

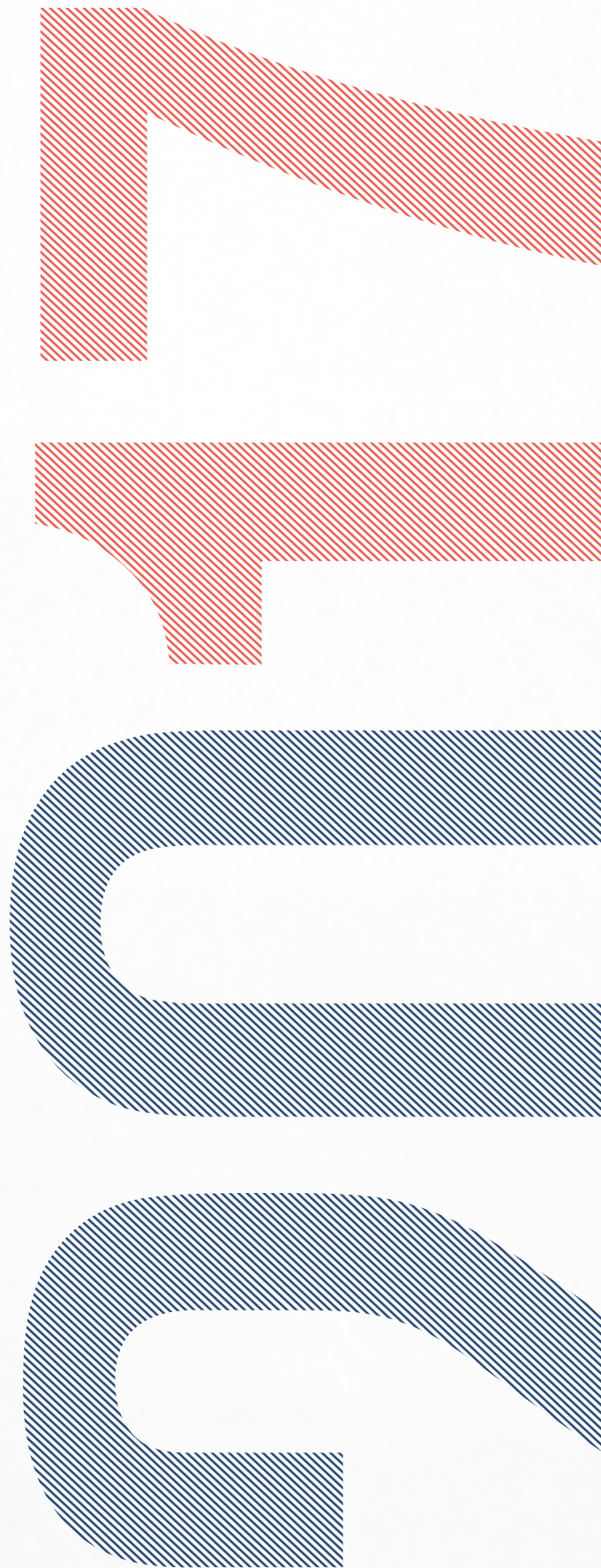
UNIC RAPPORT ANNUEL 2017

TENDANCES CLÉS
DU CINÉMA EUROPÉEN

Traduction de l'anglais

UNIC

Union Internationale des Cinémas
International Union of Cinemas



INTRODUCTION PAR PHIL CLAPP

Je suis heureux de vous présenter notre dernier rapport sur les tendances clés du secteur de l'exploitation cinématographique dans l'une des régions les plus innovantes et dynamiques au monde : l'Europe. L'UNIC, l'Union Internationale des Cinémas, représente les principales associations professionnelles et les exploitants de salles de cinéma dans 36 territoires européens. Nous faisons la promotion des valeurs culturelles, sociales et économiques de la salle de cinéma à travers l'Europe en offrant aux exploitants une voix forte et influente sur des questions d'intérêt commun.

En 2016, les salles de cinéma des territoires de l'UNIC ont enregistré 1,28 milliard d'entrées ainsi qu'une recette au box-office de 8,4 milliards d'euros, soit 24% du marché mondial de l'exploitation en salle de cinéma. Ces chiffres renforcent davantage la position de l'Europe en tant que pilier de l'industrie cinématographique mondiale.

Ces bonnes performances nous confortent dans notre conviction que la salle de cinéma doit rester au centre des efforts entrepris par les gouvernements et les leaders de l'industrie en Europe pour renforcer un secteur cinématographique européen en croissance.

Je vous souhaite une bonne lecture de ce rapport.

Phil Clapp

*Directeur Général de la UK Cinema Association,
est le Président de l'Union Internationale des Cinémas*

Résumé exécutif

L'année 2016 a constitué une année record pour les exploitants de salles de cinéma dans la majorité des territoires de l'UNIC. Affichant ses meilleurs résultats depuis 12 ans, les entrées ont augmenté de 2,8 pour cent par rapport à 2015, atteignant 1,28 milliard de visites. Les revenus au box-office dans les territoires de l'UNIC se sont élevés à 8,4 milliards d'euros, soit une légère baisse par rapport à 2015, due en grande partie à la dévalorisation de certaines monnaies locales.

Ces bonnes performances illustrent parfaitement la bonne santé de l'industrie cinématographique européenne. Les exploitants de salles de cinéma investissent davantage et font plus que jamais preuve de créativité afin de rendre l'expérience cinématographique toujours plus engageante et séduisante.

En améliorant et en expérimentant de nouvelles stratégies marketing, le secteur du cinéma a réussi à mettre au point des approches invitant à toujours plus d'interactions avec son public. Les nouveaux outils numériques permettent une plus grande flexibilité en matière de programmation afin de refléter les goûts toujours plus fragmentés du public. L'expérience en salle est ainsi toujours considérée comme l'une des activités les plus populaires dans nos sociétés.

Cependant, derrière cette vitalité se cache un secteur du cinéma confronté à autant de défis que d'opportunités.

La consolidation actuelle de l'industrie devrait se poursuivre ces prochaines années, avec toujours plus de connexions entre des cinémas de tailles différentes au niveau global. Ce phénomène offre aux grands groupes d'exploitants une position privilégiée face aux défis du secteur. Parallèlement, l'existence et la réussite continue d'un réseau étendu de

cinémas locaux et indépendants dans de nombreux territoires se voit complétée par une production locale dynamique, assurant la pérennité de l'écosystème cinématographique européen.

Les nouvelles habitudes de consommation des jeunes générations offrent aux exploitants l'opportunité d'interagir avec leur public d'une façon encore plus personnelle et ciblée grâce aux nouvelles technologies et à des stratégies marketing créatives.

L'UNIC continuera de suivre ces tendances et d'aider ses membres en les tenant informés des nombreuses évolutions qui influencent chaque jour le secteur du cinéma. Notre principal objectif est de continuer à forger le cadre politique et juridique européen, afin de permettre à tous les cinémas, quelle que soit leur taille, de continuer à se développer en Europe. Les informations qui suivent rendent également compte des efforts de sensibilisation déployés par nos membres à Bruxelles et ailleurs.

—
770
MILLIONS
D'HABITANTS
DANS LES
TERRITOIRES
DE L'UNIC

—
36
TERRITOIRES
REPRÉSENTÉS
PAR L'UNIC

—
35
LANGUES
OFFICIELLES
PARLÉES DANS
LES TERRITOIRES
DE L'UNIC

SOMMAIRE

FRÉQUENTATION DES SALLES DE CINÉMA EN 2016
TENDANCES EUROPÉENNES

PAGE 4

PERSPECTIVES D'AVENIR

PAGE 12

DÉVELOPPEMENTS POLITIQUES RÉCENTS

PAGE 21

MEMBRES ET PARTENAIRES

PAGE 27

Fréquentation des salles de cinéma en 2016

Tendances européennes

LA FRÉQUENTATION DANS LES TERRITOIRES DE L'UNIC EN 2016

2016 a été une bonne année pour la plupart des exploitants de salles de cinéma dans les territoires représentés par l'UNIC. Alors que l'année 2015 était déjà sans précédent, le total des entrées dans les territoires de l'UNIC en 2016 a augmenté de 2,8 pour cent, pour s'élever à 1,28 milliard de visites, un record sur les douze dernières années.

Le total des revenus au box-office dans les territoires de l'UNIC a atteint 8,4 milliards d'euros, soit 24 pour cent du total mondial. Bien que les résultats des entrées soient en hausse, le total des revenus au box-office a baissé de 4,5 pour cent dans les pays de l'UNIC, notamment à cause de la dévalorisation de certaines monnaies locales.

Alors que cette tendance à la hausse s'explique par la bonne performance de titres internationaux, comme *Rogue One: A Star Wars Story*, *Zootopie*, *Les Animaux Fantastiques*, *Comme des Bêtes* et *L'Âge de Glace: Les Lois de l'Univers*, elle est aussi la conséquence du succès de nombreuses productions locales en 2016.

