s'efforcent d'offrir des expériences cinématographiques uniques et exclusives à leurs spectateurs et créent ainsi de la demande et de la valeur autour des films.

Peu importe leur pays d'origine ou le budget, les films européens sont de manière générale moins promotionnés que leurs contreparties des Etats-Unis. Ils profitent dès lors souvent d'une

fenêtre d'exploitation en salle suffisamment large que pour permettre aux spectateurs de recommander le film sur les réseaux sociaux et en parler avec leurs amis et collègues. C'est pourquoi les petits cinémas indépendants qui projettent plus de films européens que la moyenne jouissent de fenêtres d'exploitation viables.

Il y a d'autres raisons pour sortir un film uniquement en salle avant de le sortir sur d'autres plateformes. Les stratégies sophistiquées de sortie et la « chronologie des médias » permettent au secteur du cinéma de générer des retours à chaque étape du cycle de vie d'un film. Ceci encourage les investissements dans des films à potentiellement grand succès et protège l'emploi et la diversité culturelle. Pour l'industrie du cinéma, le but est d'augmenter le retour des films sur tous les formats (cinéma, DVD et Blu Ray, VàD, télévision payante, télévision gratuite, ...). De plus, les fenêtres d'exploitation sont particulièrement importantes, car le cinéma est une industrie à haut risque et fortement créative. Le secteur cinématographique européen est donc fort dépendant du succès d'un film pour récupérer des investissements de taille et reconnaît par là que d'autres films auront moins de succès.

Choisir de ne rendre un film disponible qu'en salle pendant un certain laps de temps après sa création – et payer certaines redevances pour ce privilège – permet aux exploitants de salles de proposer une expérience cinématographique inégalable. Cette démarche crée ensuite une forte publicité pour l'oeuvre et contribue à son succès sur d'autres plateformes. Il est intéressant de souligner que de telles pratiques de sortie exclusive sont communément pratiquées dans d'autres secteurs, en ce compris les industries des média numériques et de l'électronique grand public. Pensez par exemple au rôle que jouent les distributeurs exclusifs et la boutique en ligne iTunes dans le succès des produits et services Apple.

La fragmentation du secteur médiatique européen joue elle aussi un rôle important : les plannings de sorties varient d'un pays à l'autre et sont modélés par les préférences culturelles et linguistiques auxquelles chaque film doit être adapté, ainsi que par les conditions du marché et les développements en cours dans les politiques audiovisuelles nationales. La capacité de sortir un film stratégiquement à différentes dates, territoire par territoire, augmente de manière considérable la capacité du distributeur à maximiser les retours au box-office de chaque film.

Pendant longtemps, les exploitants ont tenté de faciliter l'accès à l'expérience de la projection en salle. Ils ont maintenu le prix moyen des tickets assez bas, en adaptant leur offre à diverses catégories de prix en fonction des différents types de films, des

Les stratégies sophistiquées de sortie et la « chronologie des médias » permettent de générer des retours à chaque étape du cycle de vie d'un film. Ceci encourage les investissements et protège l'emploi et la diversité culturelle.



Avec l'autorisation de la CEA

Pendant longtemps, les exploitants de salles ont tenté de faciliter l'accès à l'expérience de la projection en salle.

créneaux horaires et des catégories d'âge. Le résultat est que le cinéma reste parmi les activités culturelles les meilleurs marchés et se trouve bien en dessous du prix des concerts, de l'opéra et du théâtre. Ces dix dernières années, dans la plupart des territoires de l'UNIC, le prix d'un ticket de cinéma a augmenté en moyenne à un niveau se situant en dessous du niveau d'inflation.

C'est pour toutes ces raisons que l'UNIC est fortement en faveur du maintien d'une fenêtre d'exploitation en salle distincte et exclusive dans tous les territoires et s'oppose à des expériences telles que la V&D Premium, où la fenêtre d'exploitation en salle est réduite de manière significative, ou les sorties simultanées. Cette position ne cherche pas à s'opposer au développement d'un marché V&D compétitif et sain car celui-ci profiterait à l'ensemble de l'industrie cinématographique à une époque où les retours sur le divertissement à domicile continuent dans l'ensemble à diminuer. Il s'agit plutôt d'une reconnaissance du rôle d'étendard que joue l'exploitation cinématographique et d'un besoin de rassembler l'ensemble des revenus de l'industrie cinématographique, en collaboration avec les fournisseurs de contenu et d'autres plateformes émergentes.

