



MEDIA DESK
SUISSE

MEDIA en Suisse 2006-2012

Sommaire

Editorial Le lien parfait entre culture et industrie	5
Le Programme MEDIA 755 millions d'euros sur 7 ans	6
Production 114 projets soutenus en Suisse	8
Interview de Christian Davi, Hugofilm Productions	9
Promotion 150 événements par année	10
Interview de Gudula Meinzolt, Visions du Réel	11
Le réseau MEDIA A l'échelle mondiale	12
Distribution Le tiers du budget annuel	14
Interview de Felix Hächler, Filmcoopi Zürich	15
Exploitation Une salle sur 10 en Suisse	16
Interview d'Edna Epelbaum, Cinepel et Cinevital	16
Vidéo à la demande et distribution numérique En tout temps et en tout lieu	17
Interview d'Alessandra Moresco, UniversCiné Switzerland	17
Formation 2'000 professionnels par an	18
Interview de Denis Rabaglia et de Pierre Agthe, FOCAL	19
Interview d'Elodie Brunner, Box Productions	20
Projets pilotes Les nouveaux outils au service de l'industrie	21
Europe créative La logique culturelle	22



MEDIA en Suisse.
Un regard sur sept ans.

Impressum

4 Publication: MEDIA Desk Suisse, août 2013
Direction de rédaction: Corinna Marschall
Suivi rédactionnel: Karin Bitterli, Nathalie Gachet


Conception et graphisme: Köhler, Werbung & Design
Correction: Stéphane Gachet
Traduction: Marie de Lavergne, Nathalie Gachet
Impression: Schneider Druck

Page de titre: «Amours ennemies» de Werner Swiss Schweizer, 2013
Page 3: «Dawn» de Romed Wyder, 2013
Page 7: «Opération Casablanca» de Laurent Nègre, 2011
Page 23: «Lovely Louise» de Bettina Oberli, 2013

MEDIA Desk Suisse
Neugasse 6
8005 Zurich
Tél. +41 43 960 39 29
info@mediadesk.ch
www.mediadesk.ch

MEDIA Desk Suisse est soutenu par l'Office fédéral de la culture OFC
et le Programme MEDIA de l'Union européenne.



 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'intérieur DFI
Office fédéral de la culture OFC



Le lien parfait entre culture et industrie



Corinna Marschall
Responsable de MEDIA Desk Suisse

Le Programme MEDIA actuel se terminera fin 2013. La Suisse doit décider si elle prendra part au programme Europe créative qui lui succède et, le cas échéant, négocier un nouveau contrat. Dans cette perspective, MEDIA Desk Suisse a réalisé un bilan de la participation à MEDIA depuis 2006 et a demandé aux représentants du secteur d'exprimer leur point de vue.

L'adhésion au Programme MEDIA présente des avantages à plusieurs égards: par le soutien direct à des entreprises et institutions suisses, par l'appartenance à un réseau international et par les investissements de distributeurs étrangers dans des œuvres suisses.

A ce jour, 111 structures établies en Suisse ont profité, souvent à plusieurs reprises, d'une aide financière de MEDIA. Plus de 250 professionnels ont participé à des formations soutenues par MEDIA. De nombreux projets et partenariats ont abouti avec succès au fil des années. MEDIA aide les films à potentiel international à franchir les frontières. La moitié des films européens sortis en salle sont développés ou distribués avec le soutien de MEDIA. Cela montre la très grande portée du Programme.

En considérant les subventions directes attribuées aux entreprises du pays, les avantages procurés aux professionnels et aux projets bénéficiant de MEDIA à l'international, ce sont près de 4 millions d'euros qui reviennent chaque année à la branche audiovisuelle suisse. Ces aides ont constitué au cours des dernières années un complément essentiel pour la vitalité du cinéma suisse. Ces 4 millions ne représentent toutefois que la partie chiffrée des bénéficiaires du Programme. La part intangible, telle que l'accès au réseau MEDIA, est tout aussi importante pour l'évolution du secteur et a démontré une influence significative sur la carrière de nombreux professionnels.

Les secteurs de la culture et de la création sont des vecteurs de croissance et d'innovation. Le futur programme Europe créative le souligne et prévoit d'investir davantage dans ces activités. La poursuite de ce travail au cours des sept prochaines années dans le cadre du nouveau programme est essentielle pour permettre au secteur du film, en Suisse, de se positionner à long terme sur le plan international.

Le Programme MEDIA

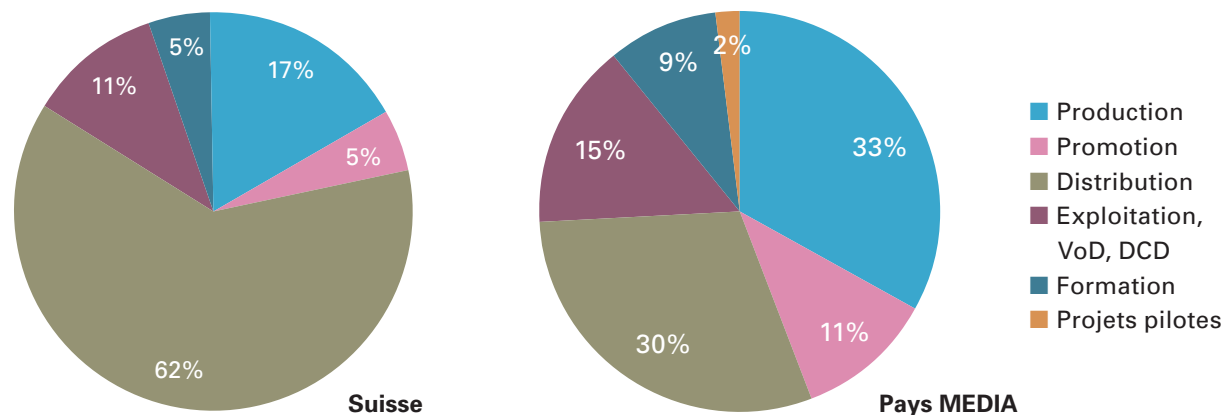
6 Le Programme MEDIA soutient le secteur audiovisuel européen. Au cours des sept dernières années, le montant des aides distribuées s'élève à quelque 755 millions d'euros. Le Programme a pour objectifs de favoriser l'essor d'une industrie audiovisuelle compétitive, de renforcer la diffusion des films européens au-delà des frontières et de soutenir la variété culturelle. Pour atteindre ces buts, les œuvres audiovisuelles sont accompagnées de leur développement à leur commercialisation.

