Formation continue

Directeur d'exploitation cinématographique

LES ENJEUX DU HORS FILM DANS LES SALLES ART ET ESSAI

Mémoire préparé sous la direction de Mesdames Isabelle Marinone
et Christine Beauchemin-Flot

Présenté et soutenu par Marguerite Hême de Lacotte

Année 2016-2017

Remerciements

Mes premiers remerciements s'adressent à mes camarades et complices de la formation continue *Directeur d'exploitation cinématographique*, avec lesquels les discussions en classe, autour d'un verre, par email, au téléphone, et même dans des soirées plus qu'informelles, ont constitué à elles seules une formation sur la diversité et la richesse du secteur : Romain Bucquet, Romain Davoine, Diane Dègles, Virgile Dubuc, Dimitri Fayette, Fabienne Fourneret, Éric Gouzannet, Frédéric Grand, Serge Morel, Zindy Salgado Gamez et Nicolas Tarchiani.

Je remercie très chaleureusement les professionnels qui ont m'ont accordé de leur temps si précieux pour me permettre d'échafauder la colonne vertébrale de ce mémoire : Philippe Arnera, François Aymé, Véronique Boursier, Thierry Fontaine, Stéphane Goudet, Clémence Renoux, Jean-Jacques Schpoliansky et Boris Spire.

Un grand merci à l'équipe pédagogique du département de la formation continue de la Fémis, ainsi qu'à tous les intervenants qui ont partagé leurs expertises.

Je remercie chaleureusement mes deux directrices de mémoire : Isabelle Marinone et Christine Beauchemin-Flot, dont les retours ont contribué au plaisir que j'ai eu à élaborer ce travail de recherche.

Toute ma reconnaissance à mes relecteurs, exigeants, précis et bienveillants : Suzanne Duchiron et Ludovic Fondecave.

Une pensée pleine de gratitude pour mon compagnon qui m'a soutenu tout au long de ces mois qui ont impliqué de l'isolement, du stress, de la fatigue, mais surtout beaucoup d'enthousiasme !

Avant-propos

Ce n'est que récemment que j'ai remarqué que le choix du sujet de ce mémoire n'était pas dû au hasard. Ma première motivation était de trouver un biais pour questionner l'avenir de la profession. L'idée de parler de contenus non cinématographiques diffusés dans les cinémas par l'intermédiaire de la technologie réservée habituellement aux films m'avait semblé justement pertinent : il allait m'obliger à évoquer tous les volets de la profession, alors que je suis justement dans une démarche d'apprentissage de ce secteur à l'occasion de la formation continue *Directeur d'exploitation cinématographique*.

Alors que je préparais la présentation de mon parcours, j'ai réalisé que depuis l'enfance, mes passions oscillent entre cinéma et théâtre. Presque tout au long de mes études universitaires en cinéma (à Paris VIII puis Paris III), j'ai pratiqué l'art dramatique, puis la danse. Entre mon diplôme de maîtrise de cinéma puis mon Master 2 en Didactique(s) de l'image, j'ai même consacré deux années à l'apprentissage du métier de comédienne. Et depuis six ans, je travaille à l'Espace 1789 (Saint-Ouen, Seine-Saint-Denis) qui partage son activité entre salle de cinéma Art et Essai et salle de spectacle (scène conventionnée pour la danse). La particularité de ce lieu est sa volonté de ne pas cloisonner les champs artistiques. Que cela soit dans le fonctionnement de la billetterie et la politique d'abonnement, dans la programmation qui fait la part belle aux passerelles ou dans la définition même de mon poste au sein de la structure : je suis chargée des relations avec le public et agis sur la double activité. Je peux autant présenter une séance de cinéma que développer un atelier autour de la danse contemporaine. Je peux animer un atelier de réalisation et rédiger un dossier pédagogique sur une pièce de théâtre. Je peux fédérer du public autour d'un film comme autour d'un concert. Ce mode de fonctionnement, assez atypique, me paraît finalement assez avant-gardiste au regard des enjeux actuels de la profession qui place la polyvalence des métiers tout comme la polyvalence de la salle de cinéma au cœur de l'avenir de l'exploitation.

D'une certaine manière, travailler sur les contenus hors film au cinéma donne aujourd'hui un sens à cette double expertise. Et si je sais à présent que je souhaite recentrer mon activité professionnelle sur les enjeux de l'exploitation cinématographique, cela se fera avec cette nécessaire appétence pour l'ouverture culturelle, qui m'aidera peut-être à contribuer au renouveau de la salle de cinéma.