**1,28 milliard
d'entrées**
+2,8%
PAR RAPPORT
À 2015

**8,4 milliards €
de revenus au
box-office**
-4,5%
PAR RAPPORT
À 2015

**1,6
visite annuelle
AU CINÉMA**

**3,3
EN FRANCE
ET EN IRLANDE**

TOP 5

DES
TERRITOIRES
DE L'UNIC EN
TERMES
D'ENTRÉES :

FRANCE
213 MILLIONS

RUSSIE
195 MILLIONS

ROYAUME-UNI
168 MILLIONS

ALLEMAGNE
121 MILLIONS

ITALIE
105 MILLIONS

CROISSANCE EN FRANCE, RUSSIE ET EUROPE DU SUD

Le nombre total d'entrées a augmenté de 3,8 pour cent en France par rapport à 2015, totalisant 213 millions de visites, soit la deuxième meilleure performance des 50 dernières années. Ce succès inédit s'explique en partie par la réussite de productions nationales. De façon similaire, la Russie a connu des résultats très positifs en 2016, les entrées ayant augmenté de 11,6 pour cent, atteignant presque 195 millions. Ce chiffre représente la deuxième meilleure performance dans les territoires de l'UNIC. Le box-office russe a lui augmenté de 7,4 pour cent par rapport à 2015.

Bien que le box-office britannique ait augmenté de 0,5 pour cent en 2016 – battant le record établi en 2015 – le total des entrées a légèrement reculé de 2,1 pour cent. Cette baisse s'explique par le succès inédit de *SPECTRE* et *Star Wars, Episode VII: le Réveil de la Force* en 2015. Une même tendance a pu être observée en Turquie, où le box-office a augmenté de 2,2 pour cent bien que les entrées aient baissé de 3 pour cent, alors même que des productions nationales ont encore dominé l'année.

Des résultats positifs ont été relevés dans une grande partie du sud de l'Europe, en particulier en Espagne où la barre symbolique des 100 millions d'entrées a été dépassée, grâce notamment au succès d'initiatives sectorielles visant à faire revenir le public dans les salles. En Italie, les productions locales *Quo Vado?* et *Perfetti Sconosciuti* ont permis à l'industrie du cinéma d'obtenir des résultats positifs (box-office +3,9 pour cent / entrées +6,1 pour cent). Enfin, après une année 2015 réussie, le Portugal a une nouvelle fois connu des résultats encourageants (box-office +2,2 pour cent / entrées +2,2 pour cent).

RÉSULTATS MITIGÉS EN ALLEMAGNE ET EN SCANDINAVIE

L'industrie cinématographique allemande a souffert en 2016. Les revenus du box-office se sont effondrés de 12,4 pour cent et les entrées ont baissé de 13 pour cent. Ces ternes résultats sont principalement dus à la difficulté de reconduire les très bonnes performances des productions locales en 2015. Une même tendance a pu être observée en Autriche (box-office -2,4 pour cent / entrées -5,2 pour cent) et en Suisse (box-office -9,3 pour cent / entrées -7,1 pour cent).

Comme souvent, les salles scandinaves ont profité du succès des productions locales. En Suède, le triomphe du film *En man som heter Ove* permet au pays d'augmenter son box-office de 6,3 pour cent et ses entrées de 4,2 pour cent par rapport à 2015. En Norvège, les bons résultats (box-office +11,7 pour cent / entrées +9 pour cent) sont crédités au film *Konges nei*. Malgré une année record en 2015 et les bonnes performances des productions locales en 2016, le Danemark a connu une année un peu terne avec une baisse du box-office de 6 pour cent et des entrées de 5,1 pour cent. La Finlande a également connu des résultats en demi-teinte avec un box-office en baisse de 0,8 pour cent et des entrées qui déclinent de 1,8 pour cent.

LES MARCHÉS D'EUROPE CENTRALE ET DE L'EST ATTEIGNENT DES SOMMETS EN 2016

Après une année 2015 prolifique, l'industrie cinématographique polonaise a enregistré en 2016 les meilleures performances de son histoire en atteignant la barre des 50 millions d'entrées. Le box-office a quant à lui augmenté de 17,6 pour cent grâce entre autres à trois productions locales parmi les cinq meilleurs résultats du box-office. De la même façon, la République tchèque (box-office +20,5 pour cent / entrées +20,6 pour cent), la Roumanie (box-office +16,8 pour cent / entrées +16,7 pour cent) et la Bulgarie (box-office +5,5 pour cent / entrées +3,7 pour cent) ont confirmé la vitalité du cinéma dans cette région d'Europe en 2016. Plusieurs autres territoires d'Europe de l'est et centrale ont connu des développements spectaculaires en 2016, notamment la Slovaquie. Ce pays a enregistré les meilleures performances de l'ensemble des pays de l'UNIC avec une impressionnante augmentation de 22,5 pour cent du box-office et de 23,2 pour cent des entrées par rapport à 2015.

UNE MOYENNE DE 1,6 ENTRÉE PAR HABITANT EN 2016 DANS LES TERRITOIRES DE L'UNIC

En 2016, le nombre moyen de visites annuelles au cinéma dans l'ensemble des territoires de l'UNIC s'est élevé à 1,6 entrée par an par habitant, un résultat équivalent à celui de 2015 (+0,1 point). La France (3,3) et l'Irlande (3,3) ont une nouvelle fois connu les taux les plus élevés. Les taux de fréquentation en augmentation en Espagne (2,2), République tchèque (1,5) et Pologne (1,4) doivent être considérés comme autant d'opportunités pour des progressions futures.

PARTS DE MARCHÉ DES FILMS NATIONAUX

Comme en 2015, la part de marché des productions locales a légèrement diminué en 2016, atteignant 26,7 pour cent*. Comme depuis plusieurs années, la Turquie obtient la part de marché des productions nationales la plus élevée des territoires de l'UNIC avec une part de 50,7 pour cent. La France arrive en deuxième place avec 35,8 pour cent de parts de marché pour les films nationaux.

13 territoires de l'UNIC ont eu une production nationale en tête du box-office en 2016, notamment la République tchèque avec *Anděl Páně 2* et la Pologne avec *Pitbull. Niebezpieczne Kobiety*.

6,6 €
PRIX MOYEN
D'UN TICKET
DE CINÉMA
DANS L'UNION
EUROPÉENNE
EN 2016

TOP 5
DES TERRITOIRES
DE L'UNIC EN
TERMES DE PARTS
DE MARCHÉ DES
FILMS NATIONAUX:

TURQUIE
50,7%

FRANCE
35,8%

ROYAUME-UNI
34,9%**

ITALIE
28,7%

RÉPUBLIQUE
TCHÈQUE
27%

52
ÉCRANS
PAR MILLION
D'HABITANTS
DANS LES
TERRITOIRES
DE L'UNIC

83
EN NORVÈGE

74
EN ESPAGNE

35
EN POLOGNE

39 300
ÉCRANS DANS
LES TERRITOIRES
DE L'UNIC

96%
D'ÉCRANS
NUMÉRISÉS
EN EUROPE
EN 2016

PASSAGE AU NUMÉRIQUE

La transition vers le numérique dans les cinémas de l'UNIC a atteint 96 pour cent en 2016, confirmant ainsi que cette transition est plus que jamais en voie d'accomplissement en Europe. Des progrès considérables ont été réalisés au cours des cinq dernières années dans les territoires du sud de l'Europe, la part des écrans numériques atteignant presque 100 pour cent dans la plupart des pays de la région, comme en Turquie (94 pour cent), Roumanie (96 pour cent) et en Pologne (98 pour cent).

NOMBRE TOTAL DE SALLES

Le nombre total de salles de cinéma représentées par l'UNIC a légèrement augmenté en 2016, atteignant approximativement 39 300 écrans. Les territoires de l'UNIC possèdent en moyenne 52 écrans par million d'habitants, soit une légère augmentation par rapport à 2015.

PERSPECTIVES POUR 2017

L'industrie du cinéma s'attend à un passionnant calendrier 2017, avec notamment des productions européennes et internationales prometteuses. Quoiqu'en baisse, la vitalité des productions nationales en 2016 apporte un complément à l'existence d'un réseau de cinémas indépendants dynamiques au niveau local, garantissant ainsi un écosystème cinématographique européen des plus prospères. Le phénomène de consolidation dans l'industrie va continuer à se renforcer, promettant un avenir florissant pour le secteur à travers les territoires de l'UNIC.

