

# UNIC RAPPORT ANNUEL 2014-2015



TRADUCTION DE L'ANGLAIS

# INTRODUCTION

PAR PHIL CLAPP

Je suis très heureux de vous présenter le tout nouveau rapport de l'UNIC, qui décline au fil des pages les principales tendances de l'industrie du cinéma européen, ainsi que les politiques publiques qui s'y rattachent, à travers nos 36 pays membres.

Ces douze derniers mois, l'UNIC a poursuivi une mission qui lui tient à cœur, à savoir augmenter la visibilité de l'exploitation cinématographique auprès des décideurs politiques clés et de nos partenaires de l'industrie cinématographique internationale.

Nous avons aussi continué à développer les services destinés à nos membres et partenaires, et sommes ravis de vous annoncer l'accord récent conclu autour de CineEurope – la convention annuelle de l'UNIC – résultant d'un long partenariat avec nos collègues de Prometheus Global Media.

J'espère vous voir nombreux cette année à Barcelone. En attendant, je vous souhaite une excellente lecture de ce rapport.

*Phil Clapp, CEO de la UK Cinema Association, est Président de l'Union Internationale des Cinémas.*

**UNIC**  
Union Internationale des Cinémas  
International Union of Cinemas

## 1 CHIFFRES CLÉS

02

### 1.1. FRÉQUENTATION DES SALLES DE CINÉMA EN 2014

04

### 1.2. PERFORMANCES INDIVIDUELLES ET PART DE MARCHÉ DES PRODUCTIONS LOCALES

10

### 1.3. PASSAGE AU NUMÉRIQUE ET PART DES ÉCRANS 3D

14

### 1.4. DENSITÉ DES SALLES DE CINÉMA

16

## 2 BILAN ET PERSPECTIVES

18

### 2.1. ANALYSE DES PRINCIPALES TENDANCES DU MARCHÉ

21

### 2.2. DÉVELOPPEMENTS POLITIQUES RÉCENTS

26

### 2.3. PRINCIPALES POSITIONS POLITIQUES DE L'UNIC

30

## 3 L'ANNÉE À L'UNIC

36

### 3.1. PROMOTION

38

### 3.2. SERVICES AUX MEMBRES ET PARTENAIRES

38

### 3.3. CINEEUROPE

38

### 3.4. ACTIVITÉS DE L'UNIC EN 2014-2015

40

## 4 MEMBRES

42

## 5 PARTENAIRES

44

# 1 CHIFFRES CLÉS

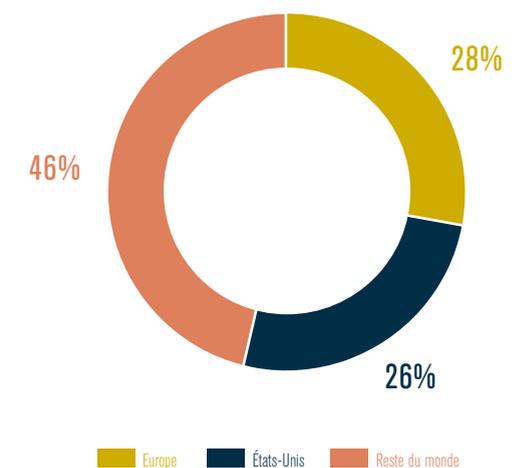


Kino International, Berlin, Allemagne, avec l'autorisation de Yorck Kinogruppe / Photo: Daniel Horn

## 1.15 MILLIARD

de spectateurs dans les salles de cinéma des  
pays membres de l'UNIC en 2014

### BOX-OFFICE EUROPÉEN VS. B.O. AUX ÉTATS-UNIS ET DANS LE RESTE DU MONDE EN 2014



Source: IHS

En 2014, les recettes au box-office et les entrées ont connu une légère augmentation dans les pays membres de l'UNIC. L'ensemble des revenus au box-office a augmenté de 0,6 pour cent et les entrées de 1,7 pour cent.

# 1.1 FRÉQUENTATION DES SALLES DE CINÉMA EN 2014

## Une légère hausse du box-office et des entrées à travers les pays membres de l'UNIC

En 2014, les recettes moyennes au box-office et les entrées ont connu une légère hausse dans les pays membres de l'UNIC, malgré la concurrence de la Coupe du Monde de football. Cette augmentation est due en grande partie à la croissance de certains marchés phares – croissance engendrée par le succès de productions principalement locales. L'ensemble des recettes au box-office dans les pays de l'UNIC a augmenté de 0,6 pour cent<sup>1</sup> et les entrées de 1,7 pour cent. Comme souvent, ces résultats varient de façon significative d'un pays à l'autre.

## Des résultats plus faibles dans certains pays

Le Royaume-Uni et l'Allemagne ont dû affronter des conditions difficiles, avec une réduction à la fois des recettes au box-office (Royaume-Uni -2,4 pour cent ; Allemagne : -4,2 pour cent) et des entrées (Royaume-Uni :

-4,9 pour cent ; Allemagne -6,2 pour cent). Le Danemark (box-office -6,6 pour cent ; entrées -10,6 pour cent), la Finlande (box-office -3,3 pour cent ; entrées -5,1 pour cent), l'Italie (box-office -7,1 pour cent ; entrées -6,1 pour cent) et la Norvège (box-office -1,2 pour cent ; entrées -6,1 pour cent) ont également réalisé des faibles performances malgré le succès de quelques productions locales. Un certain nombre de petits territoires ont connu des expériences similaires, dues principalement aux performances modestes des films internationaux.

<sup>1</sup>Le box-office total pour les pays membres de l'UNIC a été calculé sur base d'une conversion des devises locales en euros. Ce chiffre n'inclut pas la Russie en raison de variations considérables du taux de change en 2014.

Source: Membres de l'UNIC 2013-14 – à l'exception de la Belgique, de la Bosnie-Herzégovine et d'Israël  
Information complémentaire de BU (Bulgarian National Film Center), CZ (Unie Filmových Distributoru), EE (Eesti Filmi Instituut & Baltic Films Co-operation Platform), GR (Greek Film Center), HR (Croatian Audiovisual Center), HU (Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság), LT (Lietuvio Filmu Centras & Baltic Films Co-operation Platform), LV (Nacionalais Kino Centrs & Baltic Films Co-operation Platform), PL (Polski Instytut Sztuki Filmowej), PT (Instituto do Cinema e do Audiovisual), RO (Centrul National al Cinematografiei), RU (Nevalim Research), SL (Slovenian Film Center) et SK (Union of Film Distributors)  
<sup>\*</sup>Cinetel: 90 pour cent du marché. Les résultats globaux de SIAE seront publiés en juin 2015  
<sup>\*\*</sup> Les données collectées pour le Monténégro et la Serbie sont combinées en raison des pratiques locales de distribution

## Box-office 2013-14 (en million, devise locale)

Pays (Devise)	2014	2013	Évolution en %
Albanie (ALL)	108,5	n/d	n/d
Allemagne (EUR)	979,7	1023	-4,2%
Autriche (EUR)	117,9	123,1	-4,2%
Bulgarie (BGN)	41,3	40	+3,1%
Croatie (HRK)	112,5	121	-7%
Danemark (DKK)	985,6	1055,2	-6,6%
Espagne (EUR)	522,4	507,1	+3%
Estonie (EUR)	12,8	11,8	+8%
Finlande (EUR)	72,5	75	-3,3%
France (EUR)	1332,7	1250,1	+6,6%
Grèce (EUR)	58	59,3	-2,2%
Hongrie (HUF)	14601,6	13490	+8,2%
Irlande (EUR)	99,9	101,9	-2%
Italie (EUR)*	574,8	618,7	-7,1%
Lettonie (EUR)	10,2	10,3	-1,3%
Lituanie (EUR)	14,4	13,1	+9,3%
Luxembourg (EUR)	8,5	9,1	-6,1%
Macédoine (MKD)	73,9	n/d	n/d
Monténégro/Serbie (RSD)**	1150,7	n/d	n/d
Norvège (NOK)	1082,1	1095,1	-1,2%
Pays-Bas (EUR)	250,1	249,5	+0,2%
Pologne (PLN)	726,9	665,2	+9,3%
Portugal (EUR)	62,7	65,4	-4,1%
République tchèque (CZK)	1462,7	1424,2	+2,7%
Roumanie (RON)	185,2	160,5	+15,4%
Royaume-Uni (GBP)	1057,7	1083,5	-2,4%
Russie (RUB)	43316,1	41158,7	+5,2%
Slovaquie (EUR)	20,8	18,9	+10,4%
Slovénie (EUR)	9,5	11,1	-13,9%
Suède (SEK)	1652,1	1638,3	+0,8%
Suisse (CHF)	204,5	218,5	-6,4%
Turquie (TRY)	652,9	504,3	+29,5%