SOMMAIRE

INTRODUCTION 7

I. HISTOIRE DU HORS FILM 11

I. Le support de projection ouvre les possibles 11

II. Genèse de la reproduction et de la diffusion en direct 12

1. Le théâtrophone 12

2. La Theater TV 13

III. Apogée de la télévision 14

1. Le rêve de la dématérialisation 14

2. Menace et inspiration de la télévision 16

3. Crise de l'exploitation et inventions 18

III. L'avènement du hors film avec celui du numérique 20

1. L'équipement numérique des salles : un terrain favorable au hors film 21

2. Les images sont partout, notamment en dehors de la salle 22

3. Le hors film, retour vers le passé ? 24

II. PANORAMA DU MARCHE ACTUEL 27

I. Création de nouveaux secteurs d'activités 27

1. Des filiales de distributeurs ou d'exploitants de cinéma 28

a) Pathé Live 29

b) CGR Events 31

c) UGC 32

2. Autres distributeurs de contenus 33

a) FRA 33

b) Rising Alternative 34

c) Event Cinema Association 34

3. Intérêt du hors film à l'échelle des structures émanatrices de contenus 35

II. Le marché et les publics 39

1. Fréquentation 40

a) Les chiffres du CNC 40

b) Les chiffres de Pathé Live 41

c) Exemples de fréquentation dans des salles Art et Essai 41

2. Un marché de niche 42

3. Circulation des publics 44
4. Modes de communication et d'accueil du public 47
a. Les documents de communication 48
b. Les bonus 49
c. L'accueil du public 50

III. IDENTITE DES SALLES ART ET ESSAI ET HORS FILM 52

I. Un hors film élargi 56
1. Les contenus communs aux circuits 57
2. Les avant séances 60
3. Les entretiens avec des réalisateurs 61
4. Les films non classables 63
a. Les films amateurs 64
b. Les autres types de contenus 66
5. Les séries 67
6. Les cours de cinéma 69
7. Des outils de communication et de transmission 69
II. Liens entre salles Arts et Essai et circuits 71
1. Partenariat 72
a) Pathé Live et les salles Art et Essai 72
b) CGR Events et les salles Art et Essai 75
2. Concurrence 77
3. Indépendance 79
III. Le hors film comme levier économique 80
1. Survie économique 80
2. Des recettes annexes « acceptables » 83
IV. Le hors film et le jeune public 85
1. Le hors film sur le temps scolaire 86
2. Le hors film pour les tout petits 89

IV. UNE SALLE POLYVALENTE POUR DEMAIN ? 94

I. Les limites du hors film 94
1. Crispations des distributeurs 94
2. L'offre de films et nombre d'écrans 98
a. Cohabitation avec les films 99

b. La multiprogrammation 101
c. Engagements de programmation 102
d. Concurrence des contenus 103
e. Le cas du documentaire 104
3. Démocratisation culturelle ? 106
a. Et la décentralisation ? 107
b. Apporter la culture 108
c. La question du tarif des places 112
d. La question du territoire 114
4. Des anti hors film ? 115
a. La salle est dédiée au cinéma 116
b. La standardisation 117
c. Le sport versus LA Culture 117
d. L'expérience du spectateur 122
II. Les promesses du hors films dans les salles Art et Essai 123
1. Impliquer les spectateurs 124
2. Les Universités populaires 126
3. Cinéma et nourriture 128
4. Le film ne suffit pas ? 129
5. Image de la salle Art et Essai 131
III. Exemples de propositions innovantes 133
1. Le e-gaming 134
2. Youtube sur grand écran 136
3. Une distribution indépendante 137
4. Les contenus interactifs 138
5. Des expériences au-delà de l'écran 139
CONCLUSION 142
BIBLIOGRAPHIE 147
ANNEXES 153

INTRODUCTION

L'enjeu de la transmission est le point de départ de ce mémoire. Quand un responsable jeune public accueille des scolaires – le public de demain – les plus âgés sont des « millennials » ou « digital natives » (entre 16 et 30 ans), c'est-à-dire nés au début du XXIème siècle, lors de l'émergence du numérique ; et les plus jeunes (dès trois ans) n'ont rien connu d'autre que le tout digital. Au-delà même du sujet du film qu'ils viennent voir, comment leur expliquer l'intérêt de le découvrir dans la salle de cinéma ? Un grand écran et un vidéo-projecteur sont probablement déjà installés dans leur foyer. Il n'est pas rare qu'un enfant parle de « très grande télévision » en pointant l'écran blanc. Les jeunes ont forcément déjà vu des films sur un ordinateur ou même un Smartphone. Ils font de moins en moins la différence entre une œuvre cinématographique, un téléfilm, une vidéo Youtube, un reportage télévisuel et un documentaire de création. La série participe également de ce flou : Lynch, Campion, Scorcese, Dumont, bientôt Besson et Woody Allen, en réalisent. Le numérique a brouillé les frontières et il est devenu complexe de donner une définition du cinéma autant que de définir le rôle et l'utilité de l'établissement cinématographique. Et voilà que depuis quelques années, les salles de cinéma se mettent à passer d'autres contenus que des films : retransmissions d'opéras, de pièces de théâtres, de ballets, de concerts, de spectacle d'humoriste, expositions filmées, sport…

Il n'est donc pas anodin de s'interroger sur ce qu'implique et provoque la diffusion de contenus non cinématographiques dans une salle. « Contenus alternatifs » ou « complémentaires », « hors cinéma » ? Nous avons décidé d'arrêter notre choix sur le terme général de « hors film », qui englobe une définition très large : ce qui n'est pas du film mais ce qui est aussi à ses côtés. Il s'agit effectivement d'une offre alternative, différente, comme en parallèle de l'activité quotidienne d'un cinéma. Nous traiterons spécifiquement de toutes formes audiovisuelles diffusées par les projecteurs vers les écrans de cinéma.

Nous avons décidé d'axer plus principalement notre étude sur les salles Art et Essai proposant des contenus hors film pour deux raisons principales :
La première consiste en la mise en parallèle du nombre d'écrans généralement limité de ces salles avec l'offre pléthorique de films. Plus de 50% des établissements

cinématographiques français sont classés Art et Essai en 2015, (1 159 sur 2 033 recensés), et parmi ces salles classées, 83% ne possèdent qu'entre un et trois écrans (960 salles Art et Essai, soit 47% des établissements français tous confondus)[1]. Il nous a donc paru pertinent de confronter le fait que plus de 650 films inédits sont sortis en France en 2015 – dont la majorité sont classés Art et Essai (62,1%) – avec le constat que la plupart des cinémas ont peu de latitude pour tous les passer. Pourquoi donc ajouter des contenus hors film à leur programmation ?

Au-delà de la quantité de contenus disponible, notre seconde motivation concerne la ligne éditoriale de ces salles. En tant que principales fenêtres et défenseurs de la diversité des œuvres cinématographiques, les cinémas Art et Essai peuvent-ils rester crédibles en proposant à leurs spectateurs des contenus n'ayant a priori pas trait au cinéma, et encore moins au cinéma d'auteur ? Une problématique s'est donc imposée pour diriger la tenue de ce mémoire : Comment les salles Art et Essai s'approprient-elles les contenus hors film dans un contexte d'offre pléthorique de films ?

D'une certaine manière, ce mémoire est un prétexte pour questionner l'identité de la salle de cinéma Art et Essai du futur. Le hors film nous a paru l'un des symptômes d'un mouvement plus ample sur la nature et la fonction des établissements cinématographiques. Ce sujet pousse à évoquer tous les volets du secteur de l'exploitation : programmation et ligne éditoriale ; animation ; billetterie ; communication et accueil du public ; technique de projection ; financement des œuvres et du parc de salle ; renouvellement du public ; et enfin, des questionnements bien plus vastes : définition de la salle de cinéma et sens du métier d'exploitant.

Nous avons pris appui sur des ouvrages traitant du secteur de l'exploitation – aucun ne concerne exclusivement le hors film – et sur de très nombreux articles de la presse professionnelle (papier ou numérique) évoquant très spécifiquement la généralisation du hors films dès le début des années 2000. Le mémoire de Victoire Monceaux, dans le cadre de SciencePo Rennes, *Si tu ne viens pas à l'opéra, l'opéra viendra à toi : les diffusions d'opéras au cinéma, nouveau medium de démocratisation ?* a constitué une base considérable. Des mémoires d'anciens étudiants de la formation continue ont également été utiles dans la mesure où ils évoquaient les évolutions du secteur. Celui de Jimmy

[1] Ces données ont été calculées à partir du document disponible sur le site du CNC : *Données cartographie Géolocalisation des cinémas actifs en France*, 2015

Kerrad *La Polyvalence des salles à l'ère du numérique* écrit dès 2010 est le premier à avoir abordé la question du hors film. Rédigé cinq and plus tard par Mélanie Dauverné, le mémoire *Les nouvelles pratiques d'accompagnement des films et des publics*, a également été très inspirant. Des études et rapports professionnels, pour la plupart émanant du CNC ont permis d'établir des données officielles. Celui de Mikael Arnal et Agnès Salson[2] et plus récemment celui de Jean-Marie Dura[3] ont été des supports évidents. En revanche, les chiffres de fréquentation sont plus difficiles à trouver : par exemple, la fréquentation des contenus hors film tels que *Roméo et Juliette* (retransmis en direct de Comédie-Française, distribué par Pathé Live) ne sont pas répertoriés dans le box-office dans le Film Français (document établi et disponible via comScore, ex-Rentrak-Ciné Chiffres). Les sites internet des acteurs du secteur (distributeurs de contenus hors film, exploitants) ont aidé à dresser un panorama du marché. Parce qu'il n'était pas possible d'être exhaustif et d'imposer une vérité générale sur la pratique du hors film dans les salles Art et Essai, nous avons décidé de procéder sous forme d'étude de cas en nous appuyant sur les expériences de six exploitants de salles classées. Nous avons tenté d'établir un échantillon représentatif et varié : une salle privée parisienne de trois écrans, Le Balzac. Un cinéma associatif de cinq salles dans une commune de 60 000 habitants près de Bordeaux : Le Jean Eustache à Pessac. Une salle associative de deux écrans située en centre-ville d'une commune en périphérie de Paris (Saint-Denis, 100 000 habitants) : L'Écran. Un mono-écran associatif dans un village de 1 800 habitants en milieu rural et peu accessible : Le Cigalon (massif du Lubéron). Un cinéma intercommunal, « le plus grand cinéma public d'Europe », doté de six salles : le Méliès à Montreuil (100 000 habitants en Seine-Saint-Denis). Et enfin un mono-écran associatif dans une station balnéaire de moins de 5 000 habitants : Le Pax au Pouliguen. Les entretiens menés avec les directeurs de ces salles ont été complétés par une rencontre avec Thierry Fontaine, Président de Pathé Live, filiale du groupe Gaumont-Pathé distributrice de contenus alternatifs ainsi qu'avec Véronique Boursier, déléguée générale de l'association Enfances au Cinéma, œuvrant dans le domaine de l'éducation à l'image.

Nous aurions rêvé être exhaustif, cela n'a évidemment pas pu être possible. Nous aurions souhaité rencontrer davantage d'acteurs du secteur : directeurs techniques ; représentants de structures culturelles telles que les opéras ou théâtres dont les œuvres sont retransmises dans les cinémas ; sociétés de productions des captations ; et évidemment les

[2] *Les pratiques émergentes de l'exploitation cinématographique en Europe*, mars 2016
[3] *La salle de cinéma de demain*, septembre 2016

publics, dont les retours sur ces initiatives auraient été précieuses pour tout exploitant ou professionnel parcourant ce mémoire. Nous avons délibérément donné principalement la parole à des directeurs de salles, afin de rester au plus près des réalités du métier.

Dans un premier temps, il nous a semblé indispensable de traverser l'histoire du hors film qui suit les évolutions techniques de la projection cinématographique. Non seulement cet historique démontre que le souhait de passer des contenus non cinématographiques en salle est aussi vieux que le cinéma lui-même, mais il nous a fait découvrir que les évolutions technologiques ont probablement été pensées en grande partie pour favoriser cette pratique.

Les entretiens ainsi que les ouvrages et articles nous ont ensuite permis d'établir un état des lieux de l'usage du hors film : dans un premier temps du côté des circuits, qui ont été les premiers à le démocratiser et même à organiser le marché. Un secteur qui ne concerne que quatre sociétés de distribution pour un marché de niche, tant en terme de fréquentation que de recettes. Cette étape nous a semblée essentielle pour mettre ensuite en relief les modes de fonctionnement des salles Art et Essai qui se sont lancées dans cette activité. Nous avons ainsi constitué une sorte de répertoire des initiatives de ces salles. Cette partie trouve une place à part dans ce mémoire car elle ouvre largement la définition du hors film telle que nous l'étudions dans les deux premiers chapitres : si ces salles suivent de façon sporadique le modèle des circuits, elles alimentent leur spécificité d'initiatives toutes personnelles, en général en dehors du marché normé et régulé. Nous avons pris appui sur la parole des exploitants rencontrés, paroles qui ont façonné cette définition du hors film spécifique aux salles Art et Essai.

Nous terminons l'étude avec des perspectives – mais aussi des critiques – afin de mettre en relief quelques contradictions repérées chez certains professionnels du secteur. Conflits avec distributeurs, concurrence avec les films, espoir douteux de démocratisation culturelle… Ces remises en question ont pour objectif de répondre à nos questions sur l'identité des salles Art et Essai. Elles sont complétées par des exemples d'initiatives innovantes qui font exploser davantage la définition du hors film et les pratiques des salles. Tout cela concourant à imaginer une salle de cinéma inventive pour demain, une salle assurément polyvalente.

I. HISTOIRE DU HORS FILM

I. Le support de projection ouvre les possibles

Le support d'images en mouvement est historiquement la pellicule. Mais cent ans après l'invention du Cinématographe, la première projection numérique de *Star Wars : épisode 1 – La Menace Fantôme* (George Lucas, États-Unis) marque une étape décisive : en 1999, c'est le début des séances commerciales avec l'utilisation de disques durs à la place de la pellicule. Entre ces deux intervalles, un siècle d'innovations techniques s'est écoulé, marqué en son milieu par l'avènement de la télévision. Il est fréquent de lire que le développement des contenus hors film dans les salles est issu de la révolution numérique du début des années 2000 : « la rediffusion en salle de cinéma d'événements sportifs et de spectacles n'en est qu'à ses débuts en France »[4] pouvait-on lire dans *Les Inrockuptibles* en 2010. Pourtant, l'histoire des contenus dits *alternatifs*, c'est-à-dire autres que les films de cinéma, se calque sur celle de la technique de projection. Il existe un va et vient incessant entre l'évolution technologique et la possibilité de passer autre chose que du cinéma en salle. Dès lors, deux objectifs se dessinent pour les exploitants : sortir de la pellicule et passer d'autres contenus mènent à faire des économies d'une part, et des recettes financières de l'autre. Par ailleurs, et ce n'est pas forcément contradictoire, la fin de la pellicule et les contenus hors film peuvent être le moyen d'œuvrer à une certaine démocratisation culturelle.

L'arrivée des petits écrans dans les foyers a modifié considérablement le secteur de l'exploitation cinématographique et dans le même temps le rapport du public aux images. Ce bouleversement a mené les professionnels à remettre complètement en question l'essence même du cinéma : son utilité, ses contenus, sa technique. Aussi radical ce bouleversement fut-il – notamment en terme de fréquentation – la démarche d'évolutions technologiques et les tentatives de passer toutes sortes de contenus dans les salles obscures trouvent son origine dès le début du cinéma, nourrie par des expérimentations datant d'avant sa naissance. Nous proposons donc d'approfondir certaines étapes clés du hors film au regard des grands mouvements de l'exploitation cinématographique. Revenir sur cette chronologie a l'avantage de commencer l'analyse de ces pratiques avec une certaine

[4] LEDÉSERT Soline, « Du sport et des spectacles au cinéma : ce hors-film qui fait peur au film » in *Les Inrockuptibles*, 12 mars 2010.

hauteur de vue. Pour accompagner et compléter cette première partie, nous proposons de se référer au document *Les dates clés du hors film au regard des grandes étapes de l'exploitation cinématographique*, en annexe de ce mémoire.[5]

II. Genèse de la reproduction et de la diffusion en direct

Nous avons débuté nos recherches sur le hors film par le commencement : en tentant de retracer son histoire. Contrairement à ce que nous imaginions, le hors film n'est pas né en 2008 en France – et 2006 aux États-Unis – peu après la numérisation des salles et les œuvres lyriques du Metropolitan Opera de New York diffusées en salle. Plus surprenant encore, nos recherches nous ont menées à émettre l'hypothèse selon laquelle la numérisation puis la dématérialisation des supports de projection avaient pour l'un des objectifs majeurs de développer le hors film. Revenons sur quelques inventions clés dans l'histoire de la diffusion d'images afin d'alimenter cette hypothèse. Un chapitre de l'ouvrage collectif *Les salles de cinéma : enjeux, défis et perspectives* rédigé par les universitaires Kira Kitsopanidou et Giusy Pisano a été essentiel dans nos recherches[6]. Intitulé « L'émergence du hors-film sur grand écran ou la "nouvelle" polyvalence des salles de cinéma », ce chapitre traverse la question du hors film d'un point de vue historique et technique. Les auteurs énumèrent notamment les dispositifs technologiques expérimentés tout au long du XXème siècle et qui poursuivent cet objectif de diffusion en dehors du « ici et maintenant ».

1. Le théâtrophone

Le théâtrophone est une invention du français Clément Ader qui a fonctionnée entre 1881 et le début des années 1930, autrement dit, avant l'invention du cinéma. Aujourd'hui oublié, ce dispositif a été utilisé dans la sphère privée et dans des lieux publics. Il s'agissait d'un système empruntant la technique de la téléphonie et permettant la diffusion sonore en direct de concerts et de pièces de théâtre à plusieurs kilomètres du lieu d'émanation. En 1889, est même mis en place un système d'abonnement permettant d'importer ce dispositif

[5] Annexe n°1 p.155
[6] CRETON Laurent, KITSOPANIDOU Kira, *Les salles de cinéma : enjeux, défis et perspectives*, Armand Colin/recherches, Paris, 2013

dans le cadre privé, à domicile, tout en maintenant son utilisation dans des lieux publics. Ainsi, le théâtrophone préfigure, avant même l'invention du cinéma, les usages contemporains de nos supports de diffusion de contenus : ubiquité du spectateur via la désacralisation du « concept d'ici et maintenant »[7] ; écoute intime et communautaire, puisque le contenu est adressé à un auditeur en même temps qu'une écoute collective, du fait de sa simultanéité avec plusieurs personnes ; réunion virtuelle avec des spectateurs dans la salle de concert et des auditeurs en dehors.

Le théâtrophone de la fin du XIXème siècle anticipe plusieurs applications qui mèneront elles-mêmes à la technologie de la projection de contenus hors film. Même si dans ce cas précis, il s'agissait de contenus sonores, l'objectif était bien de partager une œuvre en même temps, dans des lieux différents, auprès d'un maximum de personnes.

2. La Theater TV

Au début du XXème siècle, en même temps que le cinéma se développe et se sédentarise, d'autres outils utilisant différentes technologies ont été inventés, en vue de diffuser un contenu vers plusieurs endroits en même temps, à partir d'un seul point d'émanation. Ces innovations s'affinaient en même temps que les récepteurs téléphoniques et la lampe triode se développaient.

Par exemple, le Radio-Telephone de Lee De Forest permet en 1910 une transmission par voie hertzienne d'un air d'opéra depuis le toit du Metropolitan Opera de New York (déjà lui) sur une distance de vingt kilomètres auprès d'une centaine de lignes téléphoniques. Ces expériences, parmi d'autres, croisent et interagissent avec celles liées au cinéma, à la radio et à la télévision, jusqu'à la *Theater TV* (télévision projetée) dans les années 1920. C'est en 1930 que la première performance publique a lieu, à Londres. Mais le résultat technique n'est pas au niveau du cinéma, le projecteur est dans la salle et l'écran est très petit. Les contenus diffusés étaient des matches de boxe, du football et de l'opéra. Les recherches continuent pour améliorer la qualité de projection de la *Theater TV* et, en 1931, le Broadway Theater de New York organise la première retransmission en direct d'une pièce de théâtre depuis le Theatre Guild Playhouse. C'est huit ans plus tard que la télévision projetée sera proposée en France, au Théâtre Marigny à Paris.

---

[7] CRETON Laurent, KITSOPANIDOU Kira, *Les salles de cinéma : enjeux, défis et perspectives*, Ibidem, p.151.

C'est donc presque dès son origine que l'écran de cinéma est envisagé comme une surface pouvant accueillir tout type de contenus, et donc pas exclusivement cinématographiques. Kira Kitsopanidou et Giusy Pisano révèlent que dès la fin des années 1930, les studios hollywoodiens « y voient un moyen de réduire les frais d'édition par la suppression des copies d'exploitation de leurs films, de diversifier les activités de leurs circuits et enfin d'augmenter le prix des places »[8], phénomène qui se reproduit à la lettre depuis le début des années 2000 avec le numérique (DCP puis copies dématérialisées) et l'émergence du hors film : il permet bien une diversité des contenus et une hausse des billets dont le prix vaut parfois plus du double que celui d'un ticket de cinéma.

III. Apogée de la télévision

Juste après la Seconde Guerre mondiale, la fréquentation des cinémas correspond au double de celle d'aujourd'hui (423 millions d'entrées en 1947). Dans le même temps, une menace dont les effets seront irréversibles, commence à voir le jour : la télévision s'installe au sein des foyers. Au départ, cette technique inspire les professionnels de l'exploitation, qui imaginent l'importer au sein des salles de cinéma, probablement pour les sauver. La télévision bouleversera malgré tout de façon désastreuse le secteur de l'exploitation cinématographique.

1. Le rêve de la dématérialisation

Dans les années 1950, Adolphe Trichet, Président du Syndicat des directeurs de salles en France imagine les avantages économiques de la multiple diffusion d'un spectacle vivant dans plusieurs centaines de salles de cinéma : échanges internationaux, accroissement du public et donc des recettes, en évitant trop d'investissements supplémentaires en terme de production du spectacle. D'autre part, « des comptes rendus de réunions de 1946 ont été retrouvés dans les archives de la CST (Commission Supérieure Technique de l'image et du son). On y évoque déjà l'opportunité de trouver des solutions techniques pour diffuser des œuvres dans les salles de cinéma en utilisant [les supports

[8] CRETON Laurent, KITSOPANIDOU Kira, *Les salles de cinéma : enjeux, défis et perspectives*, Ibidem, p.153.

électroniques] »[9]. L'objectif majeur était la suppression de la pellicule 35 mm, avec déjà l'idée d'éviter les frais de copies. C'est la Société Nouvelle des Établissements Gaumont qui se lancent dans cette activité. Le Madeleine Cinéma organise une projection de télévision en direct sur grand écran, le 25 novembre 1950. Un camion laboratoire, garé à proximité du cinéma, transforme en quasi direct la captation télévisuelle en bobine 35 mm pour s'adapter au projecteur du cinéma.[10] Encore une fois, la salle ne pouvait pas se séparer de la pellicule si elle voulait une projection de qualité, mais l'idée de diffuser des contenus télévisuels est alors tout à fait acceptée.

Aux États-Unis, c'est en 1951 que voit le jour le premier distributeur/programmateur de contenus hors film : *Theater Television Network*, créé par Nathan Halpern. Certaines compétitions sportives remportent un beau succès au box office.

1952 marque la première transmission commerciale en direct de l'opéra *Carmen* depuis le Metropolitan Opera de New York (encore lui) dans vingt-sept villes des États-Unis, une trentaine de salles, et a réuni 67 000 spectateurs.

En France, les initiatives se poursuivent. Alain Condroyer, fils de l'exploitant Charles Condroyer, lui-même exploitant et cofondateur de l'UGC se souvient :

> « En juin 1953, au moment du couronnement de la reine Elisabeth II, mon père a loué un vidéo-projecteur, pour transmettre sur grand écran et en direct cet événement mondialement attendu. Nous étions les seuls en périphérie à offrir cette retransmission qui a attiré de nombreux spectateurs, dont beaucoup d'Anglais. À Paris, la même opération a eu lieu au Marignan, au Marbeuf et au Raimu sur les Champs-Elysées. Par la suite et pendant quelques semaines, nous avons retransmis, toujours en direct, l'émission "La Kermesse aux étoiles", événements organisés, je crois, au profit de la 2e DB. »[11]

À cette époque, il n'y avait pas encore une télévision par foyer en France. La salle de cinéma était, sans complexe, le lieu du rassemblement et du partage de l'émotion collective, qu'elle soit provoquée par un film ou tout autre événement :

---

[9] BESSE Alain, *Salles de projection, salles de cinéma*, Dunod, 2007, p.152

[10] Une vidéo présentant le procédé est en ligne sur le site de l'INA : Les Actualités françaises, « Télévision débrief du match de boxe – Robinson », Source : INA http://www.ina.fr/video/AFE85003843, 30 novembre 1950

[11] BONVOISON Smara, FOREST Claude, VALMARY Hélène, *Figures des salles obscures – Des exploitants racontent leur siècle de cinéma*, Op. cit., p. 164-165.

> « On a longtemps considéré que le cinéma ne se suffisait pas à lui-même. Il fallait le flanquer de compléments, de suppléments, d'entractes et d'attractions, de séquences superfétatoires. Le public en voulait « pour son argent » : aux éléments strictement cinématographiques surabondants s'ajoutaient parfois les attractions sur scène, du music-hall de piètre envergure à base d'imitations, d'illusionnisme, de numéros de cirque ou de chansons. Histoire de remplir les trois heures ou presque, de justifier le ballet renouvelés des ouvreuses en jupes droites et escarpins transformées en vendeuses de friandises, de « faire patienter » dans l'attente du moment tant et trop attendu, celui où s'ouvrirait une dernière fois le rideau rouge afin que commence enfin le grand film pour lequel on est venu. »[12]

Le milieu des années 1950 voit le déclin de ces initiatives. La télévision est de plus en plus installée dans les foyers, les professionnels du cinéma, du spectacle vivant, de la radio et de la musique marquent leur résistance.

2. Menace et inspiration de la télévision

Il nous paraît passionnant et extrêmement enrichissant de nous arrêter sur un épisode de l'année 1952 qui aurait pu changer le cours de l'Histoire. Entre le 5 et le 9 octobre 1952, M. Adolphe Trichet, alors Président de la Fédération Nationale des Cinémas Français, s'est rendu à Turin pour le IIIème Congrès International de la Technique Cinématographique. Il y a pris la parole – au nom de la FNCF – sur les liens entre cinéma et télévision devant une assemblée de professionnels du cinéma. Suite à ce discours, L'Union Internationale de l'Exploitation Cinématographique et la Fédération Internationale des Associations de Producteurs de Films ont présenté une motion commune. *Le Film Français* a publié une dizaine de jours plus tard – le 17 octobre 1952 – le rapport de ce discours intitulé « Les Théâtres Cinématographiques devant la Télévision »[13] ainsi que la « Motion adoptée à Turin à la demande de l'Exploitation et de la Production ». Ces éléments constituent un dossier de quatre pages présenté dans une rubrique intitulée « Le courrier du Centre du Cinéma : liaison et informations de la Fédération Nationale des Cinémas Français ». On en déduit alors le caractère officiel de

---

[12] BARROT Olivier, BOULDOUYRE Alain, *Voyages au pays des salles obscures*, Editions Hoëbeke, Paris, 2006, p.52.

[13] « Vers une entente cinéma-télévision ? », in *Le Film Français* n°427 du 17 octobre 1952, p. 17 à 20

cette déclaration qui apparaît comme un programme politique sur l'évolution du secteur de l'exploitation cinématographique à l'heure de l'essor de la télévision. Le rapport, accompagné de la motion, constituent une proposition aux gouvernements internationaux et plus précisément français : l'établissement d'un protocole permettant de séparer strictement deux fonctionnalités de la télévision :

- La première serait constituée de programmes à destination des foyers.
- La seconde serait à destination des salles de cinéma avec des programmes spécifiquement conçus pour et diffusés via la télévision projetée.

Si la télévision dans les foyers français se généralise plutôt à partir de 1957, on saisit avec ces comptes-rendus que la profession cinématographique est tout autant curieuse qu'inquiète vis-à-vis de ce nouveau médium à images. Dès les premières lignes, M. Trichet évoque la « crise du cinéma ». Dans son discours, il pose les bases et les conditions d'un accord cinéma/télévision à partir du constat suivant : le cinéma est contraint par la technique argentique : « nos salles, enfermées dans le domaine trop étroit de la pellicule, ont tendance à se vider »[14]. Il ajoute que la télévision ne produit pas de programmes satisfaisants en raison d'un manque de moyens financiers ce qui le mène à conclure qu'une liaison entre ces deux industries serait évidente.

> « Les ondes de la Télévision, en prenant la place de la pellicule comme support de nos programmes, libèrent nos établissements des contingences dont ils souffrent et dans le temps, et dans l'espace, comme dans le genre et la qualité de leurs représentations.
> Ainsi un directeur améliorera-t-il singulièrement ses offres à la clientèle en lui proposant : spectacle de variété, ou retransmission d'une comédie des boulevards, séance de gala à l'Opéra comme grand événement sportif, tout en continuant d'ailleurs à projeter des spectacles spécifiquement cinématographiques mais qui seraient alors fournis par la voie des ondes tout en respectant comme dans le présent un ordre de priorité. »[15]

La technique de la télévision permettrait donc la suppression de la pellicule qui est contraignante à double titre : contraintes spatiales et temporelles. Plus précisément, M. Trichet évoque donc la fin du transport des copies et la possibilité de diffusion de contenus en simultané sur tout le territoire. Le troisième atout est la possibilité de diffuser toute sorte de contenus, qui sont aujourd'hui mot pour mot les contenus hors film proposés dans les

---

[14] « Vers une entente cinéma-télévision ? », Ibidem, p. 18
[15] « Vers une entente cinéma-télévision ? », Ibid, p. 19

salles de cinéma : le stand up (Florence Foresti, Gad Elmaleh) a remplacé la comédie des boulevards, l'Opéra National de Paris ou le Metropolitan Theater sont bel et bien dans les salles, les matchs de foot ou de rugby font régulièrement l'objet de tentatives de projection en salle. Lorsque M. Trichet parle de « l'ordre de priorité » à respecter, nous repérons le processus actuel qui implique que les salles prennent soin de conserver un caractère exceptionnel à ces projections et passent en priorité des films, à des jours et horaires stratégiques. Cela évoque également le principe de chronologie des médias. M. Trichet identifie donc avec la télévision exactement les mêmes atouts mis en exergue avec l'arrivée du numérique cinquante ans plus tard.

Ce programme national d'envergure étatique n'a pas été appliqué officiellement. Néanmoins, dans les faits, un demi-siècle plus tard nous voyons dans notre quotidien de fortes similitudes : certains programmes d'images animées sont effectivement réservées à la télévision dans les foyers (émissions, reportages, journaux télévisés) quand d'autres vont premièrement et/ou exclusivement sur les écrans de cinéma : les films bien entendus, mais aussi les captations de divers spectacles qui ne font pas l'objet d'une diffusion télévisées a posteriori.

3. Crise de l'exploitation et inventions

À la