

# CineEurope: el lugar donde hay que estar

# M

EL TESORERO Y  
VICEPRESIDENTE PRIMERO  
DE LA UNIC JAIME  
TARRAZÓN PRESENTA  
LA NUEVA EDICIÓN DE  
CINEEUROPE Y REFLEXIONA  
SOBRE LAS CUESTIONES  
CRÍTICAS Y EL POTENCIAL  
FUTURO DEL SECTOR  
*THEATRICAL EUROPEO*

por Juan Sardà Frouchtmann

áximo responsable de los Cines Filmax Gran Vía de Barcelona y delegado de FECE, Jaime Tarrazón avanza las líneas maestras del próximo CineEurope, organizado por UNIC, que celebrará su 33 edición en su ciudad, Barcelona, del próximo 17 al 20 de junio. Será, una vez más, el lugar “donde hay que estar” y según el ejecutivo el principio del fin ya que prevé que en 2025 haya una recuperación plena. La clave, insiste, es el contenido.

**Dado su rol como vicepresidente y tesorero de UNIC, lo cual le permite tener una visión de 360 grados del cine europeo, ¿cómo juzga los resultados del mercado europeo en la primera parte del año?**

El primer trimestre ha sido la “crónica de una muerte anunciada” en la que hemos pagado la falta de títulos. Las huelgas en Estados Unidos han cortado el suministro de películas y por lo tanto, los niveles de asistencia han sido más bajos. Hemos visto también cómo tan pronto han vuelto las películas, el público ha respondido. Después de la pandemia aprendimos a li-

diar con esa escasez de producto y esta vez nos hemos podido anticipar para prepararnos porque sabíamos que llegaría. Cada uno ha tomado las medidas que ha podido y se ha recurrido a programaciones alternativas para cubrir esas ausencias, aunque no se logra del todo. Porque no se trata de que falte una sola película o un solo título, si no un conjunto de distintos títulos de distintos géneros que se complementan entre ellos, hay que volver al mismo ritmo que teníamos antes del COVID.

**¿Cree que la oferta de películas en la segunda parte del año será suficiente para compensar esa escasez de blockbusters en la primera?**

Hay que ser optimista, en CinemaCon hemos visto lo que están anunciando los grandes estudios americanos. A partir del año que viene, en el 25 y el 26, el ritmo de estrenos volverá a los niveles de antaño. Más a corto plazo, no tengo ninguna bola de cristal, que vaya bien es lo que todos esperamos. El último trimestre de 2023 ya fue flojo, con el retraso de *Dune* de noviembre a marzo de este año. Justo estábamos co-



Tarrazón señala la importancia de CineEurope porque "en un solo día puedes aprovechar que en un mismo lugar tienes todo disponible. Es una gran oportunidad para tomar el pulso al sector". Destaca la labor de lobby de UNIC en Bruselas y se muestra confiado: "Cuando en 2025 y 2026 superemos los niveles previos al COVID con ese flujo constante de títulos eso nos devolverá la confianza en nosotros mismos"

giendo carrerilla, con el éxito de *Avatar* y el fenómeno "Barbenheimer" cuando nos quedamos sin contenido, pero bueno.

### **¿Qué públicos cree que está costando más recuperar y qué puede hacerse para conseguir mejores resultados?**

No soy muy partidario de identificar a un público que nos falte o que venga menos al cine, en cada país y en cada territorio puede ser distinto. Ha surgido la mala costumbre a raíz de la pandemia de decir que nos falta la gente mayor, los jóvenes... No creo que sea verdad. El problema es el contenido, cuando ha habido contenido para ese público ha respondido. Desde UNIC queremos impulsar que ese tipo de afirmaciones no se basen en la intuición si no en datos. Existen herramientas para obtener métricas del tipo de público para entender mejor el comportamiento de las audiencias. En Italia y Francia lo miden y surgen conclusiones sorprendentes. En Francia la gente mayor es la que va más y en Italia es al contrario. Si pro-

fundizas en eso, los títulos estrenados tienen un peso importante. Se basa en tener contenido y que atraiga el interés del público.