Avec l'autorisation de Kinepolis

### Des marchés robustes en France, Pologne et Turquie

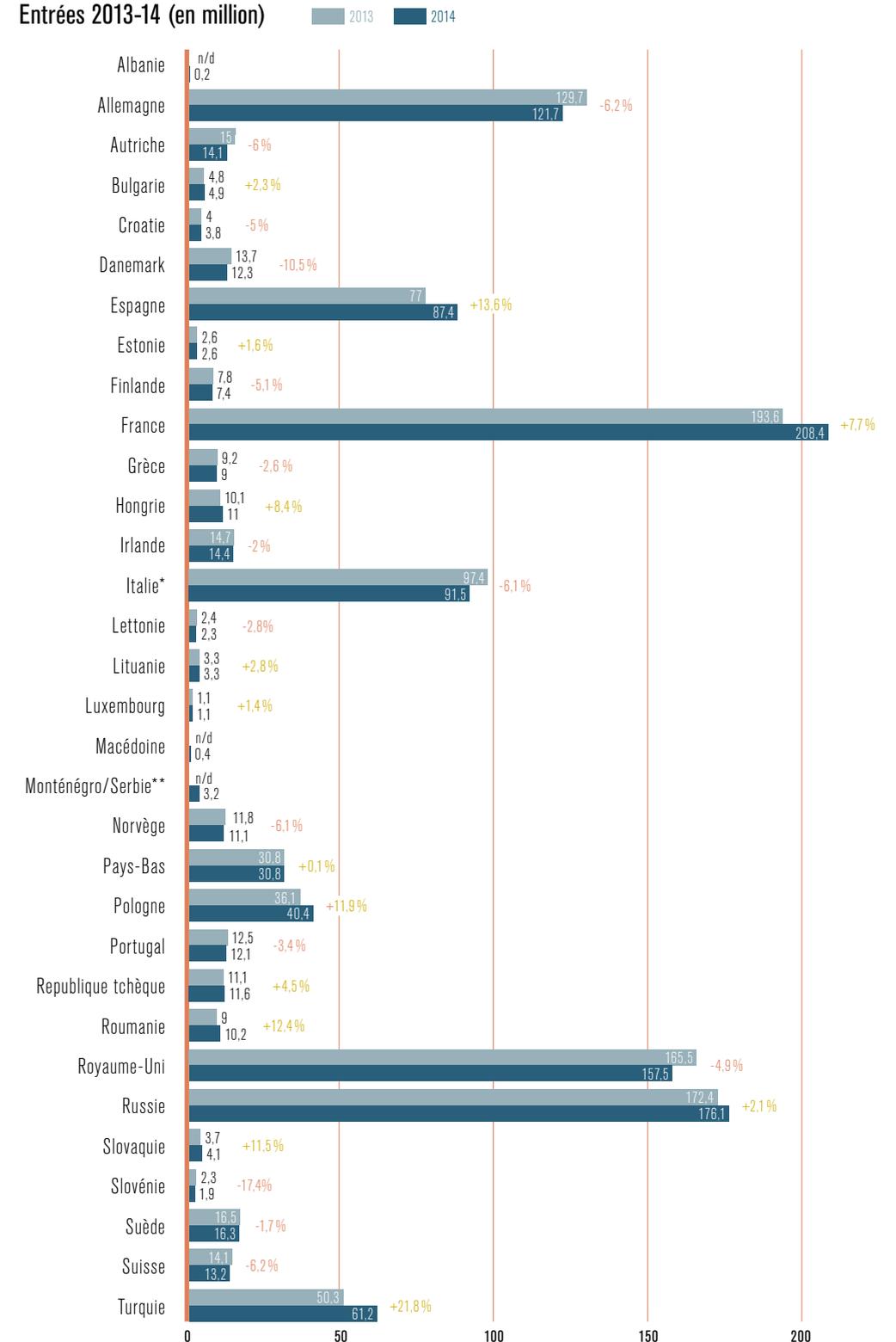
Les exploitants de salles français – profitant d'une vague de productions locales à succès – ont attiré plus de 200 millions de spectateurs et ainsi augmenté le nombre d'entrées de 7,7 pour cent et le box-office de 6,6 pour cent. La Pologne (box-office +9,3 pour cent; entrées +11,9 pour cent) et la Turquie (box-office +29,5 pour cent; entrées +21,8 pour cent) affichent également des résultats positifs similaires, grâce au succès de productions locales. Depuis ces dernières années, ces deux pays continuent de s'affirmer en tant que marchés de croissance.

L'Espagne, après quelques années de stagnation, a vu son nombre d'entrées augmenter

de 13,6 pour cent et son box-office de 3 pour cent. Cette évolution positive a aussi pu s'observer dans d'autres pays en 2014, notamment en République tchèque (box-office +2,7 pour cent ; entrées +4,5 pour cent), en Hongrie (box-office +8,2 pour cent ; entrées +8,4 pour cent) et en Slovaquie (box-office +10,4 pour cent ; entrées +11,5 pour cent).

Source: Membres de l'UNIC 2013-14 - à l'exception de la Belgique, de la Bosnie-Herzégovine et d'Israël  
 Information complémentaire de BU (Bulgarian National Film Center), CZ (Unie Filmových Distributoru), EE (Eesti Filmi Instituut & Baltic Films Co-operation Platform), GR (Greek Film Center), HR (Croatian Audiovisual Center), HU (Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság), LT (Lietuvių Filmu Centras & Baltic Films Co-operation Platform), LV (Nacionālais Kino Centrs & Baltic Films Co-operation Platform), PL (Polski Instytut Sztuki Filmowej), PT (Instituto do Cinema e do Audiovisual), RO (Centrul National al Cinematografeii), RU (Nevafilm Research), SL (Slovenian Film Center) et SK (Union of Film Distributors)  
 \*Cinetel: 90 pour cent du marché. Les résultats globaux de SIAE seront publiés en juin 2015  
 \*\* Les données collectées pour le Monténégro et la Serbie sont combinées en raison des pratiques locales de distribution

### Entrées 2013-14 (en million)





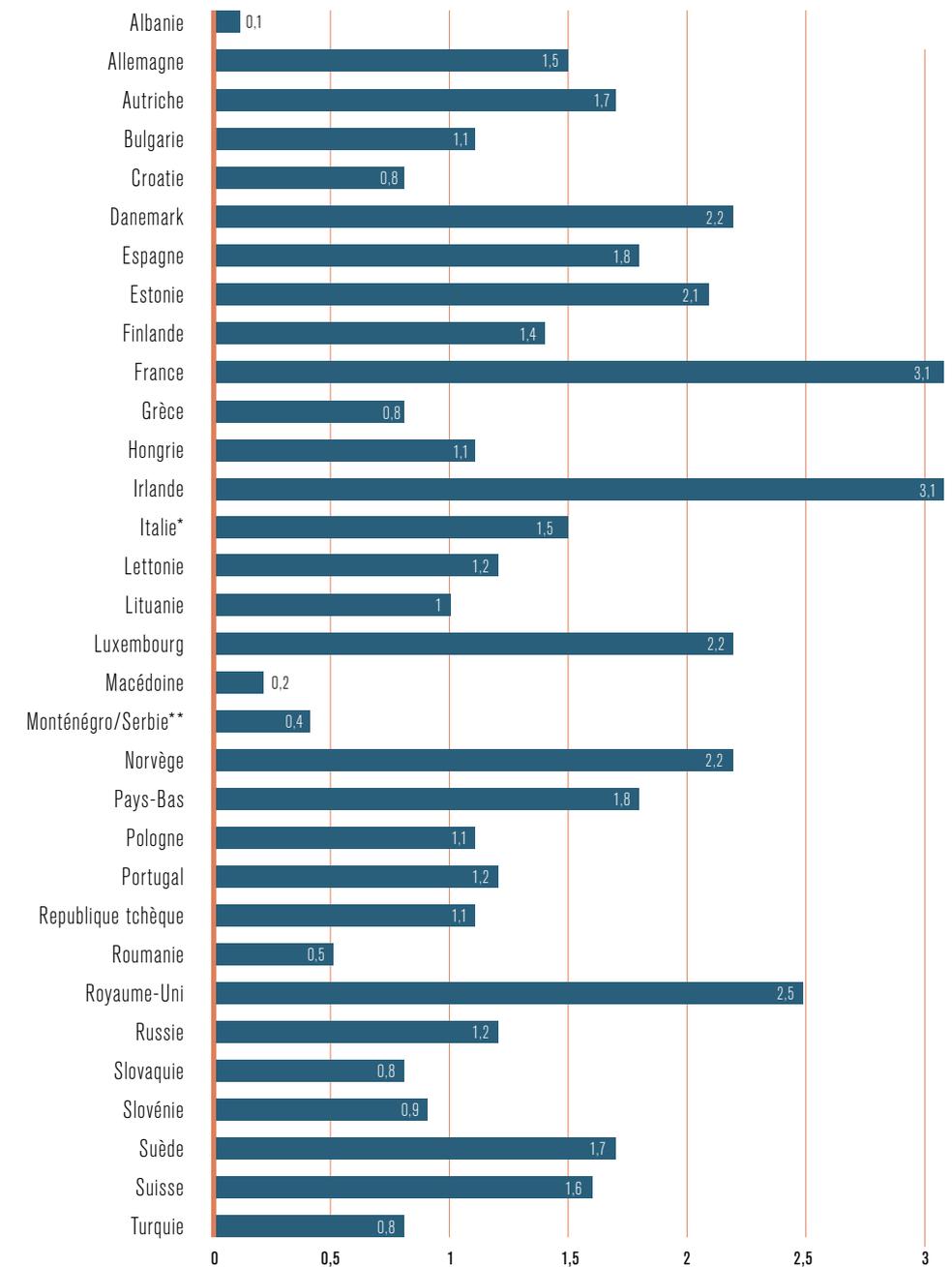
Filmstaden Sergel, Stockholm, Suède, avec l'autorisation de SF Bio

### Une moyenne de 1,5 entrées par an au cinéma

Le nombre moyen de visites annuelles au cinéma par habitant à travers les pays membres de l'UNIC en 2014 est resté relativement stable, avec 1,5 entrées par personne. La France et l'Irlande arrivent en tête (3,1) ; cette fréquence a augmenté en Espagne (1,8) ainsi que dans les marchés porteurs comme la Pologne (1,1) et la Turquie (0,8). Si le nombre d'entrées reste stable en République tchèque (1,1), en Finlande (1,4), aux Pays-Bas (1,8), au Portugal (1,2), en Suède (1,7) et en Russie (1,2), il a légèrement diminué dans les autres pays.

Source: Membres de l'UNIC 2013-14 - à l'exception de la Belgique, de la Bosnie-Herzégovine et d'Israël  
 Information complémentaire de BU (Bulgarian National Film Center), CZ (Unie Filmových Distributoru), EE (Eesti Filmi Instituut & Baltic Films Co-operation Platform), GR (Greek Film Center), HR (Croatian Audiovisual Center), HU (Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság), LT (Lietuviu Filmu Centras & Baltic Films Co-operation Platform), LV (Nacionalais Kino Centrs & Baltic Films Co-operation Platform), PL (Polski Instytut Sztuki Filmowej), PT (Instituto do Cinema e do Audiovisual), RO (Centrul National al Cinematografei), RU (Nevafilm Research), SL (Slovenian Film Center) et SK (Union of Film Distributors)  
 \*Cinetel: 90 pour cent du marché. Les résultats globaux de SIAE seront publiés en juin 2015  
 \*\* Les données collectées pour le Monténégro et la Serbie sont combinées en raison des pratiques locales de distribution

### Nombre d'entrées par habitant en 2014



# 1.2

## PERFORMANCES INDIVIDUELLES ET PART DE MARCHÉ DES PRODUCTIONS LOCALES

### En tête du box-office

Plusieurs productions des principaux studios américains ont enregistré des résultats remarquables au box-office à travers l'ensemble des pays représentés par l'UNIC. On retrouve parmi ceux-ci: *Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées*; *Hunger Games - La Révolte : Partie 1*; et *Dragons 2*.

### Part de marché des productions locales en 2014

La part de marché des productions locales est restée stable en 2014 dans les pays de l'UNIC. Comme ce fut déjà le cas en 2013, la Turquie domine cette tendance avec 58,4 pour cent des entrées en 2014 comptabilisées par des productions locales. La France arrive deuxième, affichant une part de marché impressionnante de 44 pour cent. Trois films français trônent d'ailleurs en tête du box-office.