La tendance accrue de la Commission européenne de commenter ou même d'intervenir dans la manière dont les films devraient sortir constitue une inquiétude grandissante pour l'UNIC, qui estime que de telles questions devraient être décidées par le marché ou – dans certains cas – par les gouvernements nationaux, qui comprennent le mieux les conditions qui prévalent dans chaque territoire.

La législation européenne stipule que les sorties de films sont une question de négociation contractuelle entre les différents opérateurs du marché. De plus, dans certains pays, les gouvernements cherchent à être impliqués, sur base de leurs objectifs spécifiques en matière de politique culturelle nationale. Vu la nature fragmentée des marchés européens de contenu créatif et le fait que la création de politiques culturelles relève de la compétence des Etats membres de l'UE, l'UNIC estime qu'il n'y a aucune raison valable pour que Bruxelles se mêle aux débats sur les fenêtres d'exploitation. Les décideurs basés à Bruxelles devraient faire confiance à l'industrie cinématographique ainsi qu'à leurs collègues des Etats membres pour faire ce qui est juste pour chaque marché et pour le développement de l'industrie. Le fait que près de 90 pourcent du soutien public au secteur du film et du cinéma européens provienne des Etats et des régions membres de l'UE ne fait qu'appuyer cette position.

Pour répondre à ces préoccupations, l'UNIC a cette année eu des discussions ouvertes et franches avec la Vice Présidente de la Commission européenne Neelie Kroes (DG Connect), la Commissaire en charge de l'Education et de la Culture Androulla Vassiliou (DG Culture et Education) et différents fonctionnaires de la DG Marché Intérieur et de la DG Concurrence. L'UNIC s'est aussi adressée, avec le soutien des MP Doris Pack (Présidente du Comité pour la Culture), Helga Trüpel (Vice Présidente de ce Comité), Marielle Gallo et Piotr Borys, à un groupe de Membres éminents du Parlement européen pour les sensibiliser aux préoccupations des cinémas européens.

L'UNIC a aussi renforcé de manière considérable ses liens avec le réseau de cinémas d'auteur CICAE et Europa Cinemas, illustrant ainsi que tous les cinémas sont solidaires quand il s'agit de protéger le droit qu'ont les exploitants de salles de décider de la manière dont les films sortent dans leurs cinémas.

Enfin, l'UNIC s'est adressée à tous les ministres de la culture des Etats membres européens pour s'assurer que ceux-ci sont au courant de l'influence potentiellement dommageable qu'ont certains décideurs de l'UE sur les stratégies nationales en matière de film et de l'exploitation cinématographique.

### 3.4 Droits d'auteur : récompenser la création et les investissements dans le cinéma européen



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

Il est réellement nécessaire que les exploitants de salles aident à faire en sorte que l'on continue à récompenser les investissements faits dans la production, la distribution et l'exploitation des films et que l'industrie cinématographique européenne continue de fleurir dans la diversité culturelle, dans le pluralisme et la compétitivité. Pour ce faire, l'UNIC a l'année passée intensifié de manière significative ses activités autour du droit d'auteur et promeut les contributions positives que les droits de propriété intellectuelle apportent au développement de la culture et de la créativité en Europe.

Il y a plusieurs raisons pourquoi les exploitants de salles devraient soutenir ce défi et construire des alliances avec d'autres parties prenantes du contenu créatif à un niveau européen et

national. L'entièreté de l'industrie cinématographique souffre de pertes considérables tous les ans, parce que des films sont enregistrés dans des cinémas ou copiés depuis des contenus légaux et ensuite partagés en ligne. Ceci cause beaucoup de tort aux marchés du divertissement à domicile, mais a aussi un impact négatif sur les cinémas, car les films doivent être mis sur le marché et exploités encore plus rapidement dans les salles, avant qu'ils ne soient disponibles de manière illégale en ligne. Ceci laisse moins de temps pour l'expérimentation et la promotion innovante (et dévalue en même temps les offres légales en V&D). Ces dynamiques constituent une contrainte spécifique pour les plus petits films européens qui cherchent leur public. La pression de devoir créer un retour presque immédiat pendant la fenêtre d'exploitation en salle limite l'apparition parfois lente du « bouche à oreilles » ou du « buzz » pour les films de niche.