PAYS (DEVISE)	BOX-OFFICE EN DEVISE LOCALE		ENTRÉES		PAR HABITANT
	2016	ÉVOLUTION	2016	ÉVOLUTION	
Allemagne (EUR)	1,023,0	-12,4%	121,1	-13,0%	1,5
Autriche (EUR)	132,8	-2,4%	15,0	-5,2%	2,0
Belgique (EUR)	148,2	-5,8%	19,4	-8,2%	1,7
Bosnie et Herzégovine (BAM)	4,7	+2,4%	0,9	-2,5%	0,2
Bulgarie (BGN)	48,4	+5,5%	5,5	+3,7%	0,8
Croatie (HRK)	126,8	+10,3%	4,3	+9,1%	1,0
Danemark (DKK)	1127,5	-6,0%	13,5	-5,1%	2,4
Espagne (EUR)	605,5	+5,9%	101,0	+7,2%	2,2
Estonie (EUR)	17,7	+13,5%	3,3	+6,4%	2,5
Finlande (EUR)	90,3	-0,8%	8,6	-1,8%	1,6
France (EUR)	1 387,7	+4,2%	213,1	+3,8%	3,3
Grèce (EUR)	64,4	+1,6%	10,0	+2,2%	0,9
Hongrie (HUF)	19 845,2	+13,2%	14,6	+12,3%	1,5
Irlande (EUR)	107,5	+3,3%	15,8	+4,0%	3,3
Israël (ILS)	544,3	+7,4%	17,0	+9,1%	2,0
Italie (EUR) *	662,0	+3,9%	105,4	+6,1%	1,7
Lettonie (EUR)	12,2	+8,6%	2,5	+6,3%	1,3
Lituanie (EUR)	17,7	+15,2%	3,7	+10,1%	1,3
Luxembourg (EUR)	8,6	-9,2%	1,1	-10,9%	2,0
Monténégro / Serbie (RSD) **	1 374,1	+16,2%	3,5	+11,5%	0,4
Norvège (NOK)	1 375,2	+11,7%	13,1	+9,0%	2,5
Pays-Bas (EUR)	287,7	+4,3%	34,2	+3,7%	2,0
Pologne (PLN)	967,5	+17,6%	52,1	+16,5%	1,4
Portugal (EUR)	76,7	+2,2%	14,9	+2,2%	1,4
République tchèque (CZK)	2 011,0	+20,5%	15,6	+20,6%	1,5
Roumanie (RON)	241,6	+16,8%	13,0	+16,7%	0,7
Royaume-Uni (GBP)	1 246,6	+0,5%	168,3	-2,1%	2,6
Russie (RUB)	47 501,4	+7,4%	194,7	+11,6%	1,3
Slovaquie (EUR)	29,0	+22,5%	5,7	+23,2%	1,0
Slovénie (EUR)	11,9	+14,7%	2,3	+11,5%	1,1
Suède (SEK)	1 931,7	+6,3%	17,8	+4,2%	1,8
Suisse (CHF)	207,9	-9,3%	13,7	-7,1%	1,6
Turquie (TRY)	696,2	+2,2%	58,6	-3,0%	0,7

*Cinétel: 90% du marché. Les résultats globaux de la SIAE seront publiés en été 2017.

** Les données recueillies pour le Monténégro et la Serbie sont combinés en raison de pratiques locales de distribution.

PART DE MARCHÉ NATIONALE	DENSITÉ D'ÉCRANS	PRIX MOYEN D'UN TICKET EN DEVISE LOCALE
4,2%	74	8,9
9,6%	46	n/d
n/d	9	5,9 (2015)
2,5%	29	8,8
4,2%	39	29,5
21,0%	79	83,8
18,2%	74	6,0
10,5%	66	5,4
27,7%	60	10,5
35,8%	90	6,5
9,0%	50	7,0
3,5%	23	1357,0
3,0%	104	6,8
9,7%	48	32,0
28,7%	65	6,3
7,0%	32	4,9
20,0%	27	4,8
1,2%	63	6,6
13,5%	17	390,0
22,6%	83	104,8
11,4%	55	8,4
24,8%	35	18,6
2,1%	52	5,2
27,0%	88	128,7
3,8%	20	18,5
34,9%	64	7,4
17,4%	30	252,8
4,6%	42	5,1
10,2%	54	5,1
14,0%	83	108,8
4,5%	67	15,1
50,7%	31	11,8

**1,28 milliard
d'entrées**

+2,8%
PAR RAPPORT
À 2015

**8,4 milliards €
de revenus au
box-office**

-4,5%
PAR RAPPORT
À 2015

Source: Membres de l'UNIC 2015-2016
Informations complémentaires de BU (Bulgarian National Film Center), CZ (Unie Filmových Distributoru), EE (Eesti Filmi Instituut & Baltic Films Co-operation Platform), HR (Hrvatski Audiovizualni Centar), 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), SI (Slovenski filmski center), SK (Únia filmových distribútorov) et IHS Markit.

PAYS	TOP 1	TOP 2
Allemagne	Zootopia	The Secret Life of Pets
Autriche	The Secret Life of Pets	Finding Dory
Belgique	Finding Dory	The Secret Life of Pets
Bulgarie	Ice Age: Collision Course	The Secret Life of Pets
Croatie	Ice Age: Collision Course	Deadpool
Danemark	Flaskepost fra P	Klassefesten 3
Espagne	A Monster Calls	The Secret Life of Pets
Estonie	Klassikokkutulek	Ice Age: Collision Course
Finlande	Risto Rappääjä ja yöhaukka	The Angry Birds Movie
France	Zootopia	Les Tuche 2: le rêve américain
Grèce	Worlds Apart	The Revenant
Hongrie	The Secret Life of Pets	Rogue One: A Star Wars Story
Irlande	Bridget Jones's Baby	Finding Dory
Israël	The Secret Life of Pets	Zootopia
Italie*	Quo Vado?	Perfetti Sconosciuti
Lettonie	The Secret Life of Pets	Ice Age: Collision Course
Lituanie	Tarp mūsy, berniuky	Gautas Iskvietimas
Luxembourg	Rogue One: A Star Wars Story	Deadpool
Monténégro / Serbie **	Stado	Ice Age: Collision Course
Norvège	Kongens nei	Snekker Andersen og Julenissen
Pays-Bas	Bridget Jones's Baby	Finding Dory
Pologne	Pitbull. Niebezpieczne Kobiety	Planeta Singli
Portugal	The Secret Life of Pets	Suicide Squad
République tchèque	Anděl Páně 2	The Secret Life of Pets
Roumanie	Suicide Squad	Deadpool
Royaume-Uni	Rogue One: A Star Wars Story	Fantastic Beasts and Where to Find Them
Russie	Zootopia	The Secret Life of Pets
Slovaquie	Finding Dory	The Secret Life of Pets
Suède	En man som heter Ove	Zootopia
Suisse	The Secret Life of Pets	The Revenant
Turquie	Dag 2	Kardesim Benim

 Films nationaux

 Films européens non-nationaux

 Films qualifiés d'européens/nationaux

*Cinetel: 90% du marché. Les résultats globaux de la SIAE seront publiés en été 2017.

**Les données recueillies pour le Monténégro et la Serbie sont combinés en raison de pratiques locales de distribution.

TOP 3	TOP 4	TOP 5
Finding Dory	Star Wars: Episode VII - The Force Awakens	Rogue One: A Star Wars Story
Ice Age: Collision Course	Rogue One: A Star Wars Story	The Revenant
Fantastic Beasts and Where to Find Them	Zootopia	The Jungle Book
Zootopia	The Angry Birds Movie	The Jungle Book
Suicide Squad	Rogue One: A Star Wars Story	Batman v Superman: Dawn of Justice
The Revenant	Zootopia	Rogue One: A Star Wars Story
Finding Dory	The Jungle Book	The Revenant
The Secret Life of Pets	Zootopia	Trolls
Kanelia kainaloon, Tatu ja Patu!	The Secret Life of Pets	Luokkakokous 2 - Polttarit
Moana	The Revenant	Deadpool
Finding Dory	Batman v Superman: Dawn of Justice	Inferno
Deadpool	Star Wars: Episode VII - The Force Awakens	Dirty Grandpa
The Secret Life of Pets	The Jungle Book	Fantastic Beasts and Where to Find Them
Trolls	The Jungle Book	Batman v Superman: Dawn of Justice
Finding Dory	Fantastic Beasts and Where to Find Them	The Revenant
Zootopia	Melānijās hronika	The Angry Birds Movie
Gautas Iskvietimas 3	Ice Age: Collision Course	The Secret Life of Pets
Moana	Star Wars: Episode VII - The Force Awakens	Suicide Squad
Jesen Samuraja	The Secret Life of Pets	Deadpool
Børning 2	Me Before You	Ice Age: Collision Course
The Secret Life of Pets	The Jungle Book	Fantastic Beasts and Where to Find Them
Rogue One: A Star Wars Story	Pitbull. Nowe Porzadki	Ice Age: Collision Course
Finding Dory	Deadpool	Zootopia
Fantastic Beasts and Where to Find Them	Bridget Jones's Baby	Lída Baarová
The Jungle Book	Dirty Grandpa	Batman v Superman: Dawn of Justice
<i>Bridget Jones's Baby</i>	The Jungle Book	Finding Dory
Deadpool	Suicide Squad	Ekipazh
Ice Age: Collision Course	Fantastic Beasts and Where to Find Them	Zootopia
Finding Dory	The Jungle Book	Rogue One: A Star Wars Story
Heidi	Zootopia	Finding Dory
Denemin Fisi	Osman Pazarlama	Gorumce

Source: Membres de l'UNIC 2016

Informations complémentaires de BU (Bulgarian National Film Center), CZ (Unie Filmových Distributorů), EE (Eesti Filmi Instituut & Baltic Films Co-operation Platform), HR (Hrvatski Audiovizualni Centar), 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), SI (Slovenski filmski center), SK (Únia filmových distribútorov).