### Succès polonais et hollandais

La légère hausse de fréquentation ainsi que du box-office aux Pays-Bas peuvent en partie s'expliquer par le succès de productions locales comme *Gooische Vrouwen II*. De même, les résultats positifs en Pologne s'expliquent par le succès de plusieurs films locaux dont *Bogowie* en tête.

### Résultats positifs pour les films scandinaves

Malgré une diminution des entrées et du box-office dans la plupart des pays scandinaves – à l'exception de la Suède – les productions nationales continuent de se distinguer à travers la région. En moyenne, la part de marché des productions locales a représenté 25 pour cent des entrées dans ces pays et plus particulièrement en Norvège, où quatre films locaux figurent dans le top 5 du box-office.

### Films européens non-nationaux:

#### Succès continu du cinéma français à l'étranger

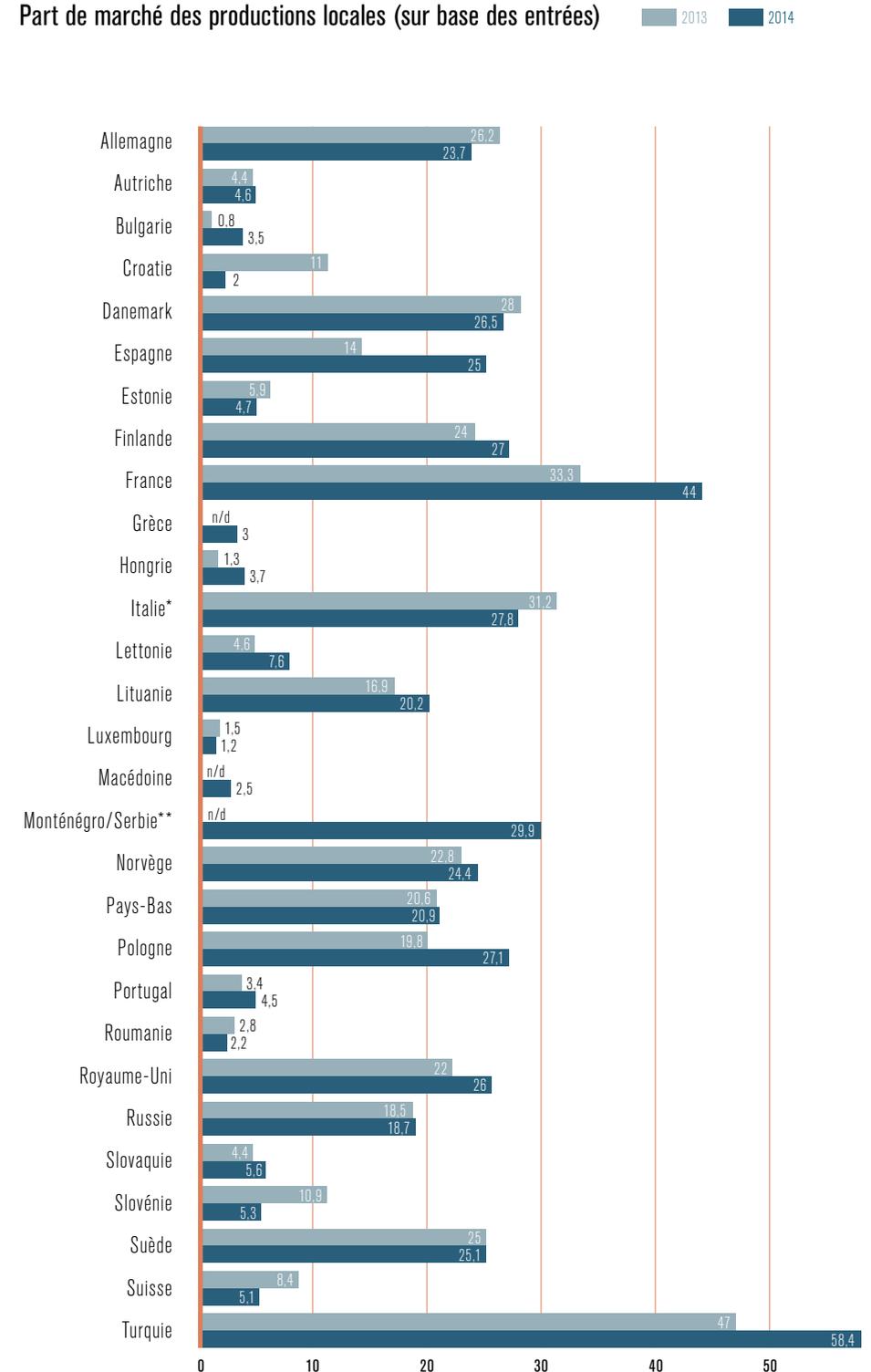
Le cinéma français a confirmé son succès à l'étranger en 2014. *Qu'est-ce qu'on a fait au Bon Dieu* a obtenu des résultats remarquables dans plusieurs pays européens, particulièrement en Allemagne, en Autriche, en Suisse et au Luxembourg. La production majoritaire française *Lucy* – composée d'un casting international – figure parmi les films les plus populaires à travers le monde en 2014.

Source: Membres de l'UNIC 2013-14 – à l'exception de l'Albanie, de la Belgique, de la Bosnie-Herzégovine, de la République tchèque, de l'Irlande et d'Israël  
 Information complémentaire de BU (Bulgarian National Film Center), EE (Eesti Filmi Instituut & Baltic Films Co-operation Platform), GR (Greek Film Center), HR (Croatian Audiovisual Center), HU (Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság), LT (Lietuvių Filmu Centras & Baltic Films Co-operation Platform), LV (Nacionālais Kino Centrs & Baltic Films Co-operation Platform), PL (Polski Instytut Sztuki Filmowej), PT (Instituto do Cinema e do Audiovisual), RO (Centrul National al Cinematografiei), RU (Nevafilm Research), SL (Slovenian Film Center) et SK (Union of Film Distributors)

\*Cinetel: 90 pour cent du marché. Les résultats globaux de SIAE seront publiés en juin 2015

\*\* Les données collectées pour le Monténégro et la Serbie sont combinées en raison des pratiques locales de distribution

### Part de marché des productions locales (sur base des entrées)



## 12 CHIFFRES CLÉS

PAYS	TOP 1	TOP 2
Albanie	Le Loup de Wall Street	Rio 2
Allemagne	Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées	Hunger Games – La Révolte: Partie 1
Autriche	Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées	Hunger Games – La Révolte: Partie 1
Bulgarie	Lucy	Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées
Croatie	Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées	Le Loup de Wall Street
Danemark	The Absent One	The Reunion 2 - The Funeral
Espagne	8 Apellidos Vascos	El Niño
Estonie	Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées	La Reine des Neiges
Finlande	The Grump	Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées
France	Qu'est-ce qu'on a fait au Bon Dieu?	Supercondriaque
Grèce	300: La Naissance d'un Empire	Interstellar
Hongrie	Le Loup de Wall Street	Dragons 2
Irlande	Mrs. Brown's Boys D'Movie	La Grande Aventure Lego
Italie*	Maléfique	Un Boss in Salotto
Lettonie	Rio 2	Les Pingouins de Madagascar
Lituanie	Redirected	La Reine des Neiges
Luxembourg	Rio 2	Le Loup de Wall Street
Macédoine	Dumb & Dumber De	Interstellar
Monténégro / Serbie**	Montevideo 2	Mali Budo
Norvège	Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées	Børning
Pays-Bas	Gooische Vrouwen II	Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées
Pologne	Bogowie	Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées
Portugal	Hunger Games – La Révolte: Partie 1	Lucy
République tchèque	Tři bratři	Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées
Royaume-Uni	La Grande Aventure Lego	Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées
Russie	Transformers : L'Âge de l'Extinction	Maléfique
Slovaquie	Dragons 2	Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées
Slovénie	Rio 2	Dumb & Dumber De
Suède	Hundraaringen som blev ut genom fonstret och forsvann	Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées
Suisse	Qu'est-ce qu'on a fait au Bon Dieu?	Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées
Turquie	Recep Ivedik 4	Eyyvah Eyvah 3

Source: Membres de l'UNIC 2013-14 – à l'exception de la Belgique, de la Bosnie-Herzégovine, d'Israël et de la Roumanie  
 Information complémentaire de BU (Bulgarian National Film Center), CZ (Únie Filmových Distributorů), EE (Eesti Filmi Instituut & Baltic Films Co-operation Platform), GR (Greek Film Center), HR (Croatian Audiovisual Center), HU (Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság), LT (Lietuvių Filmu Centras & Baltic Films Co-operation Platform), LV (Nacionālais Kino Centrs & Baltic Films Co-operation Platform), PL (Polski Instytut Sztuki Filmowej), PT (Instituto do Cinema e do Audiovisual), RU (Nevafilm Research), SL (Slovenian Film Center) et SK (Union of Film Distributors)

## 13 CHIFFRES CLÉS

TOP 3	TOP 4	TOP 5
Les Pingouins de Madagascar	Dumb & Dumber De	Interstellar
Qu'est-ce qu'on a fait au Bon Dieu?	Dragons 2	Der Medicus
Qu'est-ce qu'on a fait au Bon Dieu?	Le Loup de Wall Street	Dragons 2
Noé	Dracula: Untold	Maléfique
Dumb & Dumber De	Dragons 2	Rio 2
Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées	Hunger Games - La Révolte: Partie 1	Dragons 2
La Planète des singes : l'Affrontement	Maléfique	Le Loup de Wall Street
Rio 2	Dragons 2	Cops – Les Forces du désordre
Ricky Rapper and the Slick Leonard	Le Hobbit : La Désolation de Smaug	Towards the Day of Doom
Lucy	Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées	La Planète des singes : l'Affrontement
Maléfique	Annabelle	Dracula Untold
Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées	Les Gardiens de la Galaxie	Transformers : L'Âge de l'Extinction
Gone Girl	La Planète des singes : l'Affrontement	Le Loup de Wall Street
Le Loup de Wall Street	Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées	Il Ricco, il Povero e il Maggiordomo
Dragons 2	Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées	La Reine des Neiges
Rio 2	Les Pingouins de Madagascar	Valentinas Behind the Doors
Qu'est-ce qu'on a fait au Bon Dieu?	Hunger Games - La Révolte: Partie 1	Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées
Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées	Le Loup de Wall Street	Maléfique
Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées	Maléfique	Interstellar
Doctor Proctor's Fart Powder	Captain Sabertooth and the Treasure of Lama Rama	Casper & Emma's Christmas
Le Loup de Wall Street	Hunger Games - La Révolte: Partie 1	Rio 2
Miasto '44	Jack Strong	Dragons 2
Les Pingouins de Madagascar	Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées	Rio 2
Dragons 2	Le Loup de Wall Street	Rio 2
The Inbetweeners 2	La Planète des singes : l'Affrontement	Hunger Games - La Révolte: Partie 1
Les Gardiens de la Galaxie	Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées	Dragons 2
Rio 2	Interstellar	38
Le Loup de Wall Street	Le Hobbit: La Bataille des Cinq Armées	Maya the Bee
La Reine des Neiges	Hunger Games - La Révolte: Partie 1	Dragons 2
Le Loup de Wall Street	Hunger Games - La Révolte: Partie 1	Dragons 2
Dugun Dernek	Pek Yakinda	Unutursam Fisilda