Le secteur du cinéma doit convaincre les consommateurs ainsi que les décideurs que la création et l'investissement dans le contenu créatif devraient être récompensés et que mettre à disposition du contenu gratuitement n'est pas une solution durable. C'est une tâche difficile, car le comportement des consommateurs a été légèrement faussé par des habitudes d'accès gratuit et par l'absence de mesures effectives de protection du droit d'auteur et de sensibilisation. De grandes entreprises de technologie font des bénéfices importants grâce à du contenu rendu accessible librement en ligne par des services illégaux, aux dépens des créateurs européens et de leurs partenaires commerciaux. Ces industries investissent lourdement en lobbying et en relations publiques pour s'assurer de ne pas être tenus responsables des dommages causés aux secteurs culturels et créatifs européens.

Vu ces développements, il est crucial d'éveiller l'attention du public et de concevoir des programmes d'éducation durables quant à la valeur du contenu créatif et au tort que cause la violation du droit d'auteur à la créativité.

L'UNIC estime que les cinémas devraient jouer un rôle positif dans la diffusion de ces idées et qu'ils devraient collaborer avec des partenaires de la distribution et de la production cinématographiques ainsi qu'avec la communauté des créateurs. Après tout, les exploitants de salles et les personnes qui travaillent dans nos cinémas sont tous les ans en contact direct avec des centaines de millions d'Européens amateurs de cinéma. Ils illustrent à la perfection le fait que la décision des consommateurs de ne pas récompenser honnêtement les réalisateurs et leurs partenaires pour le contenu dont ils profitent ne cause pas uniquement du tort au cinéma et à la diversité culturelle, mais aussi à l'emploi et aux personnes qui y travaillent.

L'entièreté de l'industrie cinématographique souffre de pertes considérables tous les ans, parce que des films sont enregistrés dans des cinémas ou copiés depuis des contenus légaux et ensuite partagés en ligne.

L'UNIC s'implique de plusieurs manières dans cette question. D'un point de vue purement pratique, nous aidons nos membres à comprendre où se trouvent les « points chauds » de la contrefaçon des œuvres cinématographiques dans le paysage des salles de cinémas, en diffusant chaque semaine des comptes rendu de « camcording ». Pour combattre le « camcording » sur le terrain, les membres de l'UNIC ont ces dernières années augmenté la qualité et la fréquence des entraînements de leur personnel dans l'identification et la localisation des équipements d'enregistrement illégaux. L'UNIC partage aussi des bonnes pratiques avec ses membres quant aux campagnes nationales pour la promotion du droit d'auteur.

A Bruxelles, l'UNIC a ces dernières années plaidé pour une implémentation plus effective de la législation européenne en matière de droits d'auteur dans les Etats Membres, ainsi que pour davantage d'harmonisation des règles qui fonctionnent bien dans certains pays mais ne sont pas appliquées dans d'autres. L'UNIC a pour sa part participé à des consultations publiques et a régulièrement rencontré des représentants des gouvernements, ainsi que des Membres du Parlement européen. Nous participons actuellement à l'initiative « Des Licences pour l'Europe » de la Commission européenne et ferons la promotion active des positions communes de l'industrie cinématographique vis-à-vis de la révision actuellement en cours des règles d'application du droit d'auteur en Europe.

Enfin, l'UNIC considère qu'il est nécessaire que toutes les parties prenantes du contenu créatif collaborent pour mieux promouvoir et protéger la valeur de la culture, de la création et de la créativité en Europe. C'est pourquoi l'UNIC est membre du comité d'orientation d'une nouvelle coalition de contenu créatif qui cherche à promouvoir les contributions positives de la propriété intellectuelle et augmente ainsi la visibilité des exploitants de salles de cinéma parmi les autres parties prenantes de l'industrie du film.

Les cinémas investissent des ressources considérables dans la lutte contre la contrefaçon des œuvres cinématographiques, au travers de campagnes individuelles ou à un niveau national en collaboration avec des autorités publiques. Le tableau ci-contre résume une sélection d'initiatives privées et publiques qui ont eu lieu dans les territoires de l'UNIC.