Perspectives d'avenir

Le secteur du cinéma est en croissance à travers les territoires représentés par l'UNIC. Cette tendance positive, déjà soulignée plus tôt dans ce rapport, se reflète aussi dans l'attitude des consommateurs vis-à-vis de la sortie au cinéma : une étude récemment menée dans les cinq plus grands territoires de l'UE démontre que les gens attribuent une plus grande valeur à l'expérience en salle plutôt qu'à d'autres sorties culturelles, comme illustré sur le graphique à droite.

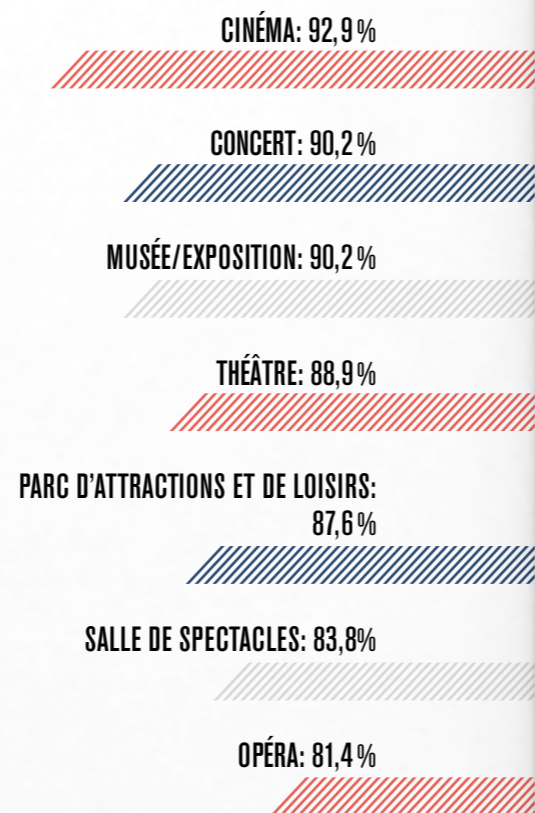
Malgré tout, les tendances de marché actuelles soulignent que les exploitants européens doivent redoubler d'efforts. Alors que les principaux studios se focalisent de plus en plus sur la création de films pour des audiences internationales, créer d'une part des productions locales de qualité et avec un public à l'esprit, et d'autre part avoir une programmation et des stratégies marketing intelligentes de la part des exploitants relèvent d'une importance cruciale. De manière similaire, ceux qui investissent dans la diversification des offres – des petites salles premium aux multiplexes modernes – peuvent davantage accroître leurs revenus alors même que les préférences des consommateurs sont de plus en plus fragmentées.

Ce qui suit offre un panorama des différents facteurs qui façonnent aujourd'hui une industrie du cinéma de plus en plus internationale et connectée – un pilier dynamique d'une industrie du divertissement en constante évolution.

POSITIONNER LES SALLES AU CENTRE DE LA CHAÎNE DE VALEUR DU FILM

Alors que la technologie numérique et les préférences en évolution du public continuent de transformer le secteur du film au sens large, les professionnels de l'industrie et les décideurs politiques reconnaissent de plus en plus l'importance que le succès d'un film en salle a sur sa performance sur les plateformes d'exploitation ultérieures. Le graphique sur la page opposée indique que la croissance dans tous les marchés du film – y compris la vidéo à la demande (VàD) – devrait se baser sur cette fondation solide.

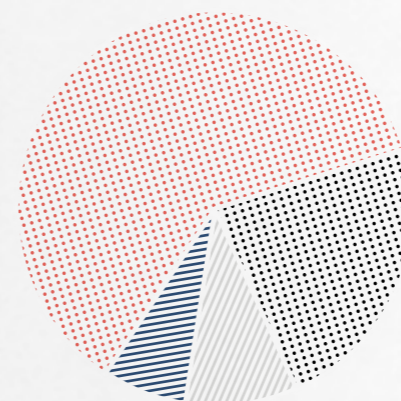
Satisfaction globale vis-à-vis des sorties culturelles en UE 5* en 2016 (MOYENNE)



Source: CNC

* France, Allemagne, Royaume-Uni, Espagne et Italie

Box-office vs. marché de la vidéo en UE 10* en 2016



61%
CINÉMA

23%
VIDÉO
PHYSIQUE

9%
TV PAYANTE
ET VàD

7%
VIDÉO
NUMÉRIQUE

Source: IHS Markit

* République tchèque, Danemark, France, Allemagne, Italie, Pologne, Portugal, Espagne, Suède et Royaume-Uni

La salle de cinéma demeure le lieu où de la valeur se crée autour de la sortie d'un film. Tandis que le revenu moyen par vue sur un service de VàD par inscription, tel que Netflix, se situe aux alentours de 0,20 €, le prix moyen pour un ticket de cinéma dans l'UE est de 6,6 € – soit un impressionnant multiple de 33 sur le premier montant cité. Le public continue donc d'attacher une grande valeur à l'expérience partagée du grand écran et est prêt à récompenser la créativité ainsi que les investissements faits pour lui offrir une expérience cinématographique de qualité.

Au même moment, les plateformes VàD continuent bien sûr de croître et investissent de plus en plus dans la création de films originaux – une évolution bienvenue pour les exploitants de salle. Amazon Studios, qui finance des films bénéficiant d'une sortie en salle, est un excellent exemple de cette tendance, et devrait être applaudi pour ses investissements dans du contenu original et osé. En Europe, les exploitants aimeraient voir davantage d'investissements dans des productions locales, mais aussi plus de transparence et de partage d'information de la part des plateformes internationales majeures – y compris Netflix et iTunes – comme nous allons encore le démontrer plus tard dans la section politique de ce rapport.

Comme c'est le cas pour toutes les industries qui ont été transformées par la technologie numérique durant ces dernières décennies, il est nécessaire pour l'ensemble des acteurs du secteur d'expérimenter et de mieux collaborer avec différents partenaires tout au long de la chaîne de valeur du film afin d'adopter une approche davantage centrée sur le public.

Dans le domaine hautement dynamique de l'analyse de données, les experts promettent 10 à 20 pour cent de croissance en termes d'entrées si les cinémas, qui possèdent de plus en plus d'informations personnalisées sur leur public, et les distributeurs, qui sont responsables des importants efforts promotionnels autour de la sortie d'un film, partageaient leurs données et ressources afin d'affiner et de personnaliser le marketing autour des films. On pourrait obtenir un effet similaire dans d'autres domaines, comme la vente de tickets en ligne, la tarification dynamique ou via des partenariats avec des marques ou des acteurs tiers.

A un tout autre niveau, il devient aussi nécessaire pour la communauté des exploitants de salle de cinéma de s'engager dans un dialogue avec les réalisateurs et les professionnels de la post-production autour des capacités et des limites inhérentes à la projection d'un film en salle afin de s'assurer que le public puisse voir un film comme souhaité par son réalisateur.

Alors que l'industrie cinématographique évolue, il en va de même pour les pratiques de sorties à travers le monde. Même si le secteur du cinéma est bien placé pour continuer à construire son modèle commercial autour d'une fenêtre d'exploitation exclusive, les leaders de l'industrie >

ont entamé un dialogue concernant la meilleure intégration des plateformes d'exploitation ultérieures dans le modèle de distribution pour des films. Au final, l'objectif de ces négociations sera d'arriver à faire en sorte que tous les acteurs – y compris les petits exploitants indépendants – bénéficient d'une plus grande collaboration intersectorielle.

En Europe, il serait judicieux de la part des gouvernements de laisser l'industrie mener les discussions dans ce processus complexe, comme l'impliquent les règlements européens relatifs au droit d'auteur et à l'industrie audiovisuelle.

SE PRÉPARER POUR LA PROCHAINE GÉNÉRATION DE CINÉPHILES

La future croissance et durabilité du secteur dépendent de la capacité des exploitants et de leurs partenaires de la distribution d'attirer, retenir et augmenter la fréquentation des jeunes.

Tandis que la composition des visiteurs est devenue de plus en plus vaste ces 5-10 dernières années, avec un public vieillissant et des marchés de consommation segmentés, les jeunes en dessous de 25 ans représentent toujours la plus grande part du public ainsi que 20 à 35 pour cent des entrées, selon le territoire.

Dans les marchés en croissance tels la Pologne, la République tchèque et la Turquie, la part que représentent les jeunes sur les entrées totales continue d'augmenter, annonçant des développements positifs pour le secteur dans les années à venir. Dans des marchés plus matures, y compris certains d'Europe occidentale, cette part des entrées – et la fréquence des visites – s'est aplanie, ou a même légèrement diminuée durant cette dernière décennie. Au Royaume-Uni, par exemple, le nombre de visiteurs âgés de 15 à 20 ans a baissé de 7 pour cent entre 2008 et 2015.

• LE GROUPE TECHNOLOGIE DE L'UNIC

Le Groupe Technologie de l'UNIC rassemble des responsables techniques du cinéma exerçant dans plus de 20 territoires membres. Il surveille et évalue les tendances technologiques ainsi que les cycles d'innovation dans l'industrie cinématographique, et sollicite l'attention du Conseil d'Administration de l'UNIC en matière de positions clés sur les évolutions technologiques en cours dans le paysage cinématographique.