Films nationaux

Films européens non-nationaux

\*Cinétel: 90 pour cent du marché. Les résultats globaux de SIAE seront publiés en juin 2015

\*\* Les données collectées pour le Monténégro et la Serbie sont combinées en raison des pratiques locales de distribution

# 1.3 PASSAGE AU NUMÉRIQUE ET PART DES ÉCRANS 3D

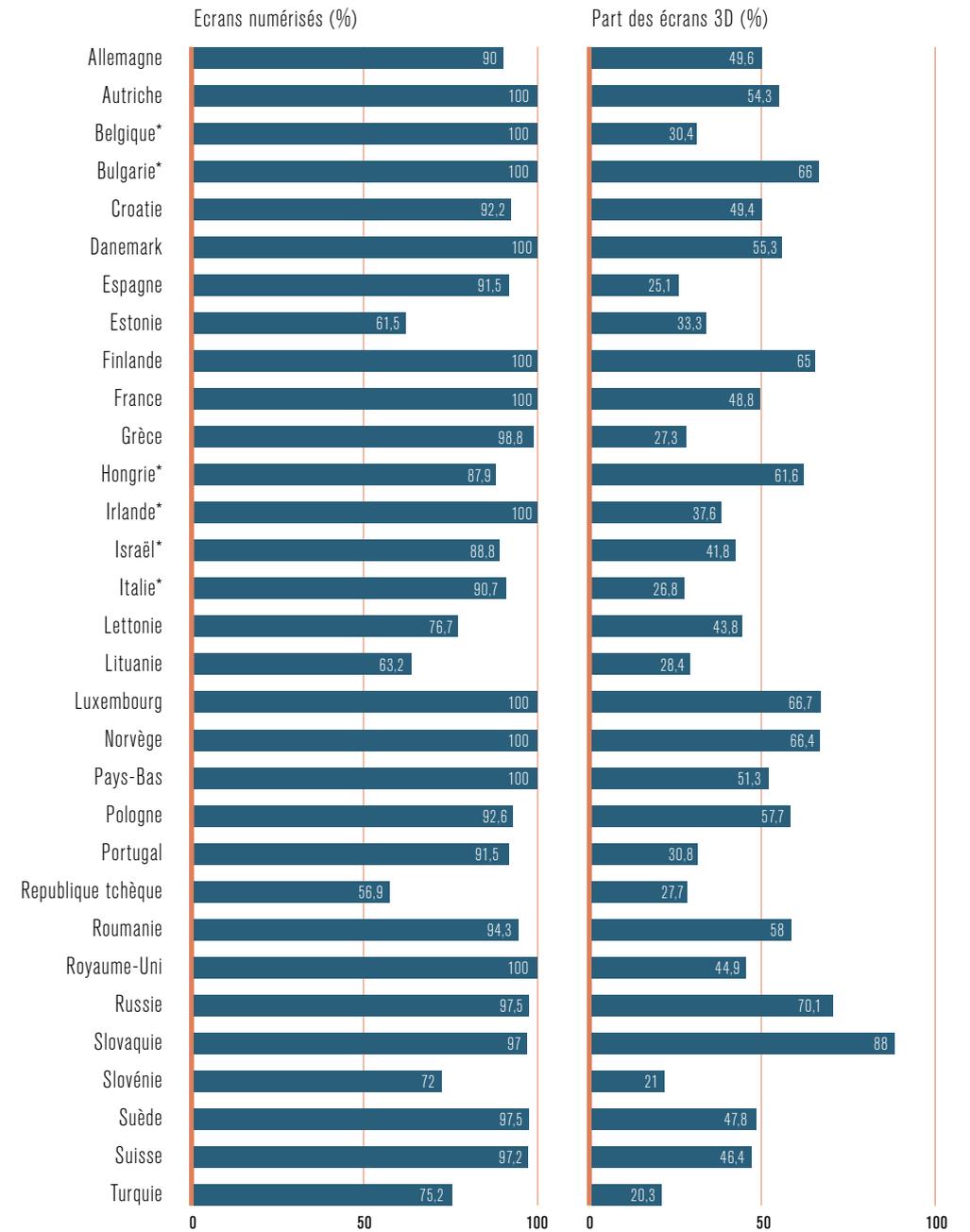


Kino Scala, Brno, République tchèque, avec l'autorisation de Aerofilms

Le passage au numérique dans les cinémas représentés par l'UNIC a atteint 93 pour cent en 2014 – ce qui tend à indiquer que cette transition sismique est presque accomplie. Des progrès impressionnants ont été réalisés en 2014 dans la majorité des pays du sud de l'Europe et de façon significative en Turquie, où la part des écrans numérisés a progressé de 30 pour cent à 75 pour cent.

Remerciements à nos partenaires d'IHS pour le partage de ces données  
 Source: IHS et membres de l'UNIC 2014 à l'exception de l'Albanie, la Bosnie Herzégovine, la Macédoine, le Monténégro et la Serbie  
 \* Inclut des prévisions pour le nombre total d'écrans

## Passage au numérique et part des écrans 3D en 2014



# 1.4 DENSITÉ DES SALLES DE CINÉMA



Kino International, Berlin, Allemagne, avec l'autorisation de Yorck Kinogruppe / Photo: Daniel Horn

Le nombre total des salles de cinéma est resté stable dans l'ensemble des pays de l'UNIC en 2014, avec 54 écrans par million d'habitants en moyenne. La croissance en Europe centrale et en Russie s'est stabilisée alors que ces marchés sont presque arrivés à saturation. La plus forte baisse de densité des salles parmi les membres de l'UNIC s'est observée en Espagne, où une augmentation malavisée du taux de TVA sur les tickets de cinéma – couplée à un niveau élevé de téléchargement illégal et des conditions économiques difficiles – a entraîné la fermeture de nombreux cinémas.

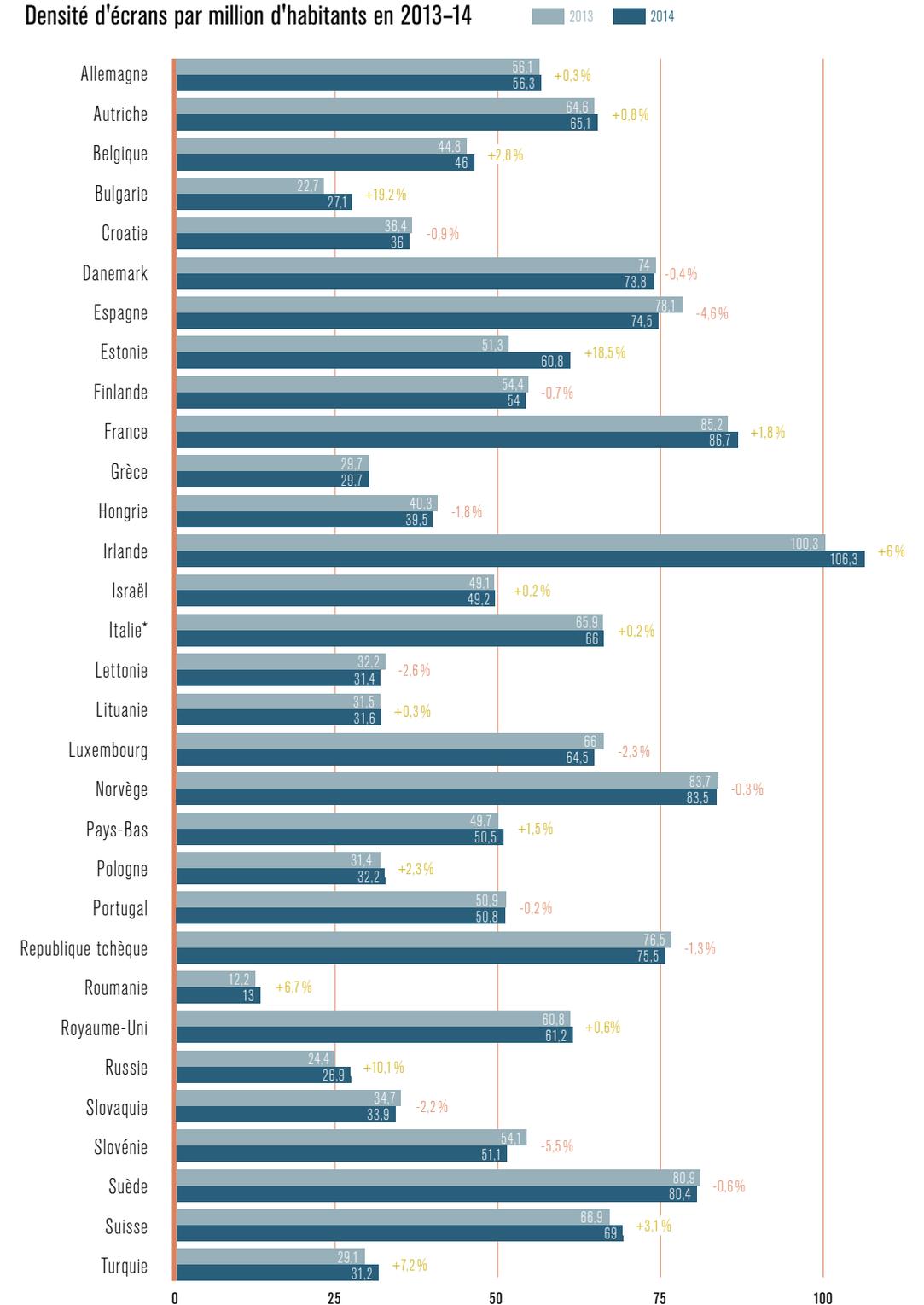
Remerciements à nos partenaires d'IHS pour le partage de ces données