La Suisse fait partie du Programme MEDIA depuis 2006. Chaque année, presque 4 millions d'euros reviennent ainsi à l'industrie locale du film. Les professionnels suisses profitent également des activités de mise en réseau et des formations continues soutenues par MEDIA.

MEDIA n'existe pas seulement à Bruxelles. Le Programme est représenté dans les 32 pays membres par plus de 40 MEDIA Desks et Antennes en prise directe avec le secteur. Ce réseau relie l'ensemble de la branche audiovisuelle européenne et constitue une source précieuse de contacts informels.

En Suisse, MEDIA est représenté par MEDIA Desk Suisse, à Zurich. Le bureau informe sur le Programme, aide à la préparation des demandes, organise des rencontres à l'intention de la branche et renseigne les professionnels lors des festivals et des marchés dans le pays et à l'étranger.

Répartition des soutiens MEDIA par domaine de 2006 à 2012



En Suisse, où le cinéma européen réalise une entrée sur trois en salle, la distribution bénéficie de manière optimale du Programme. Le pays est cinquième dans le classement européen des bénéficiaires des aides à la distribution. En assurant la diversité de la programmation sur les écrans, les distributeurs suisses relayent l'un des objectifs prioritaires de MEDIA.

Le contexte est différent dans le domaine de la production. La concurrence y est très développée et les structures suisses, de taille limitée, produisent des films à des budgets inférieurs à ceux de leurs homologues européens. Dans les autres activités, la Suisse obtient de très bons résultats, compte tenu de sa taille.



Production

8 Le Programme MEDIA soutient les producteurs pour le développement de films et d'œuvres interactives. Ces aides leur permettent d'approfondir la construction de leurs projets et de les préparer pour le marché européen. Le Programme soutient également la production d'œuvres télévisuelles multinationales et couvre une partie des coûts liés à des financements privés. En revanche, le soutien à la réalisation d'œuvres cinématographiques demeure du domaine des financements nationaux.

Depuis 2011, les instituts financiers sont encouragés à travers le Fonds de garantie pour la production à accorder des crédits aux professionnels du cinéma, même en période économique difficile.

En Suisse, 36 sociétés de production, de trois zones linguistiques, ont obtenu le soutien de MEDIA depuis 2006.

114

projets suisses ont été développés avec l'aide de MEDIA entre 2006 et 2012.

44%

d'entre eux sont sortis en salle ou à la télévision à ce jour. Ce pourcentage élevé démontre la qualité du développement des projets.



2006



2008



2010



2012



Une sélection de films suisses soutenus par MEDIA

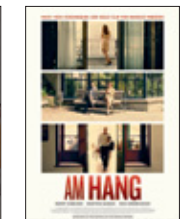
2009



2011



2013



Christian Davi est producteur et copropriétaire de Hugofilm Productions. Depuis 2006, la structure a reçu à trois reprises un soutien MEDIA aux catalogues de projets et une aide i2i Audiovisuel. Douze projets ont ainsi bénéficié du Programme dans leur phase de développement. Jusqu'à présent, six d'entre eux ont été portés à l'écran.

Quelle est la signification des aides de MEDIA pour l'entreprise Hugofilm?

En premier lieu, il faut comprendre que les demandes d'aides aux catalogues de projets de MEDIA mobilisent beaucoup de ressources, surtout la première fois. Pour Hugofilm, l'élaboration du dossier a initié à chaque fois des discussions tant sur nos projets que sur la structure et l'orientation de notre entreprise. Avec un peu de recul, ce processus nous a permis de renforcer notre niveau de professionnalisme. Cela aurait également été bénéfique si les demandes n'avaient pas abouti.

MEDIA a apporté à l'entreprise une certaine sécurité pendant la phase de développement de projets. Ainsi, nous avons pu éviter d'assimiler le risque entrepreneurial au succès du financement de la production, alors que cette manière de faire semble malheureusement fréquente et conduit inévitablement à des conflits entre la production et les créatifs.

De quelle manière les aides ont-elles influencé les projets?

Sur les 12 projets concernés, la participation de MEDIA au financement représente entre 38 et 49% des frais de

développement. L'avantage, c'est qu'il est possible de couvrir des besoins spécifiques, qui auraient fait exploser le budget en cas de financement 100% suisse, ou qui ne sont pas prévus dans les aides nationales.

Les fonds reçus nous ont permis de donner plus d'ampleur à nos projets et de travailler, dès la phase de développement, avec des experts – et également de rémunérer correctement les personnes impliquées. Grâce au budget plus conséquent, nous pouvons aussi anticiper des tests, au lieu de les faire pendant la phase intensive qui précède le tournage, et parfois même nous autoriser à abandonner un projet. Cela a finalement conduit au succès de nos demandes de financement au niveau national et à l'étranger.

Avez-vous retiré d'autres bénéfices de MEDIA?

Parallèlement aux aides de développement, nous avons aussi profité du soutien i2i, des rencontres de coproduction et des formations. Avec le financement i2i, par exemple, nous avons pu couvrir une partie de l'assurance du film «Le Petit Paradis». Nous participons régulièrement à des rencontres de coproduction et nous avons eu de bonnes expériences dans divers projets de formation MEDIA tels que le *Torino FilmLab*, *Eurodoc*, *Ekran*, le *Talent Campus* de la Berlinale ou aussi récemment le premier *i_doc* à Nyon. L'offre est très riche et nous permet de définir une voie optimale pour chaque projet. Ces manifestations sont souvent d'une grande valeur, à la fois par leur contenu et pour le réseau de l'entreprise. Les contacts internationaux sont importants, en particulier pour la Suisse, isolée et divisée au niveau linguistique.

Ils renforcent nos compétences et ouvrent sur des échanges de qualité entre professionnels, qui partagent leur vision et leurs centres d'intérêt.

MEDIA a-t-il renforcé le potentiel des projets sur le marché international?

Avec MEDIA, nous finançons surtout des projets d'envergure internationale et qui doivent s'imposer dans cet environnement très concurrentiel. Nos expériences en ce qui concerne le financement et le positionnement des projets ont été positives. Le fait qu'un projet obtienne l'aide de MEDIA a conforté la confiance de partenaires potentiels.