PLUS DE
80%
DES EUROPÉENS
REGARDENT
DES BANDES-
ANNONCES
SUR INTERNET



87%
DES
SPECTATEURS
SE SERVENT DE
LEUR TÉLÉPHONE
PORTABLE
APRÈS AVOIR VU
UNE BANDE-
ANNONCE



PLUS DE
50%
DES SPECTA-
TEURS DISCU-
TENT DE LEUR
SORTIE SUR
LES RÉSEAUX
SOCIAUX

Des exploitants – parfois via des initiatives collectives du secteur – tentent déjà de répondre à ce challenge en organisant des projections spéciales pour adolescents, des programmes d'éducation au cinéma, ou encore via des activités sur les réseaux sociaux. La collecte, l'analyse et le partage de bonnes pratiques concernant ce qui fonctionne ou non pour attirer plus de jeunes dans nos salles est un élément clé du travail de l'UNIC pour les années à venir.

Un projet de recherche paneuropéen lancé par l'UNIC et des partenaires de l'industrie à travers trois pays d'Europe – à savoir l'Allemagne, le Royaume-Uni et l'Espagne – s'est penché sur les moteurs et les obstacles à la fréquentation chez les jeunes. L'étude suggère que les exploitants doivent réfléchir de manière créative aux techniques pour développer davantage les éléments sociaux et communautaires ainsi que les aspects pratiques de la sortie au cinéma afin d'attirer plus d'adolescent et de jeunes adultes, la plupart desquels se sentant de plus en plus pressé par le temps dans une ère caractérisée par une multitude d'offres de divertissement compétitives et l'utilisation des réseaux sociaux. Les résultats détaillés de cette recherche seront présentés par l'UNIC et ses partenaires durant CineEurope 2017 et seront bientôt disponibles sur notre site.

• LE GROUPE MARKETING DE L'UNIC

Le Groupe Marketing de l'UNIC regroupe les responsables marketing des principaux cinémas européens. Il partage des idées et des opinions sur les tendances clés et les préférences du public à travers l'Europe, et examine les dernières opportunités en termes d'engagement avec le public dans le secteur du cinéma.

• LE GROUPE CONCESSION DE L'UNIC

Le Groupe Concession de l'UNIC réunit les managers des ventes et concessions des plus grands exploitants de salles d'Europe. Afin d'aider les exploitants de toutes les tailles et de tous les pays européens à optimiser leurs activités, l'équipe mène des recherches, met en commun les meilleures pratiques et expérimente pour rendre la vente dans le milieu du cinéma davantage imaginative et soucieuse des consommateurs.

INNOVER L'EXPÉRIENCE EN SALLE

Au-delà de la transition vers les technologies numériques, les investissements dans l'innovation pour la salle de cinéma sont devenus incontournables ces dix dernières années pour les exploitants de toute taille. De nombreux progrès ont été réalisés pour améliorer la qualité du son et de la projection dans la salle. D'un point de vue marketing, de nouvelles stratégies de rapprochement et d'engagement du public ont vu le jour, notamment au travers d'actions ciblées, dans le but de transformer l'expérience en salle et d'augmenter le nombre de cinéphiles.

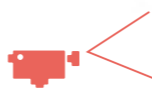
Ces développements sont complétés par une diversification de l'offre elle-même. Alors que de nombreux exploitants investissent dans des technologies de pointe – systèmes sonores immersifs et écrans premium –, d'autres expérimentent des agencements audacieux de leurs salles, toujours dans le but de renforcer le confort du public. De la même façon, une nouvelle catégorie de salles haut-de-gamme ont fait leur apparition, amorçant une nouvelle époque pour les cinémas urbains.

L'expérience au cinéma débute bien avant la visite dans la salle, et souvent sur un appareil mobile. En conséquence, les exploitants expérimentent de nouvelles techniques pour interagir davantage avec leur public potentiel avant, durant et après la projection. Pour y parvenir, les stratégies numériques sont diverses. Elles peuvent inclure des options de réservations collaboratives (comme ourscreen.com au Royaume-Uni), des discussions automatiques sur les réseaux sociaux (comme le système de chat automatisé sur Facebook Messenger des cinémas Odeon), ainsi que des systèmes innovants pour récompenser la fidélité du public.

Ces stratégies sont soutenues par des programmes intelligents d'analyse de données qui aident les exploitants à interagir avec leur public d'une façon plus personnalisée dans le but d'augmenter les visites dans les salles de cinéma.

Alors qu'innovation et changement sont devenus des éléments centraux de l'industrie cinématographique, identifier les technologies et les stratégies marketing les plus efficaces, évaluer les nouvelles habitudes du public et s'assurer que les investissements engagés amènent des évolutions concrètes sont devenus les principaux défis du secteur.

En réunissant des responsables de l'exploitation en salle de plus de 20 pays d'Europe – en partenariat avec des fournisseurs de services et produits technologiques et des organisations internationales comme l'European Digital Cinema Forum (EDCF), la Society of Motion Picture and Television Engineers (SMPTE) et la International Cinema Technology Association (ICTA) –, les trois groupes d'experts en technologie, concession et marketing de l'UNIC aident le secteur à naviguer dans un paysage cinématographique complexe et en constante métamorphose.



98%

DES ÉCRANS
NUMÉRISÉS
DANS LE
MONDE



2100

ÉCRANS
PREMIUM
ET



3000

SYSTÈMES
SONORES
IMMERSIFS
INSTALLÉS
DANS LE
MONDE
EN 2016

Source: IHS Markit

UN PAYSAGE INTERNATIONAL

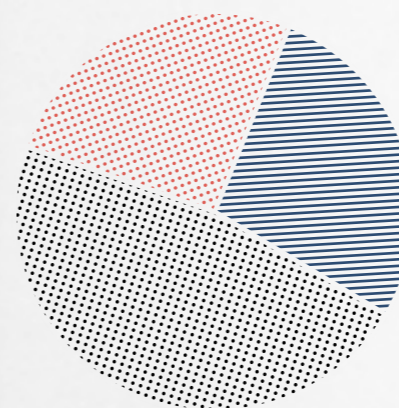
2016 confirme une fois encore que la sortie au cinéma est un phénomène de plus en plus global qui fascine des milliards de cinéphiles à travers le monde. Les revenus au box-office international ont atteint \$ 38 milliards l'an dernier, soit une hausse de 1 pour cent sur 2015 – et ce malgré la dévalorisation de plusieurs monnaies locales – reflétant le développement dynamique du secteur*. Tandis que le centre de gravité de la communauté internationale du cinéma se déplace vers l'Orient, en raison d'une croissance des entrées sans précédent en Asie-Pacifique et tout particulièrement en Chine, l'Europe demeure un pilier de l'industrie cinématographique internationale, représentant 24 pour cent du box-office global.

Cette dimension de plus en plus internationale et interconnectée se reflète aussi dans la structure du marché, où la consolidation en cours est en train de créer une catégorie de grands groupes d'exploitants internationaux qui bénéficient d'une hausse de productivité et qui réalisent des économies d'échelles. En Europe, nous avons par exemple assisté en 2016 à l'acquisition de deux des plus grands exploitants de la région – Odeon & UCI Cinemas et Nordic Cinema Group – par le groupe AMC, lui-même la propriété de Dalian Wanda, compagnie chinoise de développement et de divertissement. Parallèlement, l'existence et la réussite continues d'un réseau étendu de cinémas locaux et indépendants dans de nombreux territoires, se voit complétées par une production locale dynamique, assurant la pérennité de l'écosystème cinématographique européen.

En tant que tel, le secteur du cinéma bénéficie des investissements internationaux et des partenariats commerciaux qui – dans le respect des règles de l'OMC – cherchent à limiter les barrières au commerce comme les quotas de projection et les taxes sur l'importation de technologies du cinéma. En même temps, l'UNIC partage avec les organismes publics la volonté de soutenir les productions locales et les activités de distribution dans le but de développer un écosystème cinématographique local solide. Promouvoir le commerce international et les investissements dans le secteur tout en célébrant la culture locale du cinéma, sont pour nous des objectifs qui peuvent coexister et qui ne s'excluent pas mutuellement dans la majorité des cas.

Alors que la plupart des principaux studios se concentrent de plus en plus sur la création de films pouvant plaire à un public international, les distributeurs et les exploitants européens indépendants ont aujourd'hui l'opportunité d'accroître leur offre et de répondre ainsi à la demande de leur public local. Comprendre les tendances globales et développer des stratégies de marché locales sont des nécessités, et ce tout particulièrement pour des organisations plus petites et les indépendants, qui pourraient avoir besoin d'aide et de soutien pour comprendre et naviguer dans ce paysage en constante évolution. Les organismes de soutien européens ainsi que l'UNIC devraient pouvoir offrir leur assistance dans certains cas afin de sauvegarder la diversité et la compétitivité du secteur du cinéma.