Source: IHS

\* Inclut des prévisions pour le nombre total d'écrans

\*\* Données provenant de Neva Film 2013-14

## Densité d'écrans par million d'habitants en 2013-14



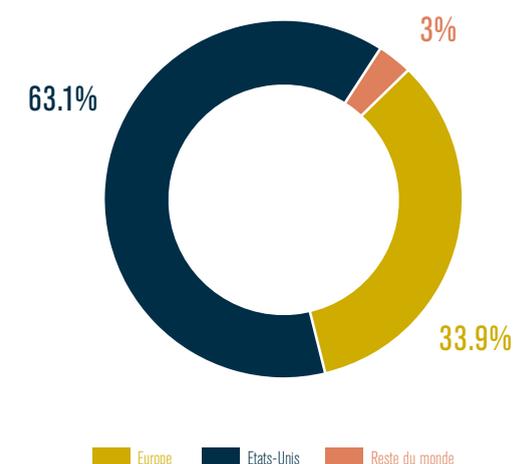
# 2 BILAN ET PERSPECTIVES



93 %

des salles de cinéma sont en 2014 équipées de technologie numérique de pointe, permettant une programmation plus innovante et davantage axée sur le public et offrant une expérience cinématographique incomparable aux spectateurs

PART DE MARCHÉ DANS L'UE SELON L'ORIGINE DES FILMS EN 2014 (SUR BASE DES ENTRÉES)

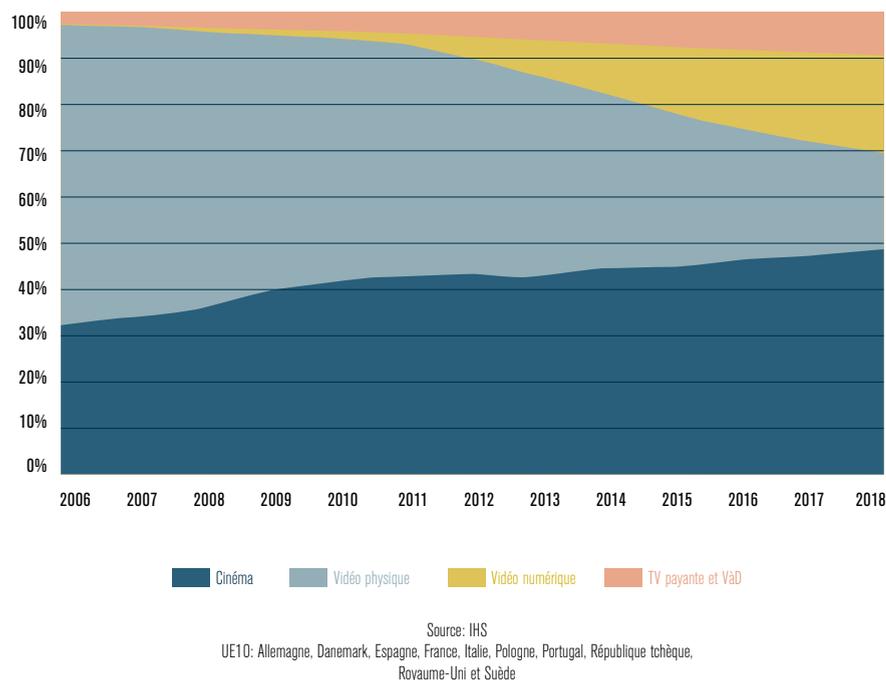


Source: EAO

Les salles de cinéma européennes dépendent autant de la réussite de films locaux et européens que de celle des productions américaines, l'objectif étant d'offrir aux spectateurs des films qu'ils souhaitent voir sur grand écran. La technologie numérique, quant à elle, permet aux exploitants de projeter une diversité de films et d'évènements.

Sources: Qu'est-ce qu'on a fait au Bon Dieu, France, 2014, propriété de UGC; Fasandraberne, Danemark, 2014, propriété de NFP; Un boss in salotto, Italie, 2014, propriété de Warner Bros.; Hundrårningen som klev ut genom fönstret och försvann, Suède, 2014, propriété de Studio Canal; Tri bratři, République Tchèque / Danemark, 2014, propriété de Bioscop; Klassefesten II - Begravelse, Danemark, 2014, propriété de NFP; Bogowie, Pologne, 2014, propriété de Next Film; Recep İvedik 4, Turquie, 2014, propriété de Tiglon Film; Ocho apellidos vascos, Espagne, 2014, propriété de LazonaFilms

## BOX-OFFICE VS. MARCHÉ DE LA VIDÉO EN UE10



Le graphique ci-dessus montre clairement l'importance cruciale du succès de l'exploitation d'un film en salle pour l'entière de l'écosystème du cinéma. La croissance dans l'ensemble des marchés du film devrait être rendue possible par plus de partenariats créatifs à travers le secteur et devrait se baser sur ces fondations solides.

## 2.1 ANALYSE DES PRINCIPALES TENDANCES DU MARCHÉ

La possibilité de regarder un film ensemble sur le grand écran est appréciée par des milliards de cinéphiles de tout âge et de tout horizon. En 2014, les recettes totales du box-office se sont élevées à 33,5 milliards d'euros, une hausse de 1 pour cent par rapport à l'année précédente, due principalement à la croissance des marchés d'Asie-Pacifique.

Les salles de cinéma européennes demeurent une clé de voûte de ce phénomène, avec un nombre d'entrées (+1,7 pour cent) et des recettes au box-office (+0,6 pour cent<sup>1</sup>) en légère hausse dans les pays membres de l'UNIC en 2014, et ce malgré la Coupe du Monde de football et des films internationaux affichant des performances modestes. La part des retours au box-office assurée par les

cinémas dans le revenu total de l'industrie européenne du film a également augmenté sensiblement par rapport aux autres marchés du film, comme illustré par les recherches de IHS. De plus, les pays membres de l'UNIC ont assuré 28 pour cent des recettes mondiales des cinémas, démontrant une fois de plus combien le marché européen demeure important pour le succès de l'industrie cinématographique mondiale.

Malgré la nature fragmentée du paysage cinématographique européen, les exploitants de salles européens font face à une série d'opportunités et de défis communs.

En 2014, des initiatives visant le public comme *Fiesta del Cine* (Espagne) et la campagne *14 < 4 €* (France) ont illustré de façon frappante à la fois l'attractivité des cinémas et également le potentiel jusqu'ici ignoré des nouvelles audiences. De telles campagnes

<sup>1</sup>Le box-office total pour les pays membres de l'UNIC a été calculé sur base d'une conversion des devises locales en euros. Ce chiffre n'inclut pas la Russie en raison de variations considérables du taux de change en 2014.

– associées à des stratégies de marketing complexes impliquant médias sociaux, *big data* et services de téléphonie mobile – peuvent aider le secteur à augmenter la fréquentation des salles durant des périodes marquées par des dépenses de consommation modérées, des changements démographiques importants et une compétition intense avec d'autres activités de loisirs.

...IL EST CLAIR QU'IL EXISTE UNE OPPORTUNITÉ POUR LES ENTREPRISES EUROPÉENNES DE RÉALISER DES FILMS QUE LES PUBLICS VEULENT VOIR DANS LEURS CINÉMAS LOCAUX. LES DÉCIDEURS POLITIQUES DOIVENT RECONNAÎTRE CETTE OPPORTUNITÉ ET LE SUCCÈS EN SALLE DES FILMS EUROPÉENS DOIT ÊTRE AU CŒUR DE LEURS STRATÉGIES DE SOUTIEN.

Et tandis que les studios américains semblent viser de plus en plus les marchés émergents avec leurs productions – et particulièrement l'Asie –, il est clair qu'il existe une opportunité pour les entreprises européennes de réaliser et promouvoir des films que les publics veulent voir dans leurs cinémas locaux. Les décideurs politiques à Bruxelles doivent reconnaître cette opportunité et le succès en salle des films européens doit être au cœur de leurs stratégies de soutien.

A l'opposé, les initiatives partant d'une bonne intention mais souvent peu judicieuses proposant d'interférer avec les stratégies de distributions, doivent absolument être évitées.

Afin de permettre une véritable collaboration intersectorielle nécessaire au développement de véritables innovations dans la distribution des films, les nouvelles plateformes en ligne devraient devenir des participants actifs – et non plus de simples bénéficiaires – de l'écosystème profondément interdépendant du film européen. Une reconnaissance accrue par ces acteurs internationaux – dont Netflix, iTunes, Google et Amazon – de la valeur sociale et culturelle du cinéma européen, y compris le rôle que ceux-ci devraient jouer dans sa promotion, est donc vitale.

Il est indispensable de faire plus pour promouvoir une consommation responsable et équitable des médias en ligne, tout en sensibilisant les consommateurs au rôle positif joué par le droit d'auteur. Les exploitants de salles continueront de travailler avec leurs partenaires de la distribution afin de lutter contre les enregistrements illégaux dans les cinémas et de promouvoir des campagnes de sensibilisation. Cependant, il existe aussi un réel besoin vis-à-vis des décideurs politiques. Ces derniers doivent en effet s'assurer que les violations au droit d'auteur à échelle industrielle – comme elles peuvent s'observer aujourd'hui – soient empêchées, que tous les intermédiaires contribuent à la lutte contre le piratage, et que les règles de l'Union européenne relatives à l'application des droits de propriété intellectuelle soient mises en œuvre de façon plus effective dans tous les Etats membres. Si le piratage l'emporte, l'Europe met en danger à la fois sa diversité culturelle et son secteur audiovisuel professionnel indépendant – deux piliers du projet européen.



Avec l'autorisation de Finnkino

Le plus important reste bien sûr d'offrir aux publics une expérience incomparable dans les salles de cinéma. La technologie numérique a déjà permis aux exploitants d'élargir leur offre et de développer des stratégies de programmation plus sophistiquées. Cette technologie a aussi ouvert la voie à une innovation rapide dans des champs très divers, comme le *Higher Dynamic Range*, les écrans-larges *Premium*, les sièges 4D, les écrans-triple panoramiques – autant d'innovations technologiques amplifiant le caractère unique de l'expérience cinématographique. Identifier les innovations d'avant-garde qui sauront attirer plus de personnes au cinéma est un défi essentiel pour notre

secteur, que l'UNIC cherche à adresser dans son Groupe Technologique.

Enfin, il suffit d'observer l'année en cours pour voir que la liste des sorties internationales et européennes est plus que prometteuse. Durant CineEurope – la convention annuelle de l'UNIC – le secteur s'attachera à explorer comment les cinémas peuvent continuer à améliorer la valeur de leur offre afin d'attirer un plus grand nombre de spectateurs dans leurs salles. Avec la compétition accrue des petits écrans, les cinémas devront ces prochaines années renforcer et accroître leur position de marché.