### Les exploitants de salles européens contre la contrefaçon des œuvres cinématographiques

<u>Pays</u>	<u>Campagne</u>
Allemagne	Campagne Respe@t Copyrights & Initiative Copypolice.
Autriche	2012 L'initiative « Kunst hat Recht » (L'Art est un droit/a des droits) Uniquement en DE.
Belgique	Depuis 2008 : Campagne « Télécharger des films piratés, c'est du vol », détaillée sur le site Auvoleur.be. Uniquement en FR.
Danemark	2006 : « Drop kopierne, bevar originalerne » (Lachez les copies, gardez l'original). 2013 : nouvelle campagne prochainement, avec le Conseil des Consommateurs et le Ministère de la Culture.
Espagne	Clips vidéo diffusés dans les cinémas avant la projection. 2005 campagne par la Fédération pour la Protection de la PI (FAP), avec des clips tels que « Si eres legal eres legal » – Si tu es légal, tu es légal.
Finlande	DWNLD site web à propos du contenu légal en ligne. En FI, SE.
France	2008 : campagne « J'aime les artistes » – cessée en 2009 après plusieurs cyber attaques
Norvège	2007 : campagne avec un clip lancé par les exploitants de salles et les distributeurs.
Royaume-Uni	2010–2013 campagne « Moments Worth Paying For » (Des Moments qui valent d'être payés).
Russie	Les salles projettent des vidéos et des bandes audio anti-camcording
Suède	2006 : site web/campagne « Filmfolket » (Les Gens du Film).
Suisse	Clips sur le canal youtube suisse contre le piratage de films. 2007 : plateforme suisse contre la contrefaçon et le piratage.

### 3.5 Gestion collective des droits dans le secteur de l'exploitation cinématographique



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

La vaste majorité des exploitants de salles actifs dans les territoires de l'UNIC payent actuellement des droits aux sociétés de droits d'auteur. Ces paiements servent à rémunérer les auteurs, compositeurs et interprètes pour l'utilisation de leur oeuvre dans des films et pour fournir de la musique de fond dans les auditoriums, les halls d'entrée et autres espaces publics. L'UNIC soutient entièrement le droit qu'ont tous les créatifs de percevoir une rémunération équitable pour leur travail.

Le montant des paiements varie d'un territoire à un autre et est fixé légalement ou par les sociétés de droits d'auteur. Le montant représente généralement 1 à 2 pourcent des revenus du box-office, mais peut être bien plus élevé dans certains pays. Souvent, il n'est pas clair comment les montants sont déterminés et quels facteurs ont été pris en considération. Il est en général très difficile et coûteux de récuser les sociétés de droit d'auteur devant les tribunaux nationaux ou les tribunaux compétents en matière de droits d'auteurs.

Par exemple, toute mesure basée sur un pourcentage des revenus au box-office – comme c'est le cas dans la plupart des pays membres de l'UNIC – ne tient pas compte du fait que la quantité ou la qualité de la musique est rarement ce qui fait augmenter le nombre d'entrées. Un autre exemple est celui des films en 3D, dont l'augmentation considérable au box-office ces dernières années a été entraînée par la volonté des exploitants de salles d'investir dans la modernisation des cinémas et dans l'équipement 3D. Le succès de la 3D n'est pas lié à la musique, mais pourtant les sociétés de perception de droits d'auteur continuent de bénéficier des retombées du box-office liées aux films en 3D (et au supplément sur le prix du ticket).

L'UNIC est d'avis que le montant des paiements exigés des exploitants de salles dans certains pays membres est injuste et potentiellement néfaste pour les moyens de subsistance des opérateurs de cinéma, plus particulièrement les petits sites indépendants, et ceux qui en dépendent pour leur emploi.

De plus, l'UNIC voit un manque de transparence dans la gestion des revenus qui vont vers les sociétés de perception de droits d'auteur. Il n'est souvent pas clair comment le retour aux musiciens, compositeurs, interprètes et autres est calculé et combien d'argent est retenu à la source pour financer l'administration des sociétés de perception de droits d'auteur. Le fait que les détenteurs de droits musicaux aux Etats-Unis donnent en général la licence sur tous les droits aux producteurs et bénéficient ensuite une nouvelle fois de flux financiers en provenance des sociétés européennes de perception de droits d'auteur représente aux yeux de l'UNIC un double paiement inacceptable.