Box-office européen vs. B.O. aux États- Unis et dans le reste du monde en 2016



24%
EUROPE

27%
ÉTATS-UNIS

49%
RESTE DU
MONDE

* Source: MPAA 2016 Theatrical Market
Statistics Report

ET QU'EN EST-IL DE L'OFFRE ?

En raison de l'augmentation sans précédent de l'offre de films et des pratiques de programmation de plus en plus flexibles des cinémas dans les territoires de l'UNIC, nous vivons aujourd'hui une période marquée par une augmentation des projections et des événements liés au cinéma, sans aucun doute la plus dynamique jamais enregistrée par le secteur. Comme le graphique sur la page suivante le démontre, le nombre de films projetés au cinéma a, dans plusieurs territoires de l'UNIC, doublé dans la dernière décennie. Les événements projetés en salle – de l'opéra à des compétitions en ligne de jeux vidéo – représentent déjà entre 2 et 3 pour cent du box-office européen, alors même que de nombreux spécialistes parient sur une croissance des revenus pour ces contenus complémentaires dans les années à venir.

Dans la mesure où les habitudes du public deviennent de plus en plus diversifiées, ce type de développement est une chance pour l'industrie du cinéma, qui dépend bien trop du succès international de quelques productions. Cependant, les données collectées pour l'année 2016 montrent d'une certaine manière un changement de perspective : un plus grand nombre de films génèrent des revenus considérables en Europe et à l'international. Les bonnes performances de productions locales, notamment dans les pays scandinaves et en Europe de l'est et centrale, démontrent bel et bien qu'un changement se profile actuellement (voir page 10 de ce rapport).

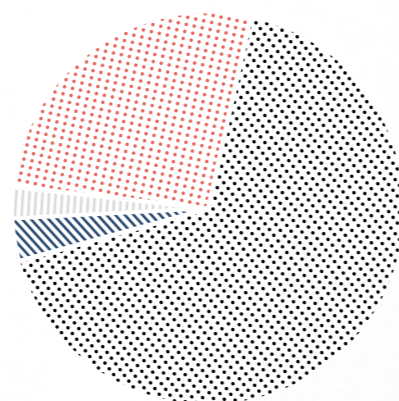
L'Europe est fière de l'augmentation continue, d'année en année, de sa large gamme de productions locales et européennes. Le rôle social et de sensibilisation conféré au cinéma est essentiel pour maintenir une ouverture à l'altérité. En ce sens, les investissements dans les productions locales sont indispensables, même si la programmation en salle de cette catégorie de films n'est pas toujours garantie. Europa Cinemas, le premier réseau de salles à programmation majoritairement européenne, est un exemple à suivre. Son action permet de maintenir une forte demande de la part du public pour les productions paneuropéennes. Ces réseaux de soutien détiennent aux yeux de l'UNIC une importance considérable pour promouvoir le marché cinématographique européen.

VERS UNE MEILLEURE PARITÉ HOMMES-FEMMES DANS LE SECTEUR DU CINÉMA

Dans de nombreux territoires de l'UNIC, plus de la moitié des visiteurs sont des femmes. Pourtant, ces dernières occupent moins de 5 pour cent des postes à responsabilité dans le secteur de l'exploitation cinématographique. Pour une industrie qui se targue de comprendre et répondre aux goûts et attentes du public, augmenter le nombre de femmes aux postes de direction devient un impératif pour le développement économique et organisationnel du secteur.

Part de marché des films dans l'UE en 2016

SELON LEUR RÉGION D'ORIGINE



26,7%
UE

67,4%
ÉTATS-UNIS

3,6%
UE AVEC
INVESTISSEMENT
AMÉRICAIN

2,3%
RESTE DU
MONDE

Source: Observatoire européen de l'audiovisuel

• ÉVÈNEMENTS DE L'INDUSTRIE DU CINÉMA

L'UNIC a pris part à de nombreux événements ces derniers mois en Europe et dans le monde, du Festival de Cannes à la CinemaCon à Las Vegas, où nous avons présenté notre dernier rapport sur l'innovation dans le cinéma à un large public d'exploitants des quatre coins du globe. En novembre 2016, nous avons également organisé à Bruxelles un séminaire de deux jours rassemblant tous les membres de l'UNIC afin de discuter des dernières tendances et développements dans l'industrie du cinéma.

Dans cette optique, l'UNIC a organisé en 2016 durant CineEurope, sa convention officielle, une réunion interne sur le thème de *Équité et croissance: vers une parité hommes-femmes au cinéma*. L'objectif de cette rencontre était de réunir autour d'une table des cadres des principales organisations du cinéma, des dirigeants des associations nationales et des représentants de la Commission européenne afin de discuter des efforts à entreprendre pour une meilleure parité hommes-femmes dans l'industrie.

En raison de l'importance du sujet et de la détermination démontrée par nos partenaires durant cette réunion, l'UNIC a décidé de développer son action dans ce sens. Une base de données des femmes occupant des postes à responsabilité dans le secteur cinématographique a été créée avec pour objectif de promouvoir la présence de femmes dans des panels de discussion durant les grands événements de l'industrie, comme les festivals ou les conventions cinématographiques internationales. Durant CineEurope 2017 se tiendra un débat intitulé *Femmes au cinéma: les bonnes pratiques* qui permettra de discuter des challenges que représente la parité hommes-femmes dans l'industrie du cinéma.

Enfin, l'UNIC est fière de lancer un programme pilote durant cette même convention, *Le leadership féminin dans le cinéma*, un projet de mentorat dans tout le secteur cinématographique européen impliquant 10 professionnelles prometteuses de l'industrie du cinéma.

1 MD \$

RECETTES PRÉVISIONNELLES DES CONTENUS COMPLÉMENTAIRES EN 2019

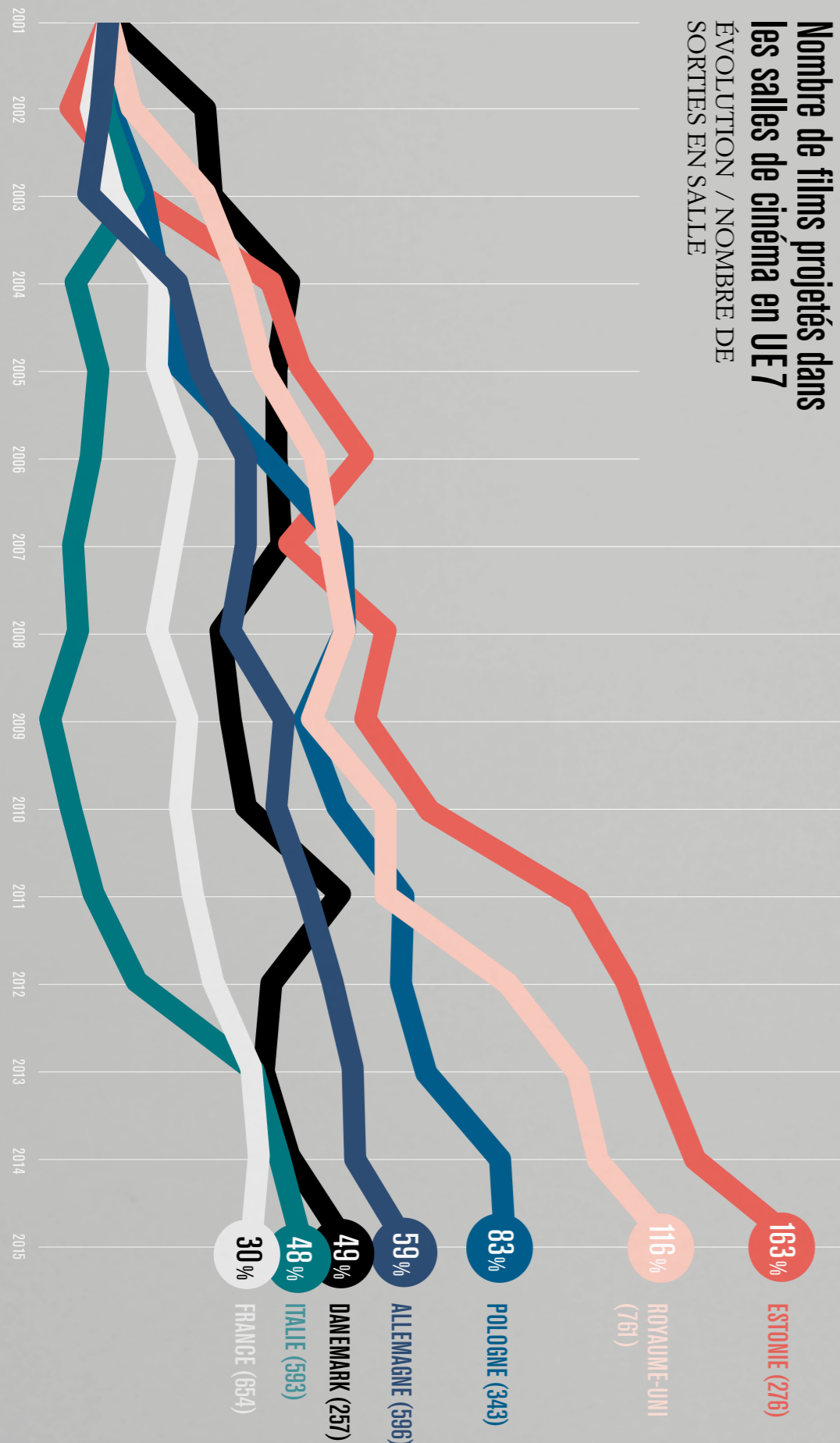
x2

LE NOMBRE DE FILMS EN SALLE A QUASI-MENT DOUBLÉ EN 15 ANS (voir page suivante)

CineEurope
Official Convention of the International Union of Cinemas

19-22 JUIN 2017

CineEurope, la convention officielle de l'UNIC, sera le moment le plus opportun pour célébrer la culture du cinéma et discuter des enjeux soulignés dans ce rapport. Avec le soutien des plus grands studios et organisations cinématographiques européennes et américaines, l'événement est devenu l'un des plus grands rassemblements internationaux de l'exploitation en salle.