## CINE IDEAL

## GROS PLAN SUR LE PUBLIC

LES EXPLOITANTS À TRAVERS L'EUROPE FONT TOUT POUR OFFRIR UNE EXPÉRIENCE INCOMPARABLE À LEUR PUBLIC.

Ces dernières années, les exploitants ont équipé leurs salles avec la technologie numérique, mettant ainsi le consommateur au cœur de leur programmation, et ont déployé des stratégies marketing innovantes pour attirer les amoureux du septième art.

EN ESPAGNE, L'INITIATIVE FIESTA DEL CINE, ORGANISÉE PAR LES PRINCIPALES ASSOCIATIONS AUDIOVISUELLES DU PAYS, A RAPIDEMENT CONQUIS TOUT LE PAYS.

Ces dix dernières années, les exploitants de salles espagnols ont connu une baisse significative des entrées, due à la fois à des difficultés économiques, à un niveau élevé de piraterie en ligne, et à une augmentation peu avisée du taux de TVA sur les billets de cinéma. La *Fiesta* est un effort concerté entre les exploitants de salles afin de remettre leur secteur sur les rails. Le concept est simple : deux fois par an, durant les trois jours de la *Fiesta*, les billets de cinéma coûtent seulement 2,9 euros. Résultat : l'initiative attire des millions de visiteurs à travers tout le pays et leur permet de profiter d'un beau moment de détente. Les Espagnols considèrent désormais ces quelques jours comme leurs « vacances-cinéma ». Le succès de la dernière édition d'octobre 2014 n'a aucun précédent dans l'histoire du cinéma espagnol. Les 85 pour cent de cinémas qui ont participé à la campagne ont attiré 2.196.101 de spectateurs. Combinés à une kyrielle de films espagnols à succès, les efforts du secteur pour attirer un plus grand nombre de spectateurs ont payé, le nombre d'entrées ayant augmenté de 13,6 pour cent en 2014.

Accroître la fréquentation des cinémas en période de changements démographiques oblige à cibler les jeunes spectateurs. Les initiatives d'éducation au cinéma sont plus efficaces quand elles sont conçues en coopération avec les exploitants. En effet, la salle obscure est le lieu de prédilection pour former à la fois le goût et l'intérêt des jeunes pour le film.

AU ROYAUME-UNI, L'ASSOCIATION INTO FILM ENCOURAGE LES ENFANTS ET LES JEUNES À CRÉER LEURS PROPRES CINÉ-CLUBS, À RÉALISER LEURS PROPRES FILMS, ET BIEN SÛR À ALLER VOIR DES FILMS AU CINÉMA.

*Into Film* examine et recommande les meilleures nouvelles sorties pour les enfants et les jeunes et organise des événements spéciaux et des projections dans des cinémas, souvent en partenariat avec des festivals du film. Non seulement les initiatives comme *Into Film* permettent aux enfants et adolescents de développer leur esprit d'analyse et leur culture cinématographique, mais les encourage aussi à devenir de futurs fidèles spectateurs.



Le Métropole, Lille, France, avec l'autorisation de la FNCF

## 2.2 DÉVELOPPEMENTS POLITIQUES RÉCENTS

L'environnement politique actuel à travers l'Europe, suite aux élections du Parlement européen et à la réorganisation de la Commission européenne en 2014, présente un grand nombre de défis et d'opportunités pour les exploitants de salles de cinéma et le secteur du cinéma européen au sens large. C'est dans ce contexte que l'UNIC a durant ces 12 derniers mois continué d'affirmer sa position et d'accroître sa réputation en tant qu'association professionnelle représentant l'industrie du cinéma.

L'UNIC A DURANT CES 12 DERNIERS MOIS CONTINUÉ D'AFFIRMER SA POSITION ET D'ACCROÎTRE SA RÉPUTATION EN TANT QU'ASSOCIATION PROFESSIONNELLE REPRÉSENTANT L'INDUSTRIE DU CINÉMA.

Au sein de la Commission, Andrus Ansip (Estonie), Vice-président au marché unique numérique et Günther Oettinger (Allemagne), Commissaire à l'économie et à la société

numérique, sont aujourd'hui responsables d'un portefeuille conséquent. Ce dernier comporte notamment la stratégie européenne pour l'établissement d'un marché unique numérique, les politiques audiovisuelles, l'aide au cinéma ainsi que le droit d'auteur. Durant ces derniers mois, la Commission, avec le soutien de son Président Jean-Claude Juncker, s'est embarquée dans une révision accélérée – que d'aucuns qualifieront de précipitée – des politiques européennes relatives au droit d'auteur et à l'audiovisuel. Des propositions de réformes seront dévoilées en 2015 pour le droit d'auteur et en 2016 pour ce qui est de l'audiovisuel.

Eu égard aux discussions en cours ainsi qu'aux commentaires parfois mal informés des décideurs politiques de la Commission concernant les pratiques de distributions de l'industrie du film en Europe, il est fondamental pour les exploitants de salles de cinéma – en collaboration avec leurs partenaires de l'écosystème cinématographique – de continuer à démontrer en quoi notre secteur produit de la valeur économique et culturelle. Aussi, nous devons prouver que notre industrie, tout comme la diversité inhérente au cinéma européen, dépendent de la liberté commerciale et d'un droit d'auteur flexible. Il doit dès lors rester possible pour notre secteur de décider si, quand et où des films seront distribués dans des marchés spécifiques.

L'UNIC est fermement convaincue que les décideurs politiques européens devraient davantage faire confiance à la capacité du marché de décider comment un film devrait être financé et exploité afin d'atteindre le plus large public possible en Europe. La Commission ne devrait pas, selon nous, intervenir lorsque des acteurs ou – comme c'est le cas dans certains pays – des gouvernements nationaux choisissent de promouvoir des sorties exclusives en salle. Cette stratégie a pour vocation de bénéficier au plus grand nombre, tout en célébrant la culture ciné-philie et en générant de l'intérêt autour d'un film particulier.

NOUS DEVONS DÉMONTRER EN QUOI NOTRE SECTEUR PRODUIT DE LA VALEUR ÉCONOMIQUE ET CULTURELLE. AUSSI, NOUS DEVONS PROUVER QUE NOTRE INDUSTRIE, TOUT COMME LA DIVERSITÉ INHÉRENTE AU CINÉMA EUROPÉEN, DÉPENDENT DE LA LIBERTÉ COMMERCIALE ET D'UN DROIT D'AUTEUR FLEXIBLE.

Nous accueillons favorablement le lancement par la Commission du Forum du Film Européen, une nouvelle plateforme visant à faciliter le dialogue à travers l'industrie. Cette initiative apparaît comme une opportunité d'articuler notre position tout en

débatant des approches pouvant permettre de promouvoir le développement d'un secteur du film et du cinéma européen véritablement diversifié et compétitif.

En ce qui concerne le partenariat transatlantique de commerce et d'investissement (TTIP), nous soutenons fermement la décision progressiste d'exclure les services audiovisuels du mandat de négociation de la Commission européenne.

Nous devons bien entendu prendre en compte les développements récents au sein du Parlement européen dans notre travail d'influence à Bruxelles. La députée européenne Julia Reda (Verts, Allemagne) s'est vu confier la tâche de rédiger un rapport sur la transposition de la directive de l'UE relative au droit d'auteur. Julia Reda est membre du parti Pirate. Ses propositions, débattues en ce moment même par les décideurs politiques européens, sont mal informées et visent à réformer en profondeur le droit d'auteur de l'UE. Une telle décision pourrait affaiblir de manière significative les droits d'une multitude d'acteurs de l'industrie cinématographique. Parallèlement, le député européen Pavel Svoboda (PPE, République tchèque) a rédigé un plan d'action sur la mise en vigueur des législations relatives à la propriété intellectuelle dans l'UE. Un rapport sur le film européen à l'ère numérique a été rédigé – dans des termes globalement plus positifs – par le député européen Bogdan Wenta (PPE, Pologne). Son rapport reconnaît le rôle essentiel de l'exploitation en salles, au cœur de l'écosystème du film européen. Il suggère également aux nouvelles plateformes en ligne d'être plus transparentes et de contribuer au financement de films européens.

A un autre niveau, nous souhaitons féliciter la décision de l'UE de continuer à soutenir

le réseau Europa Cinemas dans les prochaines années via le programme MEDIA d'Europe Créative. Europa Cinemas devrait être considéré comme une initiative phare dans le cadre des décisions politiques culturelles de l'UE. Elle reste l'une des plus importantes initiatives de ces dix dernières années visant à promouvoir les films européens non-nationaux. A l'opposé, le soutien financier constant de l'UE pour les sorties simultanées en salle et en V&D – et ce malgré l'échec de projets déjà entrepris par l'UE dans ce domaine – demeure une source de préoccupations pour l'UNIC. Comme on a clairement déjà pu le constater, le marché en ligne pour l'industrie du film peut seulement accroître sa valeur de façon durable en se fondant sur le secteur robuste de l'exploitation en salle. C'est dans ce contexte que les politiques audiovisuelles européennes doivent reconcentrer leurs efforts afin de promouvoir une plus importante collaboration créative entre réalisateurs, distributeurs, exploitants et producteurs – plutôt que de suivre une voie s'opposant à l'écrasante majorité des exploitants.

Durant ces 12 derniers mois, l'UNIC a continué à travailler avec ses membres afin de développer un cadre plus favorable aux exploitants dans divers Etats membres. Un thème récurrent aura été le besoin de contrecarrer les tentatives déraisonnables de certains gouvernements cherchant à augmenter la TVA et d'autres taxes sur les tickets de cinéma – alors même que, en Espagne, c'est justement une augmentation de la TVA qui explique, entre autre, la situation dramatique dans laquelle le secteur de l'exploitation se trouve aujourd'hui. C'est également auprès de gouvernements nationaux que l'UNIC a continué à mettre en exergue le besoin d'intensifier les efforts mis en œuvre pour limiter les infractions au droit d'auteur à échelle industrielle par des intermédiaires

en ligne. Finalement – encore une fois en Espagne – l'UNIC a soutenu les tentatives des exploitants et distributeurs catalans et espagnols visant à empêcher l'avènement de lois exagérément rigoureuses qui rendraient impératif le doublage de films internationaux – une décision qui devrait selon nous rester entre les mains de l'industrie.

CE QUI SUBSISTE EST LA VOCATION DE L'UNIC: S'EXPRIMER D'UNE SEULE VOIX AFIN DE PROMOUVOIR ET DÉFENDRE LES INTÉRÊTS DE L'EXPLOITATION EN SALLE, TOUT EN RAPPELANT SA CONTRIBUTION SOCIO-CULTURELLE AUPRÈS DE NOS PARTENAIRES EUROPÉENS ET INTERNATIONAUX.