Comment voyez-vous l'avenir du Programme MEDIA en Suisse?

Nous souhaitons vivement que la Suisse reste partie prenante du Programme MEDIA. Le développement de films est une activité incertaine et financièrement risquée. Nous ne travaillons que sur des prototypes. Il est important de pouvoir s'appuyer sur un instrument souple et bien structuré comme MEDIA pour mener ce genre d'entreprise.

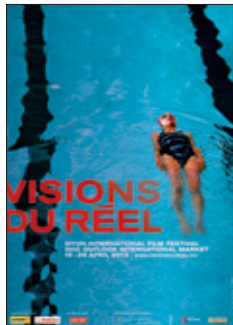
Promotion

10 MEDIA investit chaque année plus de 13 millions d'euros dans la promotion des films européens et la mise en réseau des professionnels. Son soutien s'adresse à des festivals, des marchés, des rencontres de coproduction et des actions de promotion.

Les festivals sont un lieu important de rencontre entre le public et les créatifs. Ils laissent à chacun la possibilité de faire des découvertes parmi la grande diversité du cinéma européen. MEDIA encourage les initiatives

qui donnent aux films une plus grande chance d'être exploités commercialement et qui leur apportent une meilleure visibilité au-delà du festival. Il s'agit aussi d'attirer des nouveaux publics. Les festivals en Suisse qui ont été soutenus à ce jour sont Visions du Réel, Tous Ecrans, le Festival international du court métrage de Winterthour et Fantoche.

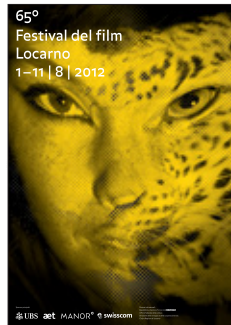
Lors des rencontres de coproduction et des marchés du film, le secteur noue des contacts internationaux et échange des idées. Les collaborations par-delà les frontières et la vente de films y sont facilitées. Grâce au stand collectif de MEDIA, des petites entreprises peuvent également avoir accès aux grands marchés internationaux à des conditions avantageuses. En Suisse, le Doc Outlook – International Market à Nyon et les Locarno Industry Days reçoivent une aide.



Le Doc Outlook – International Market est soutenu par MEDIA depuis 2006.



Le festival de film d'animation Fantoche est soutenu depuis 2009.



En 2013, les Industry Days Locarno ont obtenu une aide pour la 2e année consécutive.

Plus de **150** festivals, marchés de films et rencontres de coproduction sont soutenus chaque année par MEDIA.

Gudula Meinzolt

Doc Outlook – International Market, Visions du Réel, Nyon

Gudula Meinzolt dirige depuis deux ans le Doc Outlook – International Market, au festival Visions du Réel. Depuis 2006, le marché est soutenu par MEDIA et a pu ainsi développer ses activités à un niveau international. En 2005 et 2006, le festival a aussi reçu l'aide de MEDIA.

Quel est le profil du festival?

Visions du Réel et le Doc Outlook – International Market sont connus pour la diversité de leurs films documentaires innovants en matière de narration et d'esthétique. Ce profil est très apprécié par de nombreux représentants du secteur. Ils reviennent chaque année à Nyon, car ils y trouvent une plateforme idéale pour leur activité.

Quelles initiatives ont été réalisées avec l'aide de MEDIA?

Doc Outlook – International Market bénéficie depuis de nombreuses années de l'aide de MEDIA. A deux reprises, le marché a obtenu un soutien pluriannuel dans le cadre de contrats de partenariat. Nous sommes sensibles à cette marque de confiance pour notre travail. Nos initiatives couvrent chaque phase de la production: le développement et la coproduction avec *Pitching du réel*, l'étape du montage avec *Rough Cut Lab*, la postproduction avec *Docs in Progress* et enfin la promotion et la distribution avec le *Media Library*. Les thèmes d'actualité liés à l'élaboration des films sont discutés dans le cadre du *Doc Think Tank*. Une série d'autres activités favorise l'interconnexion des professionnels et leur formation. La plupart de ces actions

n'ont pu être imaginées et mises en œuvre que grâce au soutien de MEDIA.

Le soutien de Media a-t-il donné plus d'ampleur internationale au marché, avec la possibilité d'inviter des décideurs, par exemple?

Sans MEDIA, nous ne pourrions compter que sur une participation limitée des experts d'envergure internationale. Un marché du film documentaire vit d'échanges et de collaborations au-delà des frontières. Le cœur de nos activités est donc le forum de coproduction *Pitching du réel*, où la présence de décideurs internationaux permet l'accès au financement et la commercialisation des œuvres dans leur pays respectif. Nous invitons de manière ciblée des partenaires potentiels de différents secteurs tels que la télévision, la production, le financement et la distribution.

Le soutien de MEDIA a-t-il augmenté la renommée du marché et du festival?

Très certainement. MEDIA tient à ce que les initiatives soutenues se fassent connaître dans la branche audiovisuelle et au-delà. Le Programme encourage la mise en réseau de tous les opérateurs. L'aide agit comme un label de qualité. Une sorte de communauté s'est formée au fil des années, favorisant des contacts intenses et des échanges d'idées.

Incite-t-il à collaborer avec d'autres structures ou institutions?

Nous sommes très heureux cette année de la collaboration avec l'école supérieure SUPSI Lugano portant

sur la nouvelle formation *i_doc: Workshop for Expanded Documentaries*, soutenue par MEDIA. La coopération allie de manière idéale la formation continue, le développement d'idées nouvelles, l'intégration dans le marché international et le contact avec les décideurs et les partenaires.

Vous êtes partenaires de Doc Alliance, une plateforme en ligne soutenue par MEDIA. Pour quelle raison?

Les festivals ont une fonction importante et une responsabilité dans la commercialisation, la vente et la distribution des documentaires sélectionnés et leur donnent ainsi l'accès à une plus grande audience. Nous contribuons à la diffusion de documentaires auprès du public grâce à différentes initiatives comme *Docs in Progress*, de nombreux débats et notre collaboration avec le réseau européen des distributeurs Europa Distribution. La participation à Doc Alliance (www.dafilms.com) joue un grand rôle depuis des années. Les sept festivals membres font la promotion du portail et le site présente une sélection du meilleur de chaque festival.