### **¿Cree que la colaboración entre distribución y exhibición es virtuosa y si lo es, en qué puntos podría ser mejorada?**

Siempre hay espacio de mejora. Tenemos bastantes retos encima de la mesa como la compartición de los datos, tenemos que ver de qué manera podemos colaborar para llegar más y mejor a los espectadores. Hay datos que tiene el exhibidor pero los contenidos los trae la distribuidora. Debemos introducir mejores y más efectivas maneras de informar al público y convencerlo que de venga a ver una película, ese es el reto. Históricamente este es un tema que ha sido difícil de organizar, nos hemos de esforzar por ambos lados.

### **¿Cuáles son los *highlights* de este CineEurope 2024 que los participantes no deben perderse?**

CineEurope es el lugar donde hay que estar. Seas un operador grande que opera en varios países o uno pequeño local, toda la industria europea y de más allá se reúne en Barcelona. Es una gran oportunidad para tomar el pulso al sector. Contenido hay en abundancia por supuesto. Todos los estudios americanos presentarán su producción y los europeos también para que sea un evento realmente europeo. Todo ello en unas condiciones espectaculares con los mejores equipos de proyección del mercado.

Además, habrá los paneles y las conferencias que tocan todos los temas que preocupan al sector como los datos, la sostenibilidad o la tecnología. Se repite la importante feria con todos los proveedores en consumo y en confort. Es muy importante asistir porque en un solo día de la convención puedes aprovechar que en un mismo lugar lo tienes todo disponible. Y por supuesto, es el entorno perfecto para el *networking* en una industria como esta que siempre se ha basado mucho en las relaciones personales. Tienes el privilegio de "poner cara" a aquellos con los que trabajas a lo largo del año por mail. Se desplazan a Barcelona los máximos responsables que toman las decisiones.

### **¿Cómo valora que no haya presencia institucional del alcalde o el ministerio de Cultura al menos en el día de inauguración?**

Estamos en un país en el que hay mucha presencia de la política pero en este caso no ha sido así y no es tan grave, es una feria para la industria. Siempre se les ha invitado pero no vienen.

### **¿Qué actividades ha desarrollado en los dos últimos años como tesorero y vicepresidente senior de UNIC?**

Lo más relevante de UNIC es su labor como *lobby* con sede en Bruselas. Hay un equipo de cinco personas trabajando por los intereses del sector a nivel europeo. Estamos a las puertas de unas >



elecciones al Parlamento Europeo (el 9 de junio) y habrá que ver en los próximos meses cómo evoluciona el Gobierno que se constituya. Hay un elemento clave como el “geoblocking” porque Amazon o Apple quieren que sus contenidos circulen por cualquier país pero debemos preservar las ventanas por territorios. Si una película triunfa en Cannes, por ejemplo, y es una co-producción de varios países es fundamental que cada país pueda promocionar ese título y elija sus fechas. Esto es lo que lo enriquece y hace que el producto llegue a todo el mercado. Es un reto que tenemos que mejorar bastante porque para que las películas funcionen bien en todos los territorios necesitan promoción y apoyo.

**Al observar a otros países europeos, ¿cree que hay iniciativas, estructuras o apoyos que España podría replicar o inspirarse en ellos?**

A nivel europeo siempre se ve el cine como cultura y eso no siempre sucede en España. Es muy importante el trabajo que ha hecho UNIC en los últimos 10 ó 15 años con su oficina en Bruselas para dar a conocer y poner en valor la labor que realizan los cines, tenemos ese reconocimiento que muchas veces en España no existe tanto. Poco a poco, lo vamos mejorando.

En España desde FECE se está trabajando para intentar concienciar tanto a las autoridades nacionales como a las autonómicas de la importancia de apoyar el sector de la exhibición. Eso no se hace de hoy para mañana. Tanto Francia como Italia y Alemania, nuestros países de referencia, después de la pandemia dieron en torno a los 150 millones en ayudas directas mientras aquí fueron diez pero ya es un primer paso.

