

[Exploitation]

LES ITINÉRANTS SE PROJETTENT DANS L'AVENIR

Les États généraux du cinéma itinérant ont permis de se pencher sur plusieurs sujets clés pour le secteur, tout en abordant plus en détail leurs problématiques spécifiques. ■ KEVIN BERTRAND

Après une édition 2020 annulée deux semaines seulement avant sa tenue en raison du reconfinement, l'Association nationale des cinémas itinérants (Anci) a cette fois bel et bien organisé à Arras ses États généraux du cinéma itinérant, les 4 et 5 novembre. L'occasion, en préambule, de faire le point sur les premiers mois de cette deuxième reprise. Dont il ressort notamment, comme au sein de l'exploitation traditionnelle, des "difficultés liées aux jauges et au couvre-feu", lesquels ont conduit plusieurs circuits itinérants à attendre la rentrée de septembre pour reprendre leurs activités, "puis au pass sanitaire", responsable sans surprise d'une baisse de la fréquentation, a signalé Éric Raguét, fondateur et ancien président de l'Anci. Mais, également, des difficultés à "remobiliser les bénévoles" – composante essentielle de leur modèle – ainsi que l'absence de réouverture d'un certain nombre de points de projection, en partie liée au constat de "désaffection des bénévoles" formulé par beaucoup. Aussi l'association avait-elle choisi d'organiser une table ronde prospective, baptisée "Comment rebondir après la crise sanitaire et rester essentiels, pour les circuits de cinémas itinérants?". "Je suis très optimiste : les circuits itinérants ont un rôle majeur, capital même, à jouer dans la reconquête du public", a indiqué Richard Patry, président de la FNCF, tout en reconnaissant que "tous les signaux nous montrent que la reprise va être plus longue que prévue". Les échanges se sont ensuite focalisés sur deux problématiques : l'accès aux copies et le renouvellement du matériel de projection. "Le délai d'obtention des films est

un véritable enjeu, et ce particulièrement pour les jeunes : s'ils sont peu chez nous, c'est parce que nous avons les films trop tard. Si nous voulons regagner ce public-là, il me paraît très important de les obtenir plus tôt", a ainsi souligné David Courdier de Balad'images 49. Basculant sur le second sujet, "une urgence à court terme" selon lui, l'exploitant a mis en exergue le matériel de projection "vieillissant" aujourd'hui utilisé par bon nombre d'itinérants, déplorant des garanties souvent arrivées à terme et donc "des coûts très élevés à chaque panne". Et Anne Lidove, présidente de l'Anci, de pointer en conséquence l'importance du "chantier des moyens des itinérants".

LES JEUNES ET LE DIGITAL DANS LE VISEUR

Autre enjeu phare du secteur, et en particulier des itinérants dont les spectateurs affichent une moyenne d'âge nettement supérieure à ceux de l'exploitation traditionnelle, le renouvellement des publics a fait l'objet d'un temps d'échanges dédié où plusieurs exploitants ont pu présenter leurs initiatives personnelles. "Nous nous sommes interrogés, au sein de CinéLigue Hauts-de-France, sur les moyens de faire revenir les jeunes, que nous voyons partir. La seule proposition cinéma ne suffit plus, on ne peut plus les capter uniquement avec cela", a commenté Anne Lidove, également directrice du circuit itinérant, partenaire avec l'ARCI-HdF d'ateliers consacrés aux séries via lesquels ses instigateurs espèrent développer des passerelles avec le 7^e art. C'est dans cet esprit que l'Anci a répondu à l'appel à projets lancé par le CNC pour

soutenir des actions de diffusion culturelle à destination des 15-25 ans.

Le projet de l'association, qui prévoit à la fois de "valoriser les activités destinées aux jeunes de 15-25 ans", de "sensibiliser [et] former les salariés et les bénévoles des cinémas itinérants au marketing digital", et surtout de "développer un nouvel outil numérique pour la récolte-agrégation des séances de cinéma en salle et en plein air (...) mis à la disposition des 109 circuits itinérants de France permet[ant] d'alimenter entre autres le Pass Culture avec les activités 15-25 ans", a récemment été sélectionné par le Centre.