Les diverses activités entreprises par notre association concernant les problématiques évoquées plus haut sont énumérées dans une autre section de ce rapport annuel. Ce qui subsiste est la vocation de l'UNIC: s'exprimer d'une seule voix afin de promouvoir et défendre les intérêts de l'exploitation en salle, tout en rappelant sa contribution socio-culturelle auprès de nos partenaires européens et internationaux.

## 2.3 PRINCIPALES POSITIONS POLITIQUES DE L'UNIC

### CULTURE, BUSINESS ET COMMUNAUTÉ

Les cinémas de toute taille et de tout lieu constituent une ressource de valeur pour les communautés locales. Ce sont des espaces de rencontres créatifs qui fournissent de l'emploi et qui ont des effets multiplicateurs notables sur les autres business locaux. En proposant une grande diversité de films, ils offrent l'opportunité aux gens de comprendre et d'exprimer leur identité, d'atteindre les jeunes et les moins jeunes, ainsi que ceux d'origines différentes. L'exploitation en salle reste aussi la référence pour voir un film ensemble, sur grand écran, comme souhaité par le réalisateur. Les salles occupent de plus en plus une part de marché grandissante dans le total des recettes de l'industrie du cinéma et contribuent de manière substantielle à la création de films. Les sphères de la culture, du commerce et des communautés se retrouvent donc toutes autour de la sortie en salle. Cette interdépendance vertueuse devrait être célébrée et encouragée.

### OPPORTUNITÉS NUMÉRIQUES

La technologie numérique permet aux exploitants de composer leur offre de façon plus nuancée et davantage centrée sur le spectateur. Les arrangements financiers autour de la numérisation des salles touchant graduellement à leur fin, la numérisation bénéficiera encore plus aux films indépendants et aux projections d'événements. Des améliorations en matière de qualité d'image et de son rendent l'expérience cinématographique encore plus prenante et la démarquent des divertissements à domicile. A un autre niveau, les médias sociaux et les solutions mobiles aident les exploitants de salles à se connecter avec leurs publics de manière différente et accentuent la dimension sociale de la sortie au cinéma.

## RÉCOMPENSER LA CRÉATIVITÉ ET LES INVESTISSEMENTS DANS LE CINÉMA

Le droit d'auteur nourrit la réalisation de films et facilite l'investissement dans la production, la distribution et l'exploitation d'œuvres cinématographiques que des milliards de spectateurs à travers le monde pourront voir et apprécier. En revanche, les enregistrements et les téléchargements illégaux mettent en danger la diversité et la compétitivité du film et du cinéma européen ainsi que les d'emplois – ô combien nécessaires – de millions d'Européens travaillant pour les industries créatives. C'est pour cette raison que les exploitants luttent contre les enregistrements illégaux de films dans les salles de cinéma. En parallèle, l'UNIC encourage les campagnes de sensibilisation qui mettent en exergue la contribution positive du film et du cinéma européen à la société et qui condamnent les enregistrements illégaux de films et la piratage en ligne. Dans son travail d'influence, l'UNIC est en relation constante avec les décideurs politiques européens et les gouvernements à travers l'Europe pour s'assurer que les règles d'application du droit d'auteur soient respectées et mises en œuvre de façon effectives et efficaces. A un autre niveau, l'UNIC promeut des politiques qui permettent de s'assurer que les nouveaux opérateurs en ligne deviennent de plus en plus des acteurs – et non pas de simples bénéficiaires – du cinéma européen. Ces derniers devraient participer de façon plus efficace à la lutte contre le piratage, contribuer au financement des films et afficher plus de transparence en ce qui concerne la valeur qu'ils apportent à l'écosystème du cinéma.

### PRATIQUES DE SORTIE EN SALLE

Etant donné la diversité du cinéma européen et la fragmentation des marchés du film à travers l'UE, l'UNIC est convaincue que chaque marché devrait pouvoir choisir librement ses stratégies de financement et de distribution afin à satisfaire les demandes du public. Ceci inclut la capacité de décider quand, où et comment un film devrait être sorti, en respectant des principes de territorialité, de liberté contractuelle et d'exclusivité. De plus, les gouvernements nationaux peuvent également intervenir sur base d'arguments spécifiques de politiques culturelles et selon le principe de subsidiarité. Dans ce contexte, les décideurs politiques européens devraient accorder plus de confiance au marché quant à sa capacité de satisfaire les exigences du consommateur.

## 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 gestion collective 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. A ce titre, ils ont fait des investissements de taille pour améliorer l'accessibilité à leurs cinémas et aux diverses infrastructures. Le secteur de l'exploitation cinématographique continuera à faire son possible pour s'assurer que les personnes à mobilité réduite puissent aussi profiter du grand écran. Chaque exploitant a inévitablement un plafond financier venant limiter ses efforts en la matière et c'est à chaque cinéma d'évaluer individuellement quand cette limite est atteinte.

## TAXATION

Dans de nombreux pays membres de l'UNIC, les exploitants bénéficient d'un taux de TVA préférentiel sur les tickets de cinéma. Ce traitement avantageux se justifie par la valeur ajoutée culturelle produite par les salles de cinéma. Cependant, des taxes excessives mettent de plus en plus en danger la survie d'un certain nombre de cinémas dans plusieurs territoires européens, en particulier ceux touchés par la récession économique. Ces cinémas doivent faire face à une diminution drastique des dépenses de consommation et à une augmentation de la TVA qui ignore leur plus-value culturelle. Les exploitants doivent de plus investir dans la technologie numérique afin de s'adapter à la quasi-disparition de la distribution de films en 35mm. L'UNIC travaille en étroite collaboration avec ses membres au niveau national pour convaincre les gouvernements que des augmentations de la TVA ou des taxes sur les loisirs culturels ne créent que des augmentations temporaires de revenus pour le gouvernement. A long terme, ces augmentations affectent l'industrie ainsi que le budget de l'Etat de façon durable.

Filmstaden Sergel, Stockholm, Suède, avec l'autorisation de SF Bio



## L'IMPACT CULTUREL, ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DES SALLES DE CINÉMA

LES CINÉMAS SONT UNE COMPOSANTE ESSENTIELLE DES INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES DE L'EUROPE, UN SECTEUR CLÉ QUI EMPLOIE 7 MILLIONS DE PERSONNES ET GÉNÈRE 4,2 POUR CENT DU PIB DE L'UNION EUROPÉENNE.

Les cinémas sont des centres de créativité, de rencontres et de développement ayant des impacts positifs incroyables sur nos économies locales.

## LE CINÉMA EST UN ÉLÉMENT ESSENTIEL DE LA CULTURE EUROPÉENNE

A travers les pays membres de l'UNIC, une grande diversité de films internationaux et européens sont projetés sur plus de 30.000 écrans, et permettent à des millions de spectateurs de parler des histoires qui nous divertissent, nous font penser, et nous font réfléchir à notre vie quotidienne. Grâce à la technologie numérique, les cinémas peuvent aujourd'hui montrer plus de films que jamais et satisfaire les demandes d'un public toujours plus fragmenté. Dans un monde où les expériences culturelles, de plus en plus souvent déclenchées par l'interaction avec des appareils mobiles, s'enchaînent et se consomment à un rythme effréné et bien souvent en solitaire, la possibilité de regarder un film sur grand écran est une expérience à la fois singulière et partagée aujourd'hui plus importante que jamais.

<sup>1</sup>Le box-office total pour les pays membres de l'UNIC a été calculé sur base d'une conversion des devises locales en euros. Ce chiffre n'inclut pas la Russie en raison de variations considérables du taux de change en 2014.

Glasgow Film Theatre, Glasgow, Ecosse, Royaume-Uni, avec l'autorisation de Glasgow Film Theatre

## LES CINÉMAS ONT UN IMPACT ÉCONOMIQUE CONSIDÉRABLE

Les cinémas contribuent au PIB d'un pays, crée des emplois locaux – surtout pour les jeunes – et sont essentiels au développement des industries culturelles et créatives, piliers de nos économies modernes basées sur le savoir. Ces industries jouent un rôle de plus en plus essentiel pour l'image d'un pays à l'étranger et permettent également d'attirer de nouveaux investissements. Dans les pays membres de l'UNIC, l'ensemble des revenus au box-office a augmenté de 0,6 pour cent<sup>1</sup> en 2014. Différentes études montrent aussi que chaque euro dépensé pour un ticket de cinéma a un effet démultiplicateur élevé sur les activités commerciales voisines et créent des emplois dans d'autres secteurs, y compris ceux de la restauration et de la vente au détail.

## LES CINÉMAS ONT UNE INFLU- ENCE SOCIALE IMPORTANTE

Les cinémas sont des points de rencontre modernes qui aident à stimuler le dialogue autour de questions importantes. En dehors de la salle même, les cinémas contribuent au bien-être des communautés locales et facilitent la régénération urbaine en attirant de nouveaux travailleurs, de petits commerces et de nouveaux habitants. Ces communautés locales ont accès à une alternative agréable à leurs soucis du quotidien, à travers une expérience unique de divertissement.

# 3 L'ANNÉE À L'UNIC

En 2014, l'UNIC a continué à développer ses activités de promotion et a considérablement renforcé sa portée et son impact politique auprès de l'UE ainsi qu'à travers les pays membres de l'UNIC. L'association a également confirmé son rôle de forum d'échange professionnel via ses trois groupes d'experts. Ces derniers se concentrent sur des aspects particuliers de notre industrie, à savoir la technologie, le marketing et la vente au détail. Nous collaborons également avec les compagnies membres de notre programme de partenariat.



Avec l'autorisation de iStock/nullplus

Représente les salles  
de cinéma dans  
**36 PAYS EUROPÉENS**

**12 COMMUNIQUÉS  
DE PRESSE, LETTRES ET  
POSITIONS OFFICIELLES**  
publiées

**11 INITIATIVES NATIONALES**  
mises en œuvre  
avec des pays membres de l'UNIC

**10 RÉUNIONS**  
organisées pour les  
**GROUPES D'EXPERTS DE L'UNIC**

**3.000 PARTICIPANTS**  
à CineEurope

**4 STUDIOS EUROPÉENS**  
ont présenté leurs  
films à CineEurope

**12 PRÉSENTATIONS**  
données pour des  
événements de l'industrie / politique

**6 NOUVEAUX MEMBRES**  
recrutés pour le programme  
de partenariat de l'UNIC

**35 RÉUNIONS**  
avec et 6 événements organisés pour des  
décideurs politiques européens

**12 ARTICLES**  
publiés dans la presse spécialisée /  
l'UNIC mentionnée dans  
**30 ARTICLES**

## 3.1 PROMOTION

L'UNIC travaille depuis Bruxelles en collaboration avec des décideurs politiques et des partenaires institutionnels de l'UE, mais aussi internationaux, dans le but de favoriser l'élaboration de politiques et de lois pouvant permettre aux salles de cinéma et aux films de prospérer. Notre message se fonde sur la reconnaissance du rôle fondamental joué par l'exploitation en salle dans le bon fonctionnement et le développement de l'entière de l'écosystème du film européen. Nous souhaitons aussi faire la promotion des bénéfices culturels et économiques de notre secteur à travers l'Europe.