C'est pourquoi l'UNIC accueille et soutient la décision de la Commission européenne et du Parlement européen d'examiner cette question dans le cadre de la directive européenne actuellement à l'étude sur la gouvernance et la transparence des organisations de gestion collective. L'UNIC a rencontré des représentants officiels de la Commission européenne pour mettre en lumière les défis auxquels les exploitants de salles sont confrontés dans leurs relations avec les sociétés de perception de droits et a participé à plusieurs tables rondes organisées par le Parlement européen à ce sujet. Ce faisant, l'UNIC n'a pas seulement voulu aider à améliorer les lois de l'UE se rapportant aux sociétés de perception de droits, mais a aussi voulu aider à développer un nombre de bonnes pratiques pour les exploitants de salles et les associations d'exploitants de salles à un niveau national, afin de les assister dans les négociations locales avec les sociétés de perception de droits.



# 4 L'ANNEE A L'UNIC

Ces 12 derniers mois, l'organisation a eu un agenda bien rempli. Bien que notre mission clé et notre raison d'être soient de promouvoir l'exploitation cinématographique sur le plan international et d'influencer la prise de décision au niveau de l'UE, nous avons aussi lancé un nombre d'initiatives liées à l'industrie, afin de mieux servir nos membres et le secteur de l'exploitation cinématographique en général.

Ci-contre : UGC Strasbourg/France

## 4.1 Travail politique



Petit-déjeuner de l'UNIC au Parlement européen, « Les salles de cinémas à l'ère numérique », Avril 2013



En 2012, l'UNIC a redoublé d'efforts pour travailler en plus étroite collaboration avec le Parlement européen. L'association a collaboré avec un nombre de Parlementaires, leur fournissant des données et des conseils sur les besoins de notre secteur par rapport à une série d'initiatives politiques.

En 2012, l'UNIC a redoublé d'efforts pour travailler en plus étroite collaboration avec le Parlement européen.

- le rapport Cavada sur la circulation en ligne d'œuvres audiovisuelles;
- le rapport Costa sur l'Europe Créative;
- la résolution Moreira sur le mandat de négociation de l'UE pour l'accord de libre échange UE-EU;
- le rapport Gallo sur la gestion collective des droits d'auteur et des droits voisins et;
- le rapport Sanchez-Schmid sur les secteurs culturels et créatifs en Europe.

Ces efforts ont culminé en un événement organisé par l'UNIC en avril 2013 en partenariat avec d'importants Membres du Parlement et modéré par la présidente du comité culturel Doris Pack. L'événement s'intitulait Les salles de cinémas à l'ère numérique

et contribuait à oeuvrer pour de meilleures conditions cadres pour aider les cinémas européens à prospérer.

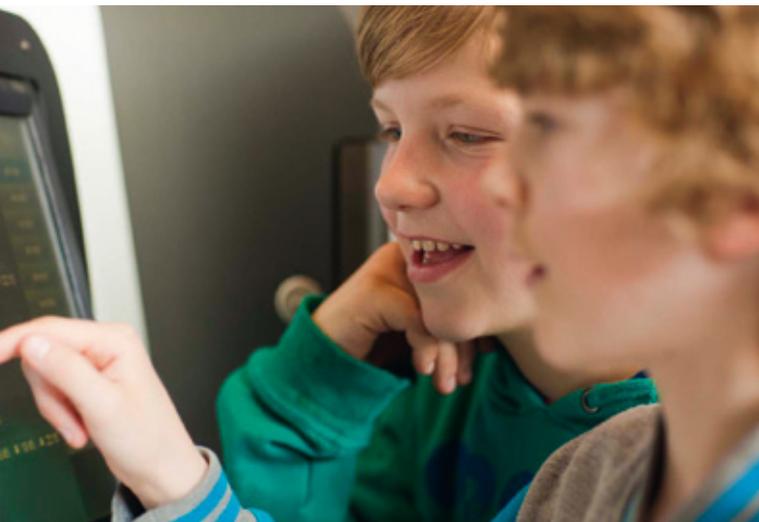
L'UNIC a continué à collaborer étroitement avec différents départements de la Commission européenne et a participé à plusieurs groupes d'experts de l'industrie cinématographique. Dans ce contexte, l'accent du travail de l'UNIC portait sur la révision de la Communication Cinéma, l'Agenda numérique de la Vice Présidente Kroes, l'initiative Des Licences pour l'Europe, le développement d'une Directive sur la gestion collective des droits, une Recommandation du Conseil sur le cinéma européen à l'ère numérique et la potentielle révision du droit d'auteur par la Commission européenne.

