



Producida por Film Expo Group,
CineEurope es la convención oficial
de UNIC, la asociación que agrupa
a los exhibidores europeos

*Produced by Film Expo Group,
CineEurope is the official
convention of UNIC, the trade
association representing
European exhibitors, of which
Phil Clapp is president*

CINEEUROPE, EL GRAN FUTURO DEL CINE

EL PRESIDENTE DE UNIC - THE INTERNATIONAL UNION OF CINEMAS, **PHIL CLAPP**, PRESENTA LA NUEVA EDICIÓN DE LA MAYOR Y MÁS LONGEVA CONVENCION DEDICADA A LOS EXHIBIDORES CINEMATOGRAFICOS DEL ÁREA EMEA; Y REFLEXIONA SOBRE CÓMO LOS CINES EUROPEOS, AUNQUE CON DIFERENTES VELOCIDADES E INTENSIDADES, SE ESTÁN ACERCANDO DE NUEVO A LAS CIFRAS DE ASISTENCIA ANTERIORES AL COVID. UNA COSA ES SEGURA: CUANDO SE ESTRENAN MUCHAS (Y DIVERSAS) PELÍCULAS, EL PÚBLICO RESPONDE

por **Paolo Sinopoli**

eguir alimentando la recuperación y aumentar el número de espectadores. Este es el enfoque y el principal objetivo de los exhibidores europeos. Para ello, en primer lugar, se necesitan películas: muchas películas, y de estilos diversos para públicos diferentes. Porque, como cuenta en esta entrevista el presidente de UNIC - The International Union Of Cinemas - Phil Clapp, cuando hay una amplia gama de títulos, el público de todas las edades vuelve a las salas. No falla, si hay películas atractivas y que enganchan, el espectador responde“. La demanda de contenidos, por tanto, está ahí; para descubrir la oferta, sin embargo, la cita es en Barcelona, donde se celebrará CineEurope del 19 al 22 de junio de 2023. En la 32ª edición de la mayor y más longeva convención dedicada a los operadores cinematográficos del área EMEA (Europa, Oriente Medio y África), los exhibidores y profesionales de la industria cinematográfica europea podrán conocer en detalle la próxima cartelera tanto de los estudios de Ho- ➤

THE GREAT FUTURE OF CINEMA AT CINEEUROPE

THE PRESIDENT OF THE INTERNATIONAL UNION OF CINEMAS (UNIC), PHIL CLAPP UNVEILS THE NEW EDITION OF THE LARGEST AND LONGEST-RUNNING CONVENTION DEDICATED TO CINEMA OPERATORS IN THE EMEA REGION. AND HE REFLECTS ON HOW EUROPEAN THEATRES ARE CLOSER TO REACHING PRE-COVID LEVELS, THOUGH WITH DIFFERENT SPEEDS AND INTENSITY. BECAUSE ONE THING IS CERTAIN: IF THERE ARE MANY (AND DIVERSE) FILMS, THE AUDIENCE WILL COME

by **Paolo Sinopoli**

To continue fuelling the recovery and increasing the number of moviegoers. This is the main focus and goal of European cinema owners' business operations right now. To achieve this mission, first and foremost, you need films: lots of movies and lots of different kinds of movies for different audiences. Because, as the President of the international trade association representing cinema operators, The International Union of Cinemas (UNIC), Phil Clapp, tells us in this interview, "We have seen that with a wide range of titles, audiences of all ages come back to the theatres. If there are films that

attract them and engage them, the viewer will come." So, the demand for content is there; to discover the supply, however, the appointment is in Barcelona, where CineEurope will be held on 19-22 June 2023. At the 32nd edition of the largest and longest-running convention dedicated to film operators in the EMEA (Europe, Middle East and Africa) region, exhibitors and professionals in the European film industry will be able to learn in detail about the upcoming film listings from both Hollywood studios and independent European film companies.

llywood como de las sociedades cinematográficas independientes europeas.

¿Cuáles son las principales novedades, innovaciones y cambios de CineEurope 2023?

La edición 2023 de CineEurope incluirá muchos de los elementos con los que están familiarizados quienes hayan venido anteriores: una apretada agenda de proyecciones, preestrenos y presentaciones de catálogos por parte de los principales estudios estadounidenses, y luego paneles y seminarios sobre temas claves del sector, además de la amplia feria comercial. También nos hemos comprometido, una vez más, a tomar nuevas medidas para aumentar la cantidad de contenidos europeos que se proyectarán durante los cuatro días del certamen.

¿Cuáles son los temas más candentes que se abordarán?