Plus sur visionsdureel.ch

Le réseau MEDIA

12

Le Programme MEDIA ■

Le Programme MEDIA comprend 32 pays membres: Allemagne, Autriche, Belgique, Bulgarie, Chypre, Croatie, Danemark, Espagne, Estonie, Finlande, France, Grèce, Hongrie, Irlande, Islande, Italie, Liechtenstein, Lettonie, Lituanie, Luxembourg, Malte, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République tchèque, Roumanie, Royaume-Uni, Slovaquie, Slovénie, Suède, Suisse.

MEDIA Mundus ■

Avec l'appui de MEDIA Mundus, l'industrie européenne établit des liens à travers le monde. Le programme soutient des initiatives communes d'organismes européens et de pays tiers dans les domaines de la formation, l'accès au marché et la distribution. La carte indique les pays impliqués dans des projets soutenus par MEDIA Mundus en 2013.

European Film Promotion EFP ●

European Film Promotion regroupe 35 organisations nationales et assure la promotion du cinéma européen dans le monde entier.

Accès aux marchés de films internationaux

Avec le *Film Sales Support* et les *EFP Umbrella Offices*, les professionnels européens et leurs œuvres sont présents sur les principaux marchés internationaux. Les *Special Screenings* visent plus particulièrement le marché américain.

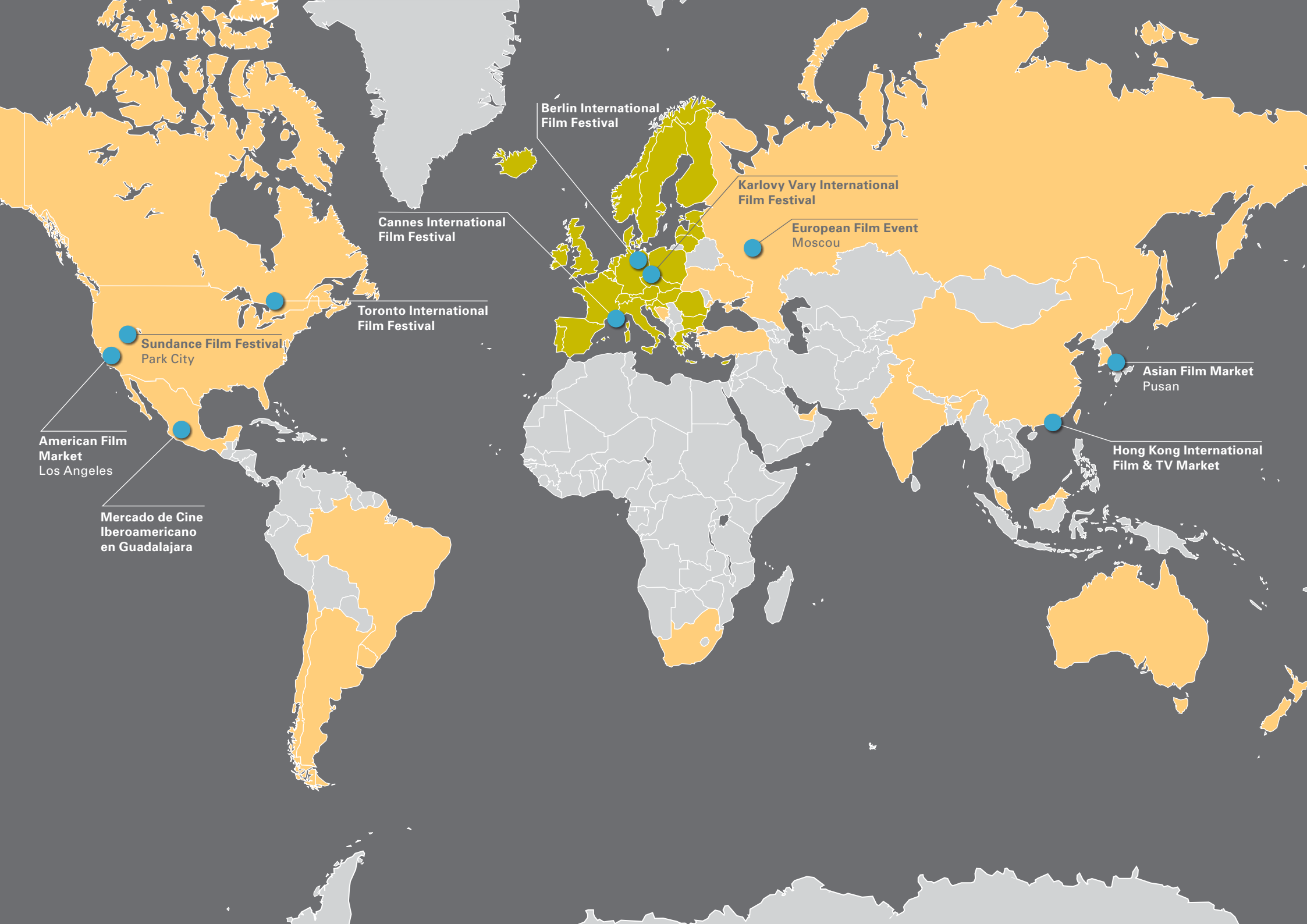
Networking

Les initiatives *Producers on the Move* à Cannes et *Producers Lab Toronto* permettent à une sélection de producteurs européens d'échanger sur leurs projets et de trouver des partenaires internationaux.

Promotion des talents

Dix jeunes talents européens sont sélectionnés chaque année pour *Shooting Stars*, présenté dans le cadre de la Berlinale. Les comédiens ont accès à des contacts directs avec des agents internationaux.

10 European Directors to Watch et *European Directors in Busan* permettent aux jeunes réalisateurs européens de rencontrer la presse, l'industrie et le public dans le cadre des festivals de Karlovy Vary et de Busan.



American Film Market
Los Angeles

Sundance Film Festival
Park City

Mercado de Cine Iberoamericano en Guadalajara

Toronto International Film Festival

Cannes International Film Festival

Berlin International Film Festival

Karlovy Vary International Film Festival

European Film Event
Moscou

Asian Film Market
Pusan

Hong Kong International Film & TV Market

Distribution

14 MEDIA soutient la diffusion des œuvres européennes hors de leur pays d'origine. Le Programme y consacre chaque année plus de 30 millions d'euros, près du tiers de son budget annuel. Les bénéficiaires sont des sociétés de distribution et des agents de vente internationale.