Le Conseil d'Administration de l'UNIC a eu des réunions au sommet avec la Vice Présidente Neelie Kroes (Agenda numérique/DG Connect), la Commissaire Androulla Vassiliou (DG Culture et Education) et le Commissaire Antonio Tajani (DG Entreprise) pour souligner nos positions.

A un autre niveau, l'UNIC est impliquée dans la formation d'une nouvelle coalition nommée Creativity Works! L'UNIC continue aussi à travailler étroitement avec le European Digital Cinema Forum, dont elle occupe un siège permanent au sein du Conseil d'Administration.

En plus de tout ce qui précède, l'UNIC s'est penchée avec des membres nationaux sur une série de questions, dont l'augmentation de la TVA, les négociations avec les sociétés de perception de droits, les politiques en matière de langage et les standards ISO pour le Cinéma Numérique.

## 4.2 Initiatives de l'UNIC



Avec l'autorisation de Kinepolis; Cinemaximum, Turquie, Avec l'autorisation de Mars Entertainment Group



Accroître la visibilité du secteur international de l'exploitation cinématographique auprès des gouvernements et décideurs européens et renforcer l'influence des salles de cinéma à cet égard est le premier objectif de l'UNIC. En plus de ceci, l'association a lancé ces 12 derniers mois un nombre de projets pour donner plus de valeur à ses membres et à la communauté internationale des cinémas en général.

Le Groupe Technologique de l'UNIC réunit des experts en technologie des principaux cinémas d'Europe.

**Groupe Technologique de l'UNIC :** Le Groupe Technologique de l'UNIC réunit des experts en technologie des principaux cinémas d'Europe, ainsi que de leurs associations. Ensemble, ils observent les développements technologiques en matière de cinéma numérique et permettent un échange régulier d'expertises et de bonnes pratiques parmi les cinémas, les partenaires du European Digital Cinema Forum et de la NATO, l'organisation sœur de l'UNIC aux Etats-Unis, et d'autres organisations telles que l'ISDCF et la SMPTE. L'objectif global est d'améliorer le dialogue autour de l'avenir du cinéma numérique et de s'assurer que les oeuvres cinématographiques sont exploitées dans les meilleures conditions possibles, telles qu'imaginées par le réalisateur. Les membres et autres organisations intéressés par le

groupement peuvent prendre contact avec le bureau de l'UNIC à Bruxelles.

**UNIC Retail Group :** Les ventes au détail des exploitants de salles donnent une valeur ajoutée considérable à l'expérience cinématographique. Elles contribuent aussi aux retours nécessaires pour la viabilité des cinémas et aident à maintenir les tickets à des prix abordables. Pour mieux comprendre les dernières tendances en matière de vente au détail dans les cinémas et examiner comment les exploitants de salles peuvent améliorer et innover leur offre, l'UNIC a lancé le European Retail Group. Le groupe rassemble les gestionnaires des ventes de grands exploitants à travers l'Europe et effectue des recherches, partage des bonnes pratiques et initie des expériences concrètes pour rendre la vente au détail des cinémas plus imaginative et plus favorable aux consommateurs. Les résultats viendront alimenter des séminaires et des ateliers à CineEurope, la convention annuelle de l'UNIC, et seront publiés sur le site web de l'UNIC.

**Forum de l'Innovation Cinématographique :** Ce nouveau projet a été lancé en 2013. Le Forum de l'Innovation Cinématographique explorera au travers de la recherche et d'ateliers avec des opérateurs de cinémas et des experts externes comment les cinémas peuvent s'adresser au public d'une manière innovante et proposer à leurs clients une expérience cinématographique sans discontinuité. Dans ce contexte, l'utilisation de technologies numériques, des communications mobiles et des réseaux sociaux joue un rôle important.

L'UNIC a lancé le European Retail Group.