Développements politiques récents

• CREATIVITY WORKS!

La coalition Creativity Works! a été créée par l'UNIC et nos partenaires des secteurs culturels et créatifs en vue de partager des exemples et des faits concernant le travail des artistes, des professionnels créatifs et de leurs partenaires commerciaux, y compris, bien sûr, les exploitants de salles de cinéma. L'un des principaux objectifs de cette coalition est de montrer comment le droit d'auteur participe à la diversité culturelle, à l'emploi et au développement local en Europe.

www.creativity-works.eu

Le principal objectif de notre organisation est de représenter les intérêts des exploitants de salles de cinéma européens et leurs associations nationales lors de nos échanges avec les décideurs politiques à Bruxelles et de soutenir nos membres à travers l'Europe.

À la suite des élections au Parlement européen et de la nomination de nouveaux leaders en 2014, la Commission européenne a développé des propositions de réforme autour du droit d'auteur, des règles audiovisuelles et de la gouvernance Internet sous son initiative Marché Unique Numérique. Alors que certaines de ces propositions ont déjà été ou sont en passe d'être adoptées par le Parlement européen et le Conseil, le sort de certaines autres reste incertain.

Un certain nombre de ces propositions semble reconnaître le besoin de promouvoir et protéger le cinéma européen. Cependant notre évaluation d'ensemble montre que le secteur continue d'être sous pression, non seulement de la part de certains décideurs politiques européens mais aussi de certains États membres.

Quand la Commission européenne a annoncé sa stratégie Marché Unique Numérique en 2015, son objectif pour le secteur audiovisuel était de promouvoir l'accès transfrontière aux films et programmes de télévision pour permettre aux consommateurs d'accéder au contenu offert par les plateformes en ligne basées dans d'autres États membres. Au moment de cette annonce, la Commission ne semblait pas s'inquiéter des effets – potentiellement dévastateurs – qu'un tel accès illimité transfrontière aurait sur l'exclusivité en salles et le financement des films et programmes de télévision.

• CONFÉRENCE *INNOVATION ET LE GRAND ÉCRAN* AU PARLEMENT EUROPÉEN

En février 2017 et en partenariat avec quatre membres majeurs du Parlement européen (MPE Bogdan Wenta, MPE Mircea Diaconu, MPE Helga Trüpel and MPE Virginie Rozière), l'UNIC a organisé une conférence sur le cinéma explorant les tendances clés dans le secteur au niveau européen. L'événement a rencontré un vif succès et a attiré près de 120 responsables politiques de l'UE et intervenants clés de l'industrie du cinéma, qui ont partagé leurs expériences et leurs points de vue sur l'expérience de la sortie en salle et les développements politiques récents visant à encourager l'innovation dans le secteur. Une troisième édition est prévue en 2018.

• PREMIÈRES DE FILMS ORGANISÉES PAR L'UNIC

Le meilleur moyen de partager notre passion pour le grand écran est de laisser les responsables politiques européens en faire l'expérience eux-mêmes. C'est pourquoi l'UNIC, au cours des deux dernières années, a organisé – en collaboration avec ses principaux partenaires européens – une série d'avant-premières exclusives de films européens d'exception, ainsi que des débats et des présentations politiques animés par des professionnels de l'industrie du cinéma. Après *A Perfect Day* (ES), *Our Kind of Traitor* (UK) et *Noctes* (BE) en 2016, nous avons organisé la projection de *Django* (FR) en mai 2017 et nous sommes déjà en quête des prochaines réussites européennes à mettre à l'honneur au cœur de l'Europe.

L'UNIC, en collaboration avec d'autres associations professionnelles, a depuis sans cesse exprimé ses inquiétudes à propos de l'approche un peu trop zélée de la Commission et a fait la promotion de solutions plus raisonnables et guidées par l'industrie pour accroître l'accès transfrontière dans certains cas.

Les institutions européennes ont trouvé un accord final sur le Règlement Portabilité qui – de prime abord – paraît acceptable aux exploitants de salles car il ne limite pas l'exclusivité en salle à travers les territoires de l'UNIC. D'un autre côté, les investigations actuelles menées par la Commission à propos des pratiques de licences territoriales entre les studios hollywoodiens et la compagnie de télécommunications britannique Sky, ainsi que la proposition de la Commission sur l'octroi de licence sur base du principe du pays d'origine pour certains services en ligne par les radiodiffuseurs constituent une menace de taille pour les cinémas et leurs partenaires. Ici, l'UNIC continue de travailler en coordination avec ses partenaires pour adresser ces risques.

Ailleurs, et dans le cadre d'une refonte majeure des règles audiovisuelles européennes, il semble y avoir un consensus auprès des décideurs politiques européens pour permettre aux États membres de demander aux plateformes V&D internationales comme Netflix et iTunes de participer au financement des fonds de création nationaux – une position soutenue par l'UNIC étant donné les contributions significatives des exploitants de salles de cinéma aux fonds cinématographiques dans certains États membres.

De plus, l'UNIC souligne dans son travail avec les représentants gouvernementaux que la piraterie demeure la plus grande menace pour le bien-être de l'industrie. L'utilisation illégale et sans licence de films prive les exploitants, distributeurs, producteurs et créateurs – en fait les milliers de personnes impliquées dans la production et l'exploitation des films – de revenus importants. Nous continuons donc à demander plus de transparence de la part des intermédiaires en ligne qui profitent de la richesse des œuvres européennes et internationales disponibles en ligne.

L'UNIC a aussi intensifié ses contacts avec l'Unité Europe Créative MEDIA qui est en charge de la stratégie européenne du film et qui évalue en ce moment son programme de financement pour le secteur. Le but principal de l'UNIC est de s'assurer que le soutien financier aux cinémas – à travers Europa Cinemas – est au moins maintenu, sinon accru.

• JOURNÉES DE SENSIBILISATION AUPRÈS DES INSTITUTIONS EUROPÉENNES

Les membres du Parlement et de la Commission européenne apprécient les échanges d'idées avec des représentants de l'industrie du cinéma européen dans le cadre de l'élaboration de politiques pertinentes dans le secteur de l'exploitation en salle. L'UNIC organise donc des journées de sensibilisation destinées aux associations membres de l'UNIC et aux PDG des principaux groupes d'exploitants européens. Nous avons organisé cinq journées de ce type au cours de l'année écoulée, et entendons augmenter ce nombre en 2018 et au cours des années suivantes.

• SERVICES DE L'UNIC

L'UNIC met à la disposition de ses membres toute une gamme de recherches, d'analyses politiques et de collectes de données effectuées sur mesure. Nous restons la première organisation européenne à publier chaque année des estimations concernant les performances des cinémas à travers nos 36 territoires et nous sommes fiers de la précision de nos résultats. Nos partenaires IHS Markit, comScore et Vista Group International partagent avec nous leur expertise quant aux évolutions clés de l'industrie, afin que nous puissions défendre la valeur du cinéma européen de façon convaincante.

Plan d'action politique de l'UNIC

L'UNIC travaille avec toutes les institutions européennes et ses partenaires de l'industrie du cinéma pour s'assurer que les développements politiques récents au sein de l'UE continuent d'offrir un environnement favorable au film et au cinéma.