En Suisse, ces aides profitent avant tout au public. Les investissements des sociétés de distribution suisses permettent d'assurer une importante diversité de l'offre dans toutes les régions linguistiques.

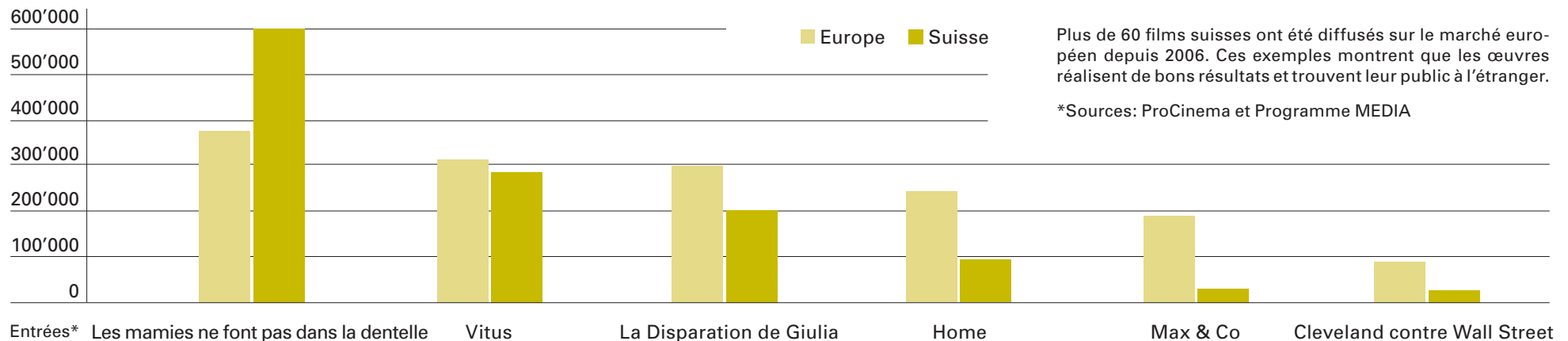
Les films suisses ont aussi de plus grandes chances de trouver un distributeur à l'étranger grâce à ces aides. Entre 2006 et 2012, les distributeurs de 23 pays ont investi dans 32 films suisses avec le soutien de MEDIA. Parmi ceux-ci, «L'Enfant d'en haut» d'Ursula Meier a été distribué dans 15 pays.

33% des tickets d'entrée en Suisse en 2012 ont été vendus pour un film européen.



Entrées en salle Suisse et Europe

Exemples de films européens montrés en Suisse avec le soutien de MEDIA



Felix Hächler

Filmcoopi, Zurich

Felix Hächler est co-proprétaire de Filmcoopi Zürich. Depuis 2006, cette entreprise de distribution de films créée en 1972 a obtenu plus de 50 fois une aide MEDIA à l'investissement dans des films européens non nationaux.

Que représente MEDIA dans le paysage audiovisuel suisse?

Déjà au temps de l'EFDO*, Filmcoopi faisait partie des grands défenseurs d'un soutien à la distribution européenne, seul moyen de garantir la diversité dans nos cinémas. Les aides MEDIA pour la distribution ont un effet positif sur le marché: les films européens arrivent en plus grand nombre et en force dans les salles suisses et tiennent tête aux produits standards américains.

Vos choix de films sont-ils influencés par les soutiens MEDIA?

L'aide nous permet de renforcer la promotion de films européens forts et de proposer en salle des œuvres plus risquées, à plus grande valeur artistique. Elle nous permet de lisser en partie le risque commercial.

La numérisation est un thème très actuel. En quoi cela change-t-il le travail du distributeur?

Le poids du marketing augmente depuis plusieurs années et cette tendance s'est encore accentuée avec la numérisation. Le danger d'être oublié par le marché a

augmenté de manière marquante, car chaque distributeur peut, grâce à la numérisation, livrer des DCP (copies numériques) dès que le succès se manifeste. Si l'on n'est pas assez actif et qu'un film est de ce fait mal lancé, il sera aussitôt écarté. Par conséquent, la part économisée par le passage au numérique est entièrement affectée au marketing. C'est exactement pour cela que le soutien par le Programme MEDIA aux productions européennes non nationales est fondamental.

Vous avez collaboré aussi à des Projets pilotes de MEDIA comme Waveback. Pouvez-vous en dire plus?

Waveback permet de sauvegarder du contenu tel que des bandes annonces ou des images dans une banque de données centrale et de les diffuser en quelques clics sur des sites en ligne et des réseaux sociaux. La plateforme sert à gagner du temps. Nous trouvons l'idée intéressante et cela a donné lieu à un échange intense entre les distributeurs impliqués dans le projet.

Avez-vous mené d'autres coopérations de ce type?

Plusieurs coopérations ont eu lieu par l'intermédiaire de MEDIA, en particulier dans le réseau Europa Distribution. Elles concernent la production de bandes annonces et de films DCP, ou le marketing. La *European Digital Cinema Library* par exemple est un projet d'Europa Distribution soutenu par MEDIA. La soixantaine de

distributeurs affiliés reçoivent une aide pour la fabrication de copies DCP et du conseil pour le lancement numérique de films. Par ailleurs, une bibliothèque en ligne de copies DCP sera constituée.

Nous sommes aussi partie prenante de MEDIA Mundus, la branche internationale de MEDIA, par exemple avec le film canadien «Café de Flore». Là aussi, Europa Distribution est organisateur et nous sommes, en tant que membre, partenaire du projet.

Prenez-vous également part à des formations soutenues par MEDIA?

La formation continue est souvent réalisée par des organismes tels que FOCAL ou Europa Distribution, qui bénéficient du soutien de MEDIA. Nous avons participé à des séminaires de formation sur le marketing en ligne, par exemple.

Quelles seraient les conséquences pour le cinéma européen si ces subventions n'existaient pas?

L'abandon de ce programme signifierait l'effondrement total des structures de distribution européennes et la perte de toute diversité.

* EFDO: organisation européenne fondée en 1988 pour le soutien à la distribution des films. Le Programme MEDIA lui a succédé.