### 4.3 Intelligence économique et politique à l'UNIC

En 2012, l'UNIC a mené un nombre d'enquêtes parmi ses membres par rapport aux développements du marché et des politiques dans le secteur de l'exploitation et a établi une base de données interne très complète. Celle-ci contient aussi bien des données au sujet du marché (box-office, entrées, nombre de salles, passage au numérique et part de la 3D, densité des salles et entrées par personne, et autres), que des études comparatives des politiques (contribution de l'exploitation cinématographique au soutien des films, campagnes anti-piratage dans les cinémas, classification des films, accessibilité des salles pour les personnes handicapées, et autres) et des profils détaillés par pays.

Ce pôle de connaissances très complet a considérablement renforcé la position de l'UNIC vis-à-vis des décideurs nationaux et européens, ainsi que de ses partenaires dans l'industrie cinématographique. Elle a aussi permis à l'UNIC de fournir de meilleurs services à ses membres, de mieux coopérer avec les partenaires et de faire un travail de lobbying plus convaincant en appuyant ses arguments avec des preuves concrètes, en ce compris des données comparatives et des études de cas.



Cinéma Olympia, Dijon/France, Avec l'autorisation de la FNCF/Photo : Ava du Parc

### 4.4 CineEurope

CineEurope :  
plus de 3000  
professionnels  
venus de plus  
de 50 pays et  
près de 100  
entreprises

CineEurope est la convention annuelle de l'UNIC et le principal rendez-vous de la communauté des cinémas en Europe. Elle est organisée en collaboration avec Prometheus Global Media (PGM).

Du 18 au 21 juin 2012, plus de 3000 professionnels venus de plus de 60 pays et près de 100 entreprises ont participé aux projections, à la foire commerciale et aux conférences de la convention. C'était la première fois que CineEurope se déroulait à Barcelone, au Centre de Convenciones Internacional. L'UNIC avait contribué à déplacer la convention d'Amsterdam vers Barcelone et a ces deux dernières années augmenté son implication dans l'organisation de la convention. Cette implication était d'ores et déjà visible et continuera à transparaître dans la perspective de plus en plus européenne du programme.

En 2013, CineEurope aura lieu du 24 au 27 juin à Barcelone. Au moment où nous rédigeons ce rapport, tout porte à croire que la foire commerciale, les projections et le programme de conférences dépasseront encore le succès retentissant de l'année passée.

### 4.5 Partenaires du Programme européen de l'exploitation cinématographique

Le nouveau programme de partenariat de l'UNIC vise à augmenter la valeur de l'exploitation cinématographique en créant des liens plus étroits avec d'importants partenaires technologiques, des sociétés concessionnaires, des fournisseurs et vendeurs, renforçant ainsi l'écosystème du cinéma dans sa globalité. Le programme permet à l'UNIC d'encore peaufiner son expertise dans les développements importants des secteurs liés au cinéma et offre en retour la visibilité et l'exposition à ses partenaires en tant que supporters clés de la communauté internationale des opérateurs de cinémas. Les participants au programme n'ont pas de droit de regard ou d'influence sur les positions de l'association et ne participent pas aux réunions de l'UNIC. Le Programme sera évalué après 12 mois pour s'assurer qu'il contribue de manière positive à l'UNIC et à ses membres.

# 5 PERSPECTIVES

Un de nos objectifs majeurs pour l'année prochaine est de rester sur cette voie positive et d'accroître notre influence politique.

Ces deux dernières années, l'UNIC s'est établie à Bruxelles en tant qu'organisation professionnelle très respectée. Nous sommes parvenus à atteindre nos objectifs, dans la mesure où les décideurs des institutions européennes ainsi que d'autres parties prenantes dans la communauté de la politique audiovisuelle demandent de plus en plus souvent nos conseils et souhaitent collaborer avec nous autour de diverses questions qui sont importantes tant pour l'exploitation cinématographique que pour l'industrie cinématographique en général. Un de nos objectifs majeurs pour l'année prochaine est de rester sur cette voie positive et d'accroître notre influence politique.