DÉVELOPPER LA VISIBILITÉ SUR LE WEB ET LA BILLETTERIE DÉMATÉRIALISÉE

Une approche numérique qui a conduit l'Anci à consacrer, en corollaire, un temps d'échanges à "L'enjeu du marketing digital et de la communication sur les réseaux sociaux", aujourd'hui très peu pris en compte par les itinérants. "C'est la partie sur laquelle nous, itinérants, avons le plus à progresser", a pointé Julien Robillard de l'association Ciné Passion en Périgord. Un travail selon lui indispensable, en particulier pour faire (re)venir les jeunes justement. De ces échanges est également ressortie la difficulté de rendre visibles les activités et la programmation des itinérants sur le web, qu'il s'agisse de référencement ou de mise en avant sur les sites dédiés au 7^e art. Ainsi qu'un profond retard autour de la billetterie dématérialisée, dont le recours a largement progressé à l'échelle de l'exploitation depuis la crise sanitaire mais que peu d'itinérants proposent à ce jour. ❖

[Audiovisuel]

Les plateformes françaises de VàD donnent de la voix

Doté d'un nouveau bureau, le Sevad défend les intérêts d'un secteur méconnu, qui reverse annuellement plus de 50 M€ au cinéma français. ■ PATRICE CARRÉ

Le 2 novembre dernier, le Syndicat des éditeurs de vidéo à la demande (Sevad) a annoncé l'élection de son nouveau bureau constitué à présent de Mathias Hautefort (Videofutur), président; de Bruno Delecour (Filmoline), trésorier; ainsi que d'Anne Pradel (Arte), Denis Rostein (LMC) et Bernard Tani (Orange). Cette élection faisait suite au choix de Marc Tessier de se désengager de la présidence pour des raisons personnelles. Dans un communiqué, les adhérents ont tenu à remercier chaleureusement ce dernier "pour le travail accompli depuis 12 ans pour défendre les intérêts d'un secteur d'activité devenu essentiel à l'équilibre de l'économie des médias". Dans un contexte d'accélération

sans précédent du déploiement des différents services de vidéo à la demande, le nouveau bureau se trouve face à plusieurs chantiers, à commencer par une meilleure reconnaissance du travail effectué par les plateformes françaises depuis une quinzaine d'années. "Notre secteur apporte une contribution réelle à la filière cinéma, d'un point de vue strictement financier avec des versements aux ayants droit de plus de 50 M€ par an. Par ailleurs, nous offrons une exposition sans précédent auprès des consommateurs puisque plus de 20 000 œuvres sont en ligne. Nous occupons donc une place non négligeable dans cette chaîne, résume Mathias Hautefort. Le débat autour des Gafan est évidemment légitime, mais il

faut adapter les accords et la réglementation des Smad à la réalité du marché et à la taille des entreprises." D'où la nécessité d'une prise en compte des spécificités des adhérents du Sevad, fort différentes de celles des géants internationaux que sont Amazon et consorts.

UN SECTEUR EN DEMANDE DE SOUTIEN

Et Mathias Hautefort de citer un exemple purement fiscal. "La TSV qui était de 2% est passée en 2020 à 5% dans le cadre d'un ajustement qui s'est appliqué à tous les acteurs, quelle que soit leur taille." Or les plateformes hexagonales représentent un secteur qui a besoin de soutien et d'accompagnement pour tenir son rang



Mathias Hautefort, nouveau président du Sevad.

et pouvoir continuer à diffuser de la création française. Pour le Sevad, les priorités passent notamment par une chronologie des médias qui laisse sa place au digital, à commencer par une VàD à l'acte trois mois après la sortie d'un film en salle, une révision de la fiscalité de la TSV, une lutte accrue contre le piratage, des opérations de communication comme la Fête de la VàD clairement identifiées et reconduites afin de mettre en avant l'offre légale. "Il nous semble important que les adhérents du Sevad puissent être parties prenantes des discussions autour de la chronologie et en être éventuellement signataires. Le développement de plateformes françaises indépendantes ne peut être que bénéfique à l'ensemble du secteur." ❖