Exploitation

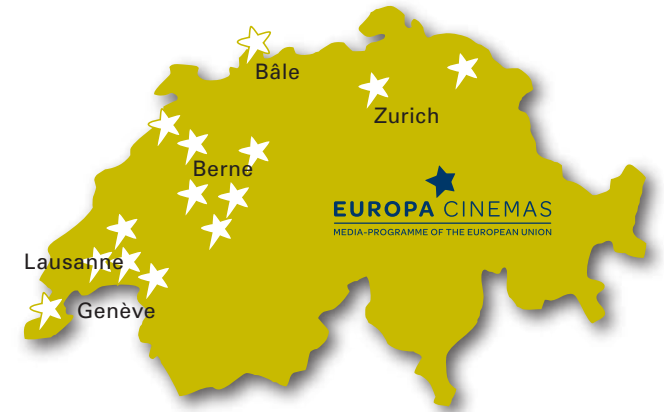
16

A travers le Programme MEDIA, les exploitants bénéficient de soutiens pour la programmation d'œuvres européennes non nationales et pour la numérisation de leurs salles.

Les subventions pour la programmation sont versées par le réseau international Europa Cinemas qui regroupe

1'170 cinémas de 68 pays. L'organisation, en réunissant les salles sous un même label, a su créer une identité forte du cinéma européen auprès du public.

La Suisse est bien représentée au sein du réseau avec vingt-neuf salles membres, établies dans seize localités, soit 10% des cinémas du pays.



Edna Epelbaum Cinepel / Cinevital, Neuchâtel et Bienne

Edna Epelbaum est exploitante depuis 2006. Ses cinémas sont établis à Bienne, Neuchâtel et La Chaux-de-Fonds. Cinq de ses 19 salles sont membres du réseau Europa Cinemas.

Quelle place y a-t-il pour les œuvres européennes sur les écrans suisses?

La Suisse occupe certainement une position spéciale dans l'environnement européen. L'offre de films varie selon les différents espaces linguistiques nationaux. Les frontières entre les langues sont aussi des frontières culturelles. Le goût du public en Suisse romande est souvent différent de celui des spectateurs en Suisse alémanique ou en Suisse italienne. Pour le marketing, cette situation s'avère souvent problématique. Tout compte fait, le cinéma européen est très bien représenté sur les écrans suisses et il contribue au grand choix de films proposé au public.

Quelles sont les spécificités du marché suisse?

Comme je l'ai laissé entendre, la programmation cinématographique en Suisse est particulière en raison des différentes langues. Habituellement, les films sont sous-titrés en deux langues. Une nouvelle tendance consiste à importer de nos «grands» voisins des copies numériques DCP, qui ne sont accessibles qu'à une partie de la population. De plus en plus de films ne sont disponibles qu'en version originale, ou avec un seul sous-titrage, soit en allemand, soit en français. Les distributeurs font sans doute des économies à court terme mais risquent une perte d'audience à long terme. Le marché suisse est spécial et sa diversité doit faire l'objet d'une attention particulière.

Concrètement, à quoi servent les subventions versées par Europa Cinemas?

Entretenir la diversité a un coût. Les subventions ga-

rantissent la richesse de l'offre en matière de films européens. Par ailleurs, le numérique a modifié la politique de programmation en Suisse. Les films sortent de plus en plus souvent en même temps dans un grand nombre de salles, mais uniquement à certains horaires. Cette politique est néfaste à longue échéance. Les œuvres moins grand public ne disposent plus de la même diffusion, car les exploitants sont contraints de présenter le plus de films possible. Il est pourtant essentiel de laisser aux films d'art et d'essai la possibilité de rester plus d'une semaine au programme. Par ses subventions, MEDIA tient un rôle important de partenaire, qui motive à garder les films plus longtemps sur les écrans.

Vidéo à la demande et distribution numérique

MEDIA soutient la distribution de films européens en ligne depuis 2007. Les bénéficiaires sont les plateformes de Vidéo à la demande (VoD, Video on Demand) et les services de Digital Cinema Distribution (DCD) qui proposent des catalogues de films numérisés pour les cinémas.

Le marché de la VoD ne cesse de se développer. Il répond aux attentes d'un public qui souhaite accéder aux contenus partout et en tout temps. Pour le marché européen fragmenté, le défi est important.

UniversCiné, soutenu depuis 2007 par MEDIA, a opté pour un travail en réseau. A l'origine une initiative de producteurs et de distributeurs indépendants français, le réseau regroupe aujourd'hui des plateformes de Vidéo à la demande issues de quatorze pays différents. La nouvelle plateforme suisse leKino.ch en fait partie.

17

Alessandra Moresco UniversCiné Switzerland, Genève

Alessandra Moresco est la directrice d'UniversCiné Switzerland qui a lancé leKino.ch en 2012.

Pouvez-vous nous décrire les activités de leKino.ch?

La plateforme leKino.ch est spécialisée dans les films indépendants européens et internationaux avec une mise en lumière du cinéma suisse. Sept cents films sont aujourd'hui en ligne et nous avons signé pour 2'000 titres. Nous faisons partie du réseau EuroVod, la fédération des plateformes européennes de VoD.

Quels sont les avantages d'un travail en réseau?

Nous développons surtout des synergies pour la création de nouvelles applications et pour être à la pointe de la technologie. A terme, l'objectif du réseau est de détenir un catalogue commun du meilleur des films indépendants et faire en sorte que les films européens circulent davantage et mieux partout en Europe.

Qu'offrez-vous au public et aux professionnels suisses en comparaison aux plateformes internationales?

Nous accompagnons les films avec un travail éditorial, bonus, making-ofs, interviews, etc. Sur leKino.ch, les spectateurs peuvent découvrir des œuvres inédites qui ne sont jamais sorties en salle ou DVD en Suisse. Nous mettons en avant les grands événements du cinéma en Suisse à travers des partenariats avec des festivals comme Visions du Réel, les Journées de Soleure et le Festival international du court métrage de Winterthur. Grâce au réseau EuroVoD, leKino.ch peut faire circuler les productions suisses dans toute l'Europe.

Quels sont vos prochains objectifs?

Notre objectif principal est de développer des applications leKino.ch sur des supports multiples. Grâce à la mutualisation avec EuroVoD, nous sortirons prochainement notre application tablette avec un service dit de

continuum, qui permettra à l'utilisateur de regarder ses films sur son téléphone, sa tablette et sa télévision. Un des objectifs à moyen terme est de sortir simultanément des films en salle, DVD et VoD sur leKino.ch. Cette pratique n'est pas encore très répandue en Suisse, mais les expériences de nos partenaires européens sont très prometteuses. Nous pouvons travailler ensemble avec le distributeur et l'éditeur sur une même campagne de promotion et atteindre des publics différents, donnant ainsi les plus grandes chances aux films indépendants.