Dans les mois à venir, nos premières préoccupations politiques continueront à inclure le débat autour de la diversité culturelle dans l'industrie du cinéma, les fenêtres d'exploitation, le droit d'auteur, la finalisation du passage au numérique, la relation du secteur avec les sociétés de perception de droits et le commerce international. Tandis que la transformation de l'industrie globale du cinéma continue à un rythme soutenu, nous avons l'intention de parler encore plus clairement de la valeur qu'a l'exploitation cinématographique pour toute l'industrie du divertissement et pour l'écosystème du cinéma européen en particulier. Cette ambition rejoint un besoin plus large de façonner positivement le dialogue politique ainsi que l'opinion publique par rapport au futur du secteur du film et du cinéma en Europe. A l'UNIC, nous sommes convaincus que l'exploitation cinématographique peut apporter une contribution positive à cet égard, en amenant de nouvelles idées et une approche innovante. Nous comptons collaborer avec des collègues d'associations partenaires afin de mieux atteindre ces objectifs.

Parallèlement au travail politique effectué par l'UNIC, nous souhaitons continuer à développer les nombreux services à nos membres, ainsi que les groupes d'experts et les programmes d'échange d'information que nous avons établis cette année pour mieux servir l'exploitation cinématographique européenne. Nous serons très occupés à faire en sorte que le groupe technologique de l'UNIC démarre bien et nous comptons renforcer les liens du groupe avec des personnes clés dans le domaine de la technologie et des fournisseurs de contenu. De plus, nous souhaitons développer des services, des réseaux et l'échange de connaissances dans le domaine du marketing/de l'engagement des clients et de la vente au détail et des concessions.

Enfin, l'UNIC a prévu de développer plus encore son implication dans CineEurope, ensemble avec notre partenaire PGM, pour continuer à organiser une convention passionnante, gratifiante et variée à l'attention de la communauté européenne et internationale de l'exploitation cinématographique.

Ci-contre : Avec l'autorisation de la CEA

# 6 PARTENAIRES DE L'UNIC

## Représentants du secteur du cinéma

**CICAE** Confédération Internationale des Cinémas d'Art et d'Essai

**Europa Cinemas**

**EDCF** European Digital Cinema Forum

**NATO** National Association of Theatre Owners

**FERA** Fédération Européenne des Réalisateur de l'Audiovisuel/  
Federation of European Film Directors

**FIAD** Fédération Internationale des Associations  
de Distributeurs de Films / International Federation of Film  
Distributors' Associations

**FIAPF** Fédération Internationale des Associations  
de Producteurs de Films / International Federation of Film  
Producers' Associations

**CEPI** Coopération Européenne des Producteurs Indépendants/  
European Coordination of Independent Producers

**IVF** International Video Federation

**ISDCF** Intersociety Digital Cinema Forum

**MPA** Motion Picture Association

## Partenaires institutionnels

**Parlement européen**

**Commission européenne**

**Ministères nationaux de la culture**

**Observatoire européen de l'Audiovisuel**

# 7 MEMBRES DE L'UNIC

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

## Conseil d'Administration

(à partir de mai 2013)

A l'Assemblée Générale de 2013, les membres de l'UNIC ont élu un nouveau Conseil d'Administration qui dirigera l'association durant les 2 années à venir.

**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 Országos 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

**Cinema City** Israël, Hongrie, Pologne, République Tchèque, Roumanie, Bulgarie, Slovaquie  
**Cinemax** Slovaquie  
**Cineworld Cinemas** Royaume-Uni, Irlande  
**Cinemas Gaumont Pathé** France, Pays-Bas, Suisse  
**Kinopolis Group** Belgique, France, Espagne, Pologne, Suisse  
**Kino Arena** Bulgarie  
**Mars Entertainment** Turquie  
**Nordisk Film Biografer** Danemark, Norvège  
**Odeon/UCI/Cinesa** Royaume-Uni, Autriche, Allemagne, Irlande, Italie, Portugal, Espagne  
**SF Bio** Suède, Norvège, Finlande, Estonie, Lettonie, Lituanie  
**Movies@Cinemas** Irlande  
**Svenska Bio** Danemark, Finlande, Suède  
**UGC** France, Belgique  
**Utopia Group** Luxembourg, Pays-Bas, Belgique, France  
**Vue Entertainment** Royaume-Uni, Portugal, Irlande, Allemagne, Pologne, Lettonie, Lituanie, Taiwan, Danemark  
**Yelmo Cines** Espagne

# BUREAU DE BRUXELLES

## **UNIC**

Union Internationale des Cinémas  
International Union of Cinemas

Av. des Arts 10-11 boîte 17  
1210 Bruxelles (Saint-Josse-ten-Noode)  
Belgique

## **Nous contacter**

Tel : +32 2 8809939

### **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)