## 3.2 SERVICES AUX MEMBRES ET PARTENAIRES

L'UNIC offre à ses membres ainsi qu'à ses partenaires une large gamme de services complémentaires, en ce compris la collecte de données, des recherches sur demande, l'organisation de groupes d'experts de l'industrie (à savoir technologie, marketing et vente au détail) et la gestion d'un programme de partenariat impliquant des compagnies phares issues de l'écosystème du cinéma.

## 3.3 CINEEUROPE

CineEurope est la convention annuelle officielle de l'UNIC, organisée en collaboration avec le Film Expo Group de Prometheus Global Media. L'événement attire tous les ans des professionnels de l'industrie du cinéma venant de plus de 50 pays à travers le monde. Nous espérons connaître un succès encore plus important et attirer un nombre grandissant de compagnies issues de l'industrie européenne du film pour l'édition 2015 de CineEurope qui se déroulera du 22 au 25 juin à Barcelone.



## 3.4 ACTIVITÉS DE L'UNIC EN 2014-2015

En 2014 et en 2015, l'UNIC a été impliquée dans une multitude d'activités diverses et variées visant à promouvoir l'apport social, culturel et économique de l'exploitation en salle en Europe et à travers le monde.

### PROMOTION

- Réunion avec la DG Compétition: réforme de la loi cinématographique allemande
- **Lettre de Creativity Works! aux ministres nationaux concernant la réforme du droit d'auteur**
- Lettre à la Commissaire Vassiliou concernant le public des films européens
- **Rencontre entre le CEO / le Conseil d'administration de l'UNIC et le Directeur Général de la DG CONNECT**
- Position de l'UNIC concernant la réforme du droit d'auteur de l'UE
- Lettre de Creativity Works! au Président de la Commission concernant la réforme du droit d'auteur
- Rencontre de l'UNIC avec les Représentations Permanentes française, espagnole et britannique à Bruxelles
- Communiqué de presse commentant la *Film Communication* de la Commission européenne
- Recommandations aux gouvernements macédoniens et albanais concernant leurs stratégies de TVA pour les salles
- Lettre de bienvenue aux nouveaux membres du Parlement européen
- **Recommandation au gouvernement slovaque concernant la taxe pour le cinéma**
- **Relations médiatiques et travail de promotion concernant les pratiques de quota pour les films dans certains pays de l'UNIC**
- Réunion petit-déjeuner au Parlement européen avec des députés impliqués dans le cinéma et le droit d'auteur
- **Recommandation au gouvernement autrichien concernant le taux de TVA sur les tickets de cinéma**
- Réunion de haut niveau avec des décideurs politiques de la Commission européenne sur le droit d'auteur et la stratégie cinématographique
- **Rencontre de l'UNIC avec le Commissaire Oettinger durant la Berlinale**
- Lettre de représentants majeurs de l'industrie du film au Commissaire Oettinger
- **Lettre de la coalition audiovisuelle sur l'importance du principe de territorialité envoyée à des officiels de l'UE**
- Position de Creativity Works! sur le rapport de la députée européenne Julia Reda sur le droit d'auteur

### EVÈNEMENTS

- **Réunion avec des cadres de studios américains concernant l'enregistrement illégal de films – Los Angeles**
- **CinemaCon 2015**
- L'UNIC participe au briefing du chief negotiator concernant le TTIP
- Forum de Chaillot – Paris
- L'UNIC participe à la conférence de l'OEA – Cannes
- Réunion d'Europa Cinemas – Cannes
- **Projection exclusive d'un film européen pour 120 décideurs politiques européens**
- Conférence de l'Event Cinema Association – Londres
- Présentation de l'UNIC à la Conférence du Cinéma Norvégien
- **Jan Runge invité à participer à une mission de la Commission européenne en Chine concernant les politiques cinématographiques européennes**
- **Rencontre avec des représentants de la distribution internationale de studios américains – Los Angeles**
- Workshop au Parlement européen sur « Comment faire un film »
- **New Cine Forum – Cracovie**
- Publication du rapport du député européen Bogdan Wenta sur le film à l'ère numérique
- Evènements twitter #AskAnsip et #AskOettinger de la Commission européenne
- **Présentation pour le comité linguistique de Catalogne concernant les pratiques de doublages en Europe – Barcelone**
- Evènement de la présidence lettone : « Renforcer le marché des médias audiovisuels européens » – Riga
- **Réunion du conseil consultatif de l'OEA – Strasbourg**
- Le Groupe technologique de l'UNIC participe à la réunion de l'ICTA – Munich
- Enquête : accords syndicaux sur le rôle des projectionnistes
- **Communiqué de l'UNIC sur la fréquentation des salles en 2014**
- **Innovation Lab de l'UNIC sur la fréquentation des salles**
- **Enquête : initiative visant à faire prendre conscience des dommages causés par le piratage**
- Formation de l'UNIC au Cinéma Aventure – Bruxelles
- **Contribution à l'étude d'uniFrance sur l'éducation au cinéma**
- **Rapport annuel 2014 de l'UNIC**
- **CineEurope 2014 accueille plus de 3.000 professionnels de l'industrie du cinéma**
- **L'UNIC accueille NEC, Harkness Screens, MasterImage 3D, Sony, Barco et Ymagis au sein de son programme de partenariat**
- L'UNIC s'engage dans un investissement à long terme avec CineEurope
- Réunion du Groupe technologique de l'UNIC en collaboration avec l'EDCF
- Réunion du Groupe marketing de l'UNIC
- Réunion du Groupe de vente au détail de l'UNIC
- L'UNIC et l'EDCF créent un groupe de projet concernant la transition vers le DCP en format SMPTE
- Enquête : part de marché du contenu alternatif à travers l'Europe
- **Série d'articles « Tales from the sector » lancée par l'UNIC**
- **Enquête comparative : contribution de la V&D, des salles et des chaînes de télévisions au fonds nationaux du cinéma**

# 4 MEMBRES

## 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

### Danemark

Danske Biogropher

### Espagne

Federación de Cines de España

### Finlande

Finnish Cinema Exhibitors' Association

### France

Fédération Nationale des Cinémas Français

### Grèce

Federation of Greek Cinematographers\*

### Hongrie

Mozisok Országos Szovetsege\*

### Israël

Cinema Industry Association

### Italie

Associazione Nazionale Esercenti Cinema  
Associazione Nazionale Esercenti Multiplex

### Norvège

Film & Kino

### Pays-Bas

Nederlandse Vereniging van  
Bioscoopexploitanten

### Royaume-Uni

UK Cinema Association

### Russie

Kino Alliance

### Suède

Sveriges Biografägareförbund

### Suisse

SKV – ACS Association Cinématographique  
Suisse

### Turquie

Turkish Cinema Operators' Association  
(SSID)\*

## OPÉRATEURS MEMBRES

### Cinémas Gaumont Pathé

France, Pays-Bas, Suisse

### Cinemax

Slovaquie

### Cineplexx

Albanie, Autriche, Croatie, Italie, Macédoine,  
Monténégro, Serbie, Slovénie

### Cineworld and Cinema City International

Bulgarie, Israël, Irlande, Hongrie,  
Pologne, République Tchèque, Roumanie,  
Royaume-Uni, Slovaquie

### Kinopolis Group

Belgique, Espagne, France, Pologne, Suisse

### Kino Arena

Bulgarie

### Mars Entertainment Group

Turquie

### Movies@Cinemas

Irlande

### Nordic Cinema Group

Suède, Finlande, Estonie, Lettonie, Lituanie,  
Norvège

### Nordisk Film Biografer

Danemark, Norvège

### Odeon & UCI Cinemas Group

Allemagne, Autriche, Espagne, Irlande,  
Italie, Portugal, Royaume-Uni

### Svenska Bio

Danemark, Finlande, Suède

### UGC

Belgique, France

### Utopia Group

Belgique, France, Luxembourg, Pays-Bas

### Vue Entertainment

Allemagne, Danemark, Irlande, Italie,  
Lettonie, Lituanie, Pologne, Portugal,  
Royaume-Uni, Taïwan

### Yelmo Cines

Espagne

# 5 PARTENAIRES

## ASSOCIATIONS PARTENAIRES REPRÉSENTANT LE SECTEUR DU CINÉMA

Confédération Internationale des Cinémas  
d'Art et d'Essai CICAÉ

Europa Cinemas

Europa Distribution

European Digital Cinema Forum EDCF

Fédération Européenne des Réalisateurs  
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

Motion Picture Association MPA

National Association of Theatre Owners  
NATO

POUR REJOINDRE L'UNIC,  
MERCİ DE CONTACTER

Jan Runge /  
jrunge@unic-cinemas.org

## CONSEIL D'ADMINISTRATION (2013-2015)

**Président**  
Phil Clapp (UKCA)

**Vice-président senior**  
Jean-Pierre Decrette (FNCF)

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

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

Un nouveau conseil d'administration  
sera élu lors de l'assemblée générale de  
l'UNIC à CineEurope 2015.



## ADRESSE

UNIC  
Union Internationale des Cinémas /  
International Union of Cinemas  
Av. Des Arts 10-11  
1210 Bruxelles (Saint-Josse-ten-Noode)  
Belgium

## NOUS CONTACTER

Tel: +32 2 880 99 39

JAN RUNGE  
Chief Executive  
[jrunge@unic-cinemas.org](mailto:jrunge@unic-cinemas.org)

LAURA HOULGATTE  
European Affairs Executive  
[lhoulgatte@unic-cinemas.org](mailto:lhoulgatte@unic-cinemas.org)

GUILLAUME BRANDERS  
Project Manager  
[gbranders@unic-cinemas.org](mailto:gbranders@unic-cinemas.org)

[www.unic-cinemas.org](http://www.unic-cinemas.org)  
[www.facebook.com/UNIC.Cinemas](https://www.facebook.com/UNIC.Cinemas)  
🐦 @JAN\_at\_UNIC