Plus d'informations sur www.unic-cinemas.org/position-papers/policy

Positions de l'UNIC

Réponse de l'UNIC à la consultation publique sur le programme Europe Créative MEDIA

Déclaration de l'UNIC et CICAIE sur l'avenir florissant du grand écran

Position de l'UNIC relative à la révision de la Directive Services de Médias Audiovisuels

Réponse de l'UNIC à la consultation de la Commission européenne sur le rôle des plateformes en ligne et des intermédiaires

Réponse de l'UNIC à la consultation de la Commission européenne sur le respect des droits de propriété intellectuelle

Réponse de l'UNIC à la consultation de la Commission européenne sur la Directive Câble et Satellite

Lettre de la coalition audiovisuelle sur la proposition de règlement de la Commission Européenne concernant l'application du principe du pays d'origine sur les droits relatifs à l'octroi de licences pour certains fournisseurs en ligne

Lettre de la coalition audiovisuelle sur la proposition de règlement relative au géo-blocking

Lettre de la coalition audiovisuelle sur la proposition de règlement de la Commission visant à assurer la portabilité transfrontière des services de contenu en ligne

Initiatives de l'UE

EUROPE CRÉATIVE MEDIA

Évaluation de mi-parcours du programme européen de soutien au secteur du film

SERVICES DE MÉDIAS AUDIOVISUELS

Réforme de la Directive Services de Médias Audiovisuels, qui régule la télévision et les services à la demande

RÉCOMPENSER L'INVESTISSEMENT DANS LE CINÉMA

La stratégie européenne 'Follow the Money', avec en parallèle une évaluation des règles relatives au respect du droit d'auteur

MARCHÉ UNIQUE NUMÉRIQUE

Tentatives de l'Union européenne pour accroître l'accès transfrontière des consommateurs aux films en ligne via une multitude de réformes relatives à la portabilité des services de contenu en ligne, l'extension du principe de pays d'origine et les droits relatifs à l'octroi de licences pour les fournisseurs de services de médias auxiliaires en ligne et l'interdiction du géo-blocking

PARTENARIAT TRANSATLANTIQUE DE COMMERCE ET D'INVESTISSEMENT

Discussions en cours sur un traité de libre-échange entre l'Europe et les États-Unis, qui exclut le film et la télévision

Actions de l'UNIC

Conférence *Innovation et le grand écran* au Parlement européen

Forum Européen du Film durant CineEurope 2017

Recherche de l'UNIC sur les moteurs et les barrières à la fréquentation des jeunes au cinéma

Journées de sensibilisation auprès de décideurs politiques européens avec des membres de l'UNIC

Projections en avant-première pour des officiels européens

Rendez-vous avec des officiels européens pour présenter les positions de l'UNIC

Panel à CineEurope 2017 sur le piratage

Organisation de panels d'experts du secteur de l'exploitation lors de festivals

Participation au sein de groupes d'experts de l'UE autour des politiques audiovisuelles

Membre de Creativity Works!

Membre de la coalition audiovisuelle

Campagnes de lobbying contre l'augmentation de la TVA sur les billets de cinéma en Autriche, Espagne, Suède et les Balkans

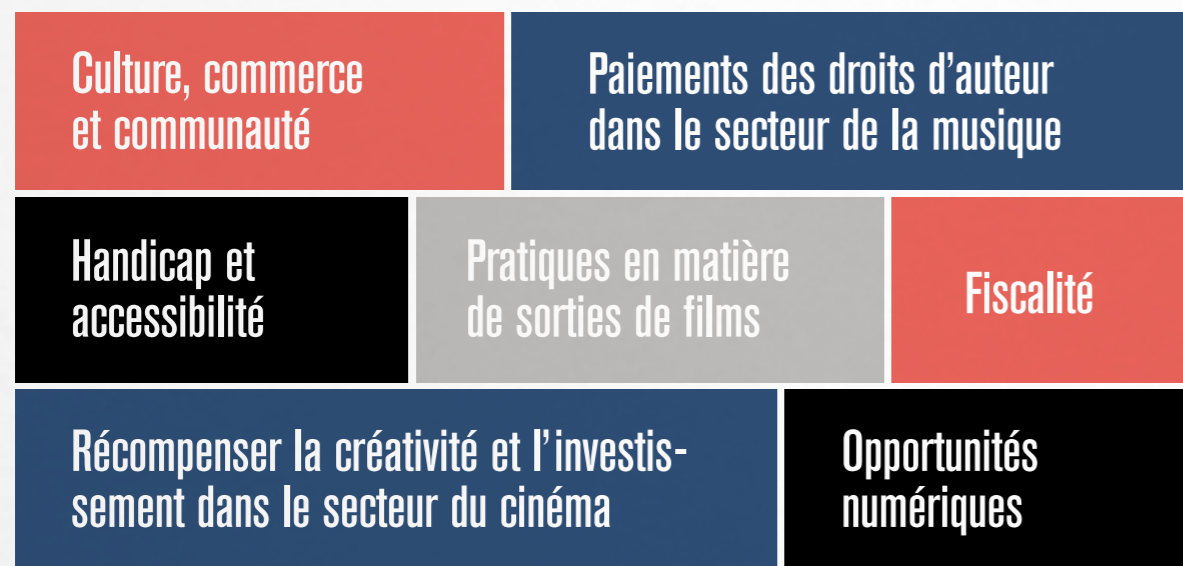
L'un des autres objectifs clés de l'UNIC consiste à renforcer les liens de notre association avec les responsables politiques et les représentants de l'industrie dans tous les États membres de l'UE. Etablir des relations plus solides avec les associations nationales, les exploitants et les réseaux informels de cinémas en Europe centrale et de l'est est une priorité phare, reconnaissant le manque de représentants de l'UNIC dans certains territoires et l'influence de cette région dans les décisions politiques de l'Union. Cet objectif va de pair avec la nécessité de collaborer encore plus étroitement avec toutes les organisations dans le secteur du cinéma et du film basées à Bruxelles.

Pour finir, l'UNIC dialogue parfois avec les gouvernements et les régulateurs nationaux afin de s'assurer que les cinémas soient placés au centre des stratégies de croissance nationale pour les films. Par exemple, l'UNIC a collaboré avec plusieurs de ses membres pour convaincre des autorités nationales qu'une hausse de la TVA ou d'autres taxes spécifiques au secteur du divertissement ne feraient que créer une augmentation des revenus gouvernementaux sur le court terme, tandis qu'elle aurait sur le long terme un impact néfaste sur l'industrie mais aussi sur le budget de l'État.

Compte tenu de ces multiples éléments, l'ensemble des futurs efforts de l'UNIC aura pour objectif de veiller à ce que l'UE continue de permettre aux exploitants de salles de cinéma d'offrir au public des expériences cinématographiques inégalées et diversifiées, tout en faisant la promotion d'un écosystème cinématographique équitable, compétitif et culturellement diversifié.

PRINCIPALES POSITIONS POLITIQUES DE L'UNIC

Veuillez consulter notre site web pour en savoir plus sur les positions politiques de l'UNIC relatives aux points suivants



Membres et partenaires

ASSOCIATIONS MEMBRES

ALLEMAGNE

HDF KINO e.V.

AUTRICHE

Fachverband der Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe

BELGIQUE

Fédération des Cinémas de Belgique

DANEMARK

Danske Biografer

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

POLOGNE

Polish Exhibitors' Association

ROYAUME-UNI

UK Cinema Association

RUSSIE

Kino Alliance

SUÈDE

Sveriges Biografägarförbund

SUISSE

SKV – ACS Association Cinématographique Suisse

TURQUIE

Turkish Cinema Operators' Association*

MEMBRES EXPLOITANTS

LES CINÉMAS GAUMONT PATHÉ

Belgique, France, Pays-Bas, Suisse

CINEMAX

Slovaquie

CINEPLEX

Allemagne

CINEPLEXX

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

CINEWORLD AND CINEMA CITY INTERNATIONAL

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

KARO FILM

Russie

KINEPOLIS GROUP

Belgique, Espagne, France, Luxembourg, Pays-Bas, Pologne, Suisse

KINOPOLIS

Allemagne

KINO ARENA

Bulgarie

MARS ENTERTAINMENT (CJ CGV GROUP)

Turquie

MOVIES@CINEMAS

Irlande

NORDISK FILM BIOGRAFER

Danemark, Norvège

ODEON & UCI CINEMAS (AMC GROUP)

Allemagne, Autriche, Espagne, Estonie, Finlande, Irlande, Italie, Lettonie, Lituanie, Norvège, Portugal, Royaume-Uni, Suède

OMNIPLEX CINEMAS

Irlande, Irlande du Nord

SVENSKA BIO

Danemark, Finlande et Suède

UGC

Belgique, France

VUE INTERNATIONAL

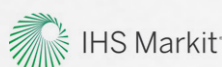
Danemark, Allemagne, Irlande, Italie, Lettonie, Lituanie, Pologne, Royaume-Uni, Taïwan

YELMO CINES (CINEPOLIS GROUP)

Espagne

PROGRAMME DES PARTENAIRES DE L'EXPLOITATION EN SALLE EUROPÉENNE

L'UNIC est fière de son partenariat avec les fournisseurs principaux du secteur du cinéma européen



SI VOUS SOUHAITEZ REJOINDRE L'UNIC, VEUILLEZ CONTACTER
COMMUNICATIONS@UNIC-CINEMAS.ORG
TEL: +32 2 880 99 39

UNIC

Union Internationale des Cinémas
 International Union of Cinemas

**CONSEIL
 D'ADMINISTRATION
 2015-2017***

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)

CONTACT

UNIC

Union Internationale des Cinémas /
 International Union of Cinemas
 Av. Des Arts 10-11
 1210 Bruxelles / Belgique

* Un nouveau Conseil d'administration sera élu durant l'Assemblée Générale de l'UNIC en juin 2017. Veuillez consulter notre site web pour une liste à jour après cette date.

WWW.UNIC-CINEMAS.ORG

 /UNIC.CINEMAS