Lo importante es trabajar con el ICAA para que esto vaya a más y no a menos porque hay mucho que incorporar. En Francia presumen de que cualquier ciudadano tiene un cine a menos de 30 minutos. En nuestro país vemos que en algunas zonas hay una desertificación de salas y en esos lugares es mucho más complicado recuperar. Pero se puede crecer y ganar a partir de los cines que ya tenemos. Lo importante es seguir colaborando con las autoridades



porque FECE siempre quiere ser parte de la solución, no del problema.

**Tras la pandemia, las huelgas en Estados Unidos y la que puede estar por venir, ¿cuál cree que es la estrategia adecuada para lidiar con este escenario de constante inestabilidad?**

Primero ya sufrimos la gran crisis económica de 2008. Cuando nos estábamos recuperando llegó la pandemia. Llevamos años sufriendo dificultades y hay que aprender a ser flexible y reaccionar rápido. No tenemos que enfrentarnos tampoco a las nuevas tecnologías si no incorporarlas.

**¿Cree que los cines españoles están suficientemente avanzados en términos de confort y tecnología o es necesaria una nueva fase de intervenciones?**

España tenía uno de los parques más avanzados a nivel europeo de confort. Es verdad que en los últimos años, con una crisis muy fuerte, la capacidad de reinversión del sector se ha visto afectada. Por este motivo las ayudas al sector son más importante que nunca porque debemos volver a tener algo que ya teníamos. España llegó a estar entre los cinco o seis mercados de cine más importantes del mundo y ahora estamos más abajo del diez. Es cierto que en parte se debe

a los países emergentes, sobre todo a los asiáticos, pero preservar ese patrimonio es muy importante. En 2008 se paró todo nuestro negocio y hay que estar reinventando constantemente. Esto ha sido muy duro. Todos los incentivos que se nos puedan dar son bienvenidos.

**¿Cree que hay un diálogo constructivo entre la industria y el Gobierno?**

Hay conversaciones, pero no son todo lo fluidas que deberían. Se puede hacer más. Todo se basa en voluntades, pero como decía antes, no se valora la cultura





como debería y eso al final es un lastre. No es solo el apoyo de un Gobierno en concreto, es toda una sociedad y de un país en su relación con la cultura. Y eso no se cambia de la noche a la mañana.

### ¿Cree que los esfuerzos del Gobierno para apoyar el cine son suficientes?

Es una pregunta para Luis Gil de FECE. Siempre desde el sector creemos que las cuotas e imposiciones no son el método. Los exhibidores somos los malos de la película, por desgracia no es así. A todos nos interesa que haya una potente industria de producción española pero la tiene que potenciar también el público español. Mira en Italia con *Siempre nos quedará mañana*, ha hecho 40 millones. Aquí vemos que cuando hay una película española atractiva también le llega a la gente.

### ¿Cree que en 2025 el mercado recuperará las cifras de la prepandemia o por lo menos se acercará?

Por supuesto, en 2025 el sol vuelve a brillar. La clave, una vez más, es el contenido. Justo después del confinamiento en 2020 lo vimos con *Padre no hay más que uno 2* de Santiago Segura que fue la salvación del sector. Cuando en 2025 y 2026 no solo recuperemos sino que superemos los niveles anteriores al COVID porque tendremos ese flujo constante de títulos de diversos géneros y públicos, eso nos devolverá la confianza en nosotros mismos que quizá últimamente se ha ido debilitando.

BO

## CINEEUROPE: THE PLACE TO BE

THE SENIOR VICE PRESIDENT AND TREASURER OF UMBRELLA GROUP UNIC JAIME TARRAZÓN PRESENTS THE NEW EDITION OF CINEEUROPE AND REFLECTS ON THE CRITICAL ISSUES AND FUTURE POTENTIAL OF THE EUROPEAN THEATRICAL SECTOR

By Juan Sardà Frouchtmann

Leading the Filmax Gran Via Cinemas in Barcelona and a delegate of the Spanish cinema federation (FECE), UNIC's SVP Jaime Tarrazón looks ahead to the upcoming 33rd edition of CineEurope, taking place in Barcelona from June 17 to 20. He emphasises its significance as a pivotal event for the industry and predicts a full recovery by 2025. The key to that, he stresses, is compelling content.

Your roles as vice president and treasurer of the International Union of Cinemas (UNIC) offer you a comprehensive overview of the European film industry; from that perspective how do you assess the European market's performance in the first part of the year?

The first three months were a "foretold death" where we paid the price for the lack of titles. The US strikes disrupted the supply of films thus leading to lower attendance. But as soon as films returned, we saw that audiences responded positively. After the pandemic, we learned to deal with product scarcity, and this time we were able to prepare ourselves in advance. Each cinema took measures, resorting to alternative programming to cover these gaps, albeit not entirely. Because it's not just about missing a single film or title, but a combination of different titles across various genres that complement each other. We need to return to the same momentum we had before COVID.

Do you think the offering of films in the second half of the year will be sufficient to compensate for the lack of blockbusters in the first?

We must be optimistic. At CinemaCon, we saw what the major American studios are announcing. From next year, the pace of releases in 2025 and 2026 will return to pre-pandemic levels. In the short term, I don't have a crystal ball, but we all hope for the best. The last quarter of 2023 was already weak, with the delay of *Dune* from November to March of this year. Just when we were gaining momentum, with the success of *Avatar* and the "Barbenheimer" phenomenon, we ran out of content, but okay.

Which audiences do you think are more difficult to recover, and what can be done to achieve better results?

I'm not a fan of identifying specific audiences that may be missing or attending cinemas less. It can vary from country to country and region to region. Since the pandemic, there has been a tendency to say that we lack older people, young people... I don't think that's true. The issue lies with content; when there's been content for that audience, they have responded. At UNIC, we want to promote statements that are based on data,

not intuition. There are tools for collecting audience metrics to understand their behavior better. Italy and France measure this and draw surprising conclusions. In France, older people are the main attendees, while in Italy, it's the opposite. Digging deeper, you see the titles released play a significant role. It's about having content that appeals to the audiences' interests.

Do you think collaboration between distribution and exhibition is virtuous, and if so, in what areas could it be improved?

There is always room for improvement. We have many challenges on the table, such as data sharing. We need to figure out how we can collaborate to reach even wider audiences and improve the spectators' experience. Often, exhibitors have data, but it's the distributors who bring the content. We need to introduce better, more effective ways to inform the public and persuade them to come see a movie. This is our aim. Historically, this has been a difficult issue to organise and both sides must make efforts.

What highlights of this CineEurope 2024 do you think participants shouldn't miss?

CineEurope is the place to be. Whether you're a large operator working in multiple countries or a small local one, Barcelona is where the entire European and international industry will be. It's a great opportunity to take the pulse of the sector and there's plenty of content too. Along with all the American studios presenting their productions, there will be the European ones too, making it a truly European event. All of this is held in spectacular conditions with the best projection equipment on the market. Additionally, there will be panels and conferences covering all the topics of interest to the industry, such as data, sustainability and technology. It's important to attend because you have everything available in the same place to visit in a single day. And of course, it's the perfect environment for networking in an industry that has always relied heavily on personal relationships. You can "put a face to the name" of those you work with via email throughout the year. The top decision-makers will be in Barcelona.

What do you think about the lack of an institutional presence from the mayor or the Ministry of Culture, at least on the opening day?

We are in a country where politics is very present, though this is not the case this time, but it's not that serious. It's a fair for the industry. They have always been invited, but they don't come.

What activities have you carried out in the last two years as senior vice president and treasurer of UNIC?

UNIC's main focus is its lobbying work based in Brussels. There is a team of five people working for the interests of the industry at the European level. We are on the verge of European Parliament elections (on June 9 in Spain), and we will have to see how the newly formed government evolves in the coming months. One key element is geoblocking because Amazon or Apple want their content to circulate freely in any country, but we must preserve the territorial windows. If a movie is a hit in Cannes, for example, and it's a co-production involving several countries, it's essential that each country can promote that title and choose its release dates. This enriches the film and ensures that the product reaches all markets. It's a challenge we must face up to because for movies to perform well in all territories, they need promotion and support.

**When looking at other European countries, do you believe there are initiatives, structures, or support that Spain could replicate or draw inspiration from?**

At the European level, cinema is always seen as culture, but that doesn't always happen in Spain. The work UNIC has done over the last 10 or 15 years with its office in Brussels is very important to raise awareness and value the work that cinemas do. That recognition is often missing in Spain. We are gradually improving.

In Spain, FECE is working to raise awareness among both national and regional authorities about the importance of supporting the distribution sector. This doesn't happen at the drop of a hat. France, Italy, and Germany, our reference countries, provided around 150 million in direct aid after the pandemic, while here it was only ten, but nonetheless it's a first step.

The key is to work with the Film and Audiovisual Arts Institute (ICAA) to ensure this support increases rather than decreases because there is much to incorporate. In France, they boast that every citizen has a cinema within 30 minutes. In our country, we see desertification of theatres in some areas, making it much more challenging to recover them. But growth and gains can still be achieved from the cinemas we already have. The important thing is to continue collaborating with the authorities because FECE always wants to be part of the solution, not the problem.

**After the pandemic, the strikes in the United States and those that may come, what do you think is the appropriate strategy to deal with this scenario of constant instability?**

We already experienced the great economic crisis of 2008. Just as we were recovering, the pandemic hit. We've been facing difficulties for years, and we need to learn to be flexible and react quickly. We shouldn't resist new technologies but incorporate them instead.

**Do you think Spanish cinemas are sufficiently advanced in terms of comfort and**



**technology, or is a new phase of interventions necessary?**

Spain once had one of the most advanced pools of cinemas in Europe in terms of comfort. It's true that in recent years, with a very serious crisis, the sector's capacity to reinvest has been affected. That's why support for the sector is more important than ever because we need to regain what we once had. Spain used to be among the top five or six cinema markets in the world, and now we don't even make the top ten. It's true that this is partly due to emerging countries, especially in Asia, but preserving this heritage is crucial. In 2008, our entire business came to a halt, and we have to keep reinvesting constantly. This has been very tough. All the incentives we can get are welcome.

**Do you believe there is constructive dialogue between the industry and the government?**

There are conversations, but they're not as fluid as they should be. More can be done. It all depends on willingness, but as I mentioned earlier, culture is not valued as it should be, and that's ultimately an obstacle. It's not just about the support of a specific government; it's about society as a whole and a country's relationship with culture. And that doesn't change overnight.

**Do you think the government's efforts to support cinema are sufficient?**

That's a question for Luis Gil from FECE. From the industry's perspective, we always believe that quotas and impositions are not the way to achieve objectives. But alright. Unfortunately, exhibitors are portrayed as the villains of the piece, which is not the case. We all want a strong Spanish production industry, but it also needs to be supported by the Spanish audience. Look at Italy with *There's Still Tomorrow*, it made 40 million. Here, we see that when there's a powerful Spanish film, people head to cinemas.

**Do you think that the market will recover to pre-pandemic figures by 2025 or at least get close?**

Certainly, by 2025, the sun will shine once again. There's been much talk about how older people, young people don't go to the cinema anymore ... but they didn't go because there weren't any films. The key, once again, is content. Right after the 2020 lockdown, we saw it with *Padre no hay más que uno 2* by Santiago Segura, which was the sector's salvation. In 2025 and 2026, we will not only recover but we will surpass pre-COVID levels because we'll have a constant flow of titles of various genres and different audiences, thus restoring our self-confidence that may have weakened lately.