Plus sur leKino.ch

Formation

18

Les investissements dans la formation initiale et continue permettent à l'industrie audiovisuelle européenne de gagner en compétitivité. Plus de 2'000 professionnels de toute l'Europe participent chaque année à la soixantaine de programmes soutenus par MEDIA. Les coûts de participation sont de ce fait sensiblement réduits pour un secteur composé principalement d'indépendants.

L'offre ne cesse de s'élargir et de s'adapter aux besoins de la branche. Plateformes privilégiées de contacts avec les experts, les financeurs et les autres professionnels, les formations permettent de constituer des réseaux, élément central et vital à l'industrie du film européen.

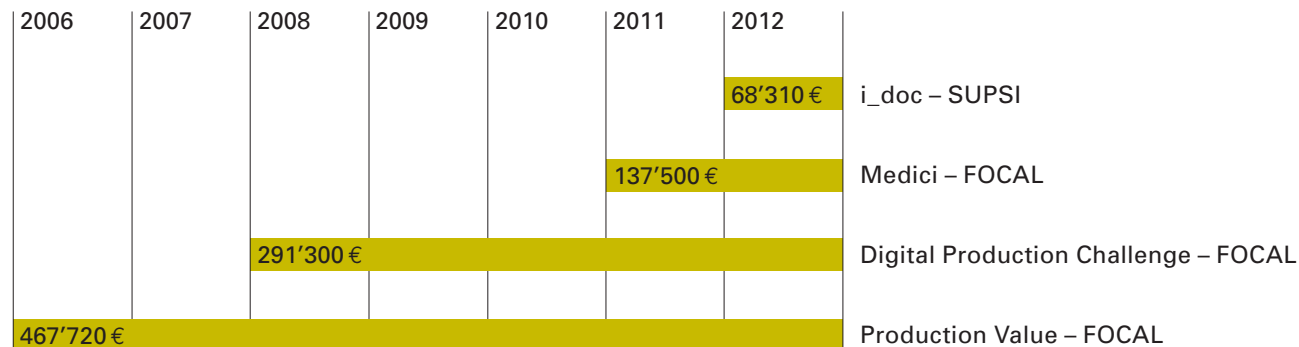
Au cours des années, MEDIA est devenu un label de qualité dans le domaine de la formation continue. Le passage par l'un de ces programmes augmente les chances des projets d'entrer en production.

Avec quatre initiatives soutenues, la Suisse est bien représentée dans ce domaine.

250

professionnels suisses ont participé à une formation continue soutenue par MEDIA au cours des sept dernières années.

Formations continues suisses soutenues de 2006 à 2012



L'institution FOCAL, dédiée à la formation continue des professionnels du cinéma et de l'audiovisuel, bénéficie d'une reconnaissance à travers toute l'Europe et collabore régulièrement avec divers partenaires européens. La qualité de ses formations se reflète dans la constance du soutien de MEDIA sur un nombre croissant de programmes. Depuis 2012, une formation de la SUPSI est également soutenue par MEDIA.

Denis Rabaglia et Pierre Agthe

FOCAL, Lausanne

Denis Rabaglia et Pierre Agthe sont à la tête de Production Value, une formation initiée par FOCAL en 2007 et soutenue par MEDIA depuis sa création. Production Value offre la possibilité à des assistants-réalisateurs et directeurs de production juniors de travailler sur des projets de films réels sous la supervision de professionnels à la réputation internationale.

Combien d'assistants-réalisateurs et directeurs de production ont-ils été formés depuis le lancement de Production Value?

79 assistants-réalisateurs et directeurs de production de 22 pays européens ont suivi le programme depuis 2007.

Qu'en retirent-ils?

Production Value est la seule formation en Europe de niveau masterclass pour ce segment de la branche. Pendant une semaine, les Juniors ont accès à des Seniors très expérimentés qui leur transmettent leurs compétences dans le cadre d'un exercice commun intensif. Ils en sortent souvent transformés, motivés par la découverte de nouvelles approches. Nous les

préparons à passer de productions nationales standard à la coproduction internationale avec toute la complexité que cela implique.

Que retirent les producteurs dont les projets de films sont traités dans le cadre de Production Value?

Une expertise neutre et exceptionnellement rigoureuse. Chaque projet est pris en charge par un team constitué de deux Juniors et deux Seniors assistant-réalisateurs et producteurs exécutifs, ainsi que d'un superviseur des effets visuels. Ensemble et de manière systématique, ils investiguent tous les paramètres relatifs à la stratégie proposée par le producteur. Notre processus révèle toujours des difficultés supplémentaires que le producteur et le réalisateur ne soupçonnaient pas. Souvent, les équipes proposent des alternatives, mais toujours en tenant compte des conditions de base.

Quels sont les projets suisses que vous avez traités au cours des dernières années?

Nous avons eu deux films qui ont été réalisés: «La Marie poupette» (Sennentuntschi) de Michael Stei-

ner et «Marie Stuart» de Thomas Imbach. Deux autres projets ont été traités: «Global Beach» de Fulvio Bernasconi et «Dog» de Jacob Berger, actuellement en développement.

Quels avantages tirez-vous de MEDIA?

Depuis sa création, FOCAL s'efforce de proposer des activités hors des frontières helvétiques, en particulier pour soutenir les efforts d'intégration de la branche cinématographique suisse dans l'industrie européenne et internationale. Le réseau dans lequel MEDIA permet aux participants et intervenants de s'inscrire, et le soutien financier du programme à hauteur de 50% du coût de production de la formation, sont des éléments forts qui ont favorisé la création de Production Value. Ce programme n'aurait probablement pas été mis sur le marché sans le soutien de MEDIA.

Plus sur productionvalue.net

Elodie Brunner

Box Productions, Renens

20

Elodie Brunner a participé à l'Atelier Ludwigsburg-Paris, un programme d'études pour jeunes producteurs d'une année entière, proposé par La Fémis et l'Académie du film du Bade-Wurtemberg.

Quels ont été les bénéfices les plus importants de la formation?

Il n'existe pas de formation à la production en Suisse et je ne m'étais formée jusqu'ici que par la pratique. Mon passage à l'Atelier m'a permis de prendre du recul. N'étant plus dans l'action du travail quotidien, j'ai pu prendre le temps d'étudier et de maîtriser des outils. La formation a aussi été l'occasion de rencontrer d'autres jeunes producteurs. C'était passionnant de pouvoir échanger avec des participants qui étaient au même stade de leur parcours professionnel que moi.

Quelles compétences avez-vous développées?

La formation m'a permis de maîtriser les différents systèmes de financement en Europe – principalement en France et en Allemagne – et d'apprendre l'allemand (je suis restée presque huit mois en Allemagne). Nous avons rencontré les représentants de plusieurs fonds nationaux et régionaux. Je pense que j'ai en main à présent des outils, des connaissances et un réseau qui me permettent d'aller vers les financeurs et les décideurs avec confiance.

L'Atelier vous a-t-il permis de progresser dans votre carrière?

Absolument. Au retour de ma formation, forte de mes nouveaux acquis, je suis revenue chez Box Productions en tant que productrice.

Avez-vous pu mettre en place des futures collaborations?

Le réseau est peut-être l'un des points essentiels de la formation. Je collabore avec plusieurs professionnels qui étaient avec moi à l'Atelier et je les retrouve au fil des projets, à différents postes et dans différents domaines: l'un d'eux s'occupe de la distribution de nos courts métrages, une autre travaille comme directrice des ventes chez Eclair, d'autres dans différentes structures de production à Paris, en République tchèque, en Belgique ou en Allemagne, avec lesquelles j'entretiens des relations privilégiées. Le fait de se côtoyer (nous logions tout au long de l'année dans des résidences pour étudiants) permet d'apprendre à se connaître et d'établir des relations de confiance très précieuses.

Plus sur atelier-ludwigsburg-paris.de

Projets pilotes

Les Projets pilotes soutiennent le développement d'innovations techniques pour le marché audiovisuel. Les résultats de ces expériences sont valorisés par le Programme MEDIA, qui peut initier sur cette base de nouveaux types d'aides adaptés à la dynamique du marché. La durée des soutiens, de trois ans au plus, a pour but d'accompagner les projets jusqu'à l'étape finale de la commercialisation.

Plusieurs entreprises suisses ont pris part en tant que partenaires aux projets, pour la plupart d'envergure internationale. La société de production HesseGreutert, par exemple, travaille sur *Advanced Production Management System - APMS*, subventionné par MEDIA

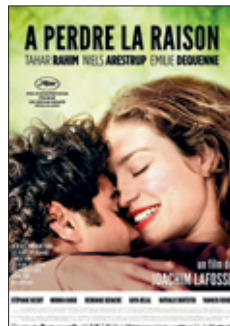
depuis 2012. Le projet est développé sous coordination allemande en partenariat avec la Suisse, la Pologne, la France et l'Autriche.

APMS est un logiciel de planification pour la production de films qui sera commercialisé en 2014. Il regroupe de manière innovante la budgétisation, le financement, la trésorerie et le contrôle des coûts. Le programme comprend aussi de multiples fonctions qui facilitent la collaboration dans le cadre de coproductions internationales. Le calcul des obligations de dépenses prévues par certaines aides régionales par exemple est pris en compte.

En Suisse, des films avec un budget supérieur à 3 millions de francs ont besoin de partenaires étrangers, car il est difficile de les financer sur un plan strictement national. Ces coproductions internationales étant plus complexes, le développement de nouveaux outils de gestion simples à utiliser est primordial.

Plus sur apms-software.com

21



Quelques exemples de coproductions suisses soutenues par MEDIA

Valentin Greutert HesseGreutert Film, Zurich

«Par l'aide MEDIA, *APMS* a gagné la crédibilité nécessaire pour que nos partenaires s'engagent de manière définitive. Cela a contribué de façon décisive à la réalisation du projet.»

Dans la perspective d'Europe créative

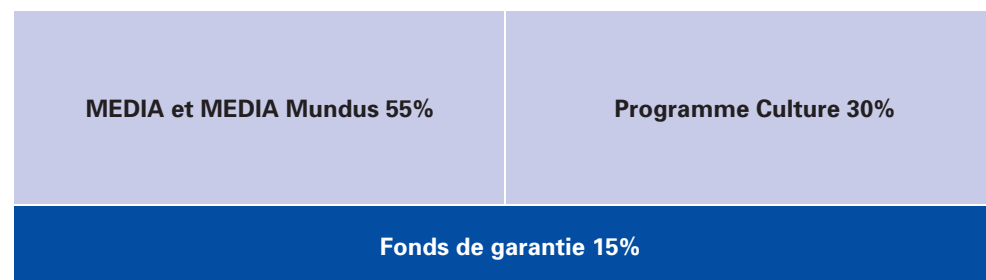
22

A partir de 2014, le nouveau programme cadre européen Europe créative réunira MEDIA et MEDIA Mundus. Il comprendra aussi l'actuel programme de la culture et un fonds de garantie pour les crédits. Europe créative s'adresse à l'ensemble de l'industrie de la culture et de la création, qui contribue pour plus de 3,8% des emplois et 4,5% du PIB de l'Union européenne.

Le nouveau programme a pour but de répondre aux défis du secteur que sont la fragmentation du marché, la numérisation et le manque d'investissements privés. Il est prévu qu'Europe créative dispose d'un budget total de 1,3 milliard d'euros pendant sept ans, dont environ 55% devraient aller au Programme MEDIA. Les actions des programmes actuels seront maintenues dans leurs grandes lignes.

Pour participer à Europe créative, la Suisse doit négocier un nouveau contrat avec l'Union européenne. Des discussions sont actuellement en cours.

Europe créative 2014 - 2020



Alain Berset

Conseiller fédéral

«MEDIA contribue à la richesse de l'offre cinématographique en Suisse. Ce programme européen pour l'audiovisuel et le cinéma, y compris son réseau, donnent aux professionnels du pays les moyens d'initier des coproductions qui pourront être réalisées par la suite. MEDIA revêt de ce fait une signification majeure pour le développement du cinéma suisse et contribue de manière essentielle à la diversité de l'offre culturelle en Suisse et en Europe.»

Prêt pour le décollage:
Europe créative dès 2014