Entre los temas más candentes que se debatirán durante los paneles principales se encuentran las estrategias que aún deben aplicarse para seguir aumentando y ampliando la audiencia así como las perspectivas futuras del sector. Entre las otras sesiones, serán muy interesantes las promovidas por Coca Cola, en las que se analizarán temas de actualidad como la sostenibilidad medioambiental. También habrá encuentros en los que se explorarán los últimos avances en la planificación y desarrollo “verde” de las salas de cine y se planteará la situación actual de la lucha contra la piratería.

El año pasado le volvieron a confirmar al frente de UNIC. ¿Qué ha conseguido en el último año y qué objetivos se ha marcado?

Es difícil señalar simplemente uno o dos „objetivos“ hasta la fecha; los resultados son fruto del trabajo continuo del excelente equipo de UNIC -dirigido por Laura Houlgatte-, con la contribución del esfuerzo de nuestros miembros. El principal objetivo de la organización es, obviamente, seguir apoyando al sector para que recupere e incluso supere el nivel de asistencia que teníamos antes de la pandemia. Esto significa ayudar a nuestros socios a hacer frente a algunos de los retos actuales, como los que derivan del aumento de los costes, incluidos los energéticos, y, por supuesto, empujar a los dis-

What are the main highlights, innovations and changes of CineEurope 2023?

The 2023 edition of CineEurope will comprise many of the elements that those who have attended the show previously will be familiar with – an array of screenings and slate presentations by the major US studios, panels and seminars on key industry issues, and a diverse and engaging trade show. But again, we will be taking further steps to increase the amount of European film content available across the four days of the show.

What hot topics are being raised during the industry events?

The key topics for discussion include what more we can do to grow and broaden audiences, and what the future holds for the industry. Other sessions will include those led by the Coca Cola Company, looking at environmental sustainability and smaller ‘focus’ sessions exploring latest developments in the sustainable design and build of cinemas and the current state of play on piracy.

Last year you were reconfirmed as head of UNIC. What have you achieved over the past year and what goals have you set for yourself?

It’s difficult to point to one or two things as ‘achievements’ when so much depends on the ongoing work not just of the excellent UNIC team – led by Laura Houlgatte – but also the efforts of our members. The headline goal for the organisation is to of course continue to support the sector in returning to and exceeding the level of admissions we saw before the pandemic. That means supporting members in tackling some of the current challenges – such as those arising from ‘cost of living’ issues, including

energy costs – and of course encouraging as wide a range of distributors as possible to bring their films to the big screen.

How do you assess the recovery of the theatrical market at the European level? What critical and urgent issues still need to be overcome?

For all territories, the recovery from the pandemic remains very much a ‘work in progress’, with the pace of improvement varying from country to country. For most, audiences in 2022 were between 70 and 80 percent of pre-pandemic levels. Wherever they are on the road to recovery, the key mantra from all exhibitors however is around content – the need for more and more diverse films for the big screen capable of bringing in the widest possible audience.

In 2022, National Cinema Days in various European countries were important in bringing audiences back to theatres. What further steps could be taken to further improve this type of activity?

While some European territories such as France and Spain have had successful multi-day promotional celebrations of cinema for a number of years, it’s true that 2022 saw a number of other countries introduce National Cinema Days as a way of boosting efforts to bring audiences back to the big screen. Examples include the Netherlands, UK, Ireland, Germany and Belgium. Quite aside from the success of each of those initiatives, they also generated a lot of lessons to learn, allowing the 2023 editions to be even better. These included a better understanding of the type of films that were most effective (generally family films and ‘classics’) and working to maximise the impact of marketing,

En 2022, 82 empresas participaron en CineEurope



Apple and Amazon are increasingly focusing on the world of cinema, producing films and also distributing them in theatres. How do you judge the moves of these streaming giants?

As noted above, one of the key 'asks' of the sector is for more – and more diverse – content. In that context, the increasing interest of Apple and Amazon in putting their films on the big screen, and to do so with an acceptable period of theatrical exclusivity – is undoubtedly welcome, as is their commitment to fund a significant slate of theatrical movies. Those developments reflect, I think, an increasing recognition on the part of those companies that putting film into cinemas acts as a great marketing channel for those titles when they finally appear on their streaming platforms.

How do you foresee the balance between cinema and streaming in the near future?

It may seem strange to say, but most cinema operators do not see streaming as competition, in that those platforms offer something very different from the experience of the big screen; the competition is in fact other 'out of home' activities like bowling, sports or eating out. The fact is that the biggest consumers of streamed content are also often the most frequent cinemagoers – they love film and choose to see some in the home and some on the big screen.

The challenge that streaming has presented has been around some aspects of the business model, including the insistence on very short (or no) release window and an unwillingness to share box office data. Thankfully latest developments around Apple and Amazon have addressed both of those issues.



tribuidores a que lleven el mayor número posible de películas a la gran pantalla.

¿Cómo valora la recuperación del mercado cinematográfico a escala europea? ¿Qué cuestiones críticas y urgentes quedan por superar?

La recuperación de la pandemia sigue siendo un "trabajo en curso" en todos los territorios. Vemos un ritmo de mejora que varía de un país a otro. En la mayoría, el número de espectadores alcanzado en 2022 se situó entre el 70% y el 80% de la cifra anterior al Covid. Dicho esto, más allá del nivel específico de recuperación de los distintos mercados, el mantra principal de todos los operadores es el de la oferta de contenidos: para volver a los números de hace cuatro años, es necesario estrenar más películas, y más películas diferentes entre ellas para atraer al público más amplio y diverso posible.

En 2022, los Festivales de Cine de varios países europeos fueron importantes para que el público volviera a las salas. ¿Qué medidas podrían adoptarse para mejorar aún más este tipo de actividad?

Algunos territorios europeos, como Francia y España, llevan varios años organizando con éxito este tipo de eventos.

En 2022 otros países introdujeron festivales de cine nacionales como instrumento para animar al público a volver a las salas. Algunos ejemplos son los Países Bajos, el Reino Unido, Irlanda, Alemania y Bélgica, donde estos eventos han tenido una buena acogida.

Y no solo eso, porque los festivales de cine del año pasado ofrecieron muchos puntos de reflexión y lecciones para que las ediciones de 2023 sean aún mejores. Entre ellas, una mejor comprensión del tipo de películas más eficaces (generalmente, las familiares y los "clásicos") y de las herramientas de marketing de mayor impacto.

Apple y Amazon están apostando cada vez más por el cine, produciendo y distribuyendo películas en salas. ¿Cómo debemos juzgar los movimientos de estos gigantes del streaming?

Como ya se ha mencionado, una de las principales demandas de la industria es la de tener más contenido, y más contenido diversificado. En este contexto, el creciente interés de Apple y Amazon por llevar sus películas a la gran pantalla, optando por una ventana de exclusividad sensata, es sin duda bienvenido, al igual que su compromiso de financiar un número significativo de películas para las salas. ➤



According to the National Association of Theatre Owners (NATO), 39% of American exhibitors intend to invest in Premium Large Format in the coming years. Why is it that we still struggle to see such pace of change in Europe? Is it just an economic problem?

I think that the European cinema sector is perhaps a more diverse one than is found in the US, with a higher proportion of cinemas that do not show the type of action or 'event' films that increasingly require such PLF screens. That said, there are many operators that do show such content and would hope to make that kind of investment when finances improve.

In Europe the theatrical window is regulated differently from country to country. What is

your opinion on its protection and durability?

While it is up to each territory to decide how best to approach the issue of the theatrical window – and how long that window should be – UNIC is a staunch supporter of the principle that all films should have a period of significant theatrical exclusivity. We believe that this is best not just for cinemas, but for audiences and filmmakers themselves, with all of the evidence confirming that those films with a significant window generate not just more box office revenues, but also perform more successfully in the home.

UNIC welcomes the progress that has been made in re-establishing a significant window post-pandemic and after some of the 'day-

and-date' and early home release experiments undertaken by some of the US major studios during the COVID period. However, the association believes we are not yet back to a position that would give comfort to all cinema operators.

Globally, all film markets are rising, some faster and some slower. Do you think 2023 will be the year of recovery, or will more time be needed?

I think 2023 will be a year of further recovery, though, as noted above, the pace of that change will vary from territory to territory. But even for those territories that do get back to 2019 levels of box office admissions – and I think that is a realistic hope for some – that



Tom Cruise realizó en 2022 una visita sorpresa a CineEurope para agradecer el apoyo de los exhibidores

Estos avances reflejan, en mi opinión, un creciente reconocimiento por parte de estas empresas de que proyectar películas en la gran pantalla es un excelente canal de comercialización para esos títulos cuando finalmente estén disponibles en sus plataformas de streaming.

¿Cuál cree que será el equilibrio entre el cine y el streaming en un futuro próximo?

Puede sonar extraño decirlo, pero la mayoría de los exhibidores de cine no ven el streaming como un competidor: las plataformas ofrecen algo por completo diferente de la experiencia de la gran pantalla. La afluencia a las salas forma parte de las actividades al aire libre, como ir a jugar a bolos, practicar deportes o comer fuera. De hecho, sabemos que los mayores consumidores de contenidos en streaming suelen ser también los que más van al cine: son personas a las que les encantan las películas y eligen ver unas en casa y otras en la gran pantalla. El reto que el streaming ha puesto sobre la mesa tiene que ver con ciertos aspectos

del modelo de negocio: su insistencia inicial en una ventana "theatrical" muy pequeña (por no decir inexistente) y su reticencia a compartir los datos de taquilla de sus títulos. Afortunadamente, los últimos avances de Apple y Amazon están marcando un cambio de perspectiva en ambos frentes.

Según la NATO, el 39% de los exhibidores estadounidenses tiene intención de invertir en el Premium Large Format en los próximos años. ¿Por qué en Europa todavía nos cuesta ver ese cambio de ritmo? ¿Es sólo un problema económico?

Creo que el sector cinematográfico europeo está más diversificado que el estadounidense, con un mayor porcentaje de salas que no proyectan el tipo de películas de acción o "eventos", que requieren cada vez más pantallas de "PLF". Dicho esto, hay muchos exhibidores que sí proyectan este tipo de contenidos y esperan llevar a cabo este tipo de inversiones cuando mejoren las condiciones financieras.



is not the limit of their ambition. All cinema operators want to see their markets continue to grow beyond those levels over the coming years.

How do you rate the range of films being released in theatres this year?

The film slate for 2023 is undoubtedly stronger than that for 2022, with a number of major titles being released into cinemas over the coming months. What is currently missing is the range of films which will attract a wide range of audiences back to the big screen.

In your opinion, what are the initiatives put in place by exhibitors that most attract young people to theatres? On the other hand, what is needed to bring back those older audiences who are still reluctant to return to theatres after the pandemic?

For audiences young and old, there is one answer to these two questions, that being 'films'. Across a range of titles we have seen that audiences of all ages will return if there are the films to attract and engage them.

What is the state of the film market in the UK and how do you foresee it performing in 2023?

2022 ended around 60 percent up on the previous year, and this year, I expect to see that recovery continue, probably not to the same level as we saw immediately pre-COVID – when admissions were at a 50-year high – but much closer to those levels.

Phil Clapp es presidente de UNIC desde 2013



En Europa, las ventanas de explotación de películas están reguladas de forma diferente según los países. ¿Cuál es su opinión sobre las ventanas?

Aunque corresponda a cada territorio decidir la mejor manera de abordar esta cuestión, la UNIC apoya firmemente el principio de que todas las películas deben tener un periodo de exclusividad en salas de una duración significativa. Esto es lo mejor no sólo para los cines, sino también para el público y los propios cineastas: todas las pruebas confirman que las películas con una ventana significativa no sólo generan mayores ingresos de taquilla, sino que también tienen más éxito en términos de visionados cuando se estrenan posteriormente en plataformas. La UNIC acoge con satisfacción los progresos realizados en el restablecimiento de una ventana significativa después de la pandemia y los experimentos de estrenos en "day an date"; sin embargo, por el momento, todavía no hemos vuelto a una posición satisfactoria que sea beneficiosa para todos los operadores cinematográficos.

A nivel mundial, todos los mercados cinematográficos están creciendo, aunque a ritmos y en cifras diferentes. ¿Cree que 2023 será el año de la recuperación o tardará más?

Creo que 2023 será un año de mayor recuperación, aunque, como ya se ha mencionado, el ritmo de este cambio variará de un territorio a otro. Pero incluso para aquellos territorios que vuelvan a los niveles de taquilla de 2019 -y creo que es una esperanza realista para algunos-, hay que tener más ambición e ir más allá. Todos los exhibidores cinematográficos quieren que sus mercados sigan creciendo por encima de los niveles anteriores a la pandemia en los próximos años.

¿Cómo valora la oferta de películas que se estrenan este año en los cines?

La programación cinematográfica para 2023 es sin duda más fuerte que la de 2022, con varios títulos importantes que llegarán a los cines en los próximos meses. Lo que falta, por el momento, es una oferta más diversificada, capaz de atraer a un público aún más amplio a la gran pantalla.

En su opinión, ¿qué iniciativas pueden poner en marcha los operadores para atraer a más jóvenes a las salas? ¿Y qué se necesita, por otro lado, para que el público de más edad, que sigue siendo el más reactivo, vuelva al cine?

Para el público joven y el de más edad, la respuesta a estas dos preguntas es una sola: "películas". En los últimos meses, hemos visto que, con una amplia gama de títulos, el público de todas las edades ha vuelto a las salas. Si hay películas que le atraen y enganchan, el espectador responde.

¿Cuál es la situación del mercado cinematográfico en el Reino Unido y cómo espera que cierre 2023?

2022 terminó con un aumento de alrededor del 60% respecto al año anterior, y espero que la recuperación continúe este año. Probablemente no lleguemos a las mismas cifras que en los últimos años pre-Covid -cuando alcanzamos el récord de los últimos 50 años-, pero estaremos muy cerca.



©Courtesy of UNIC (2); courtesy of CineEurope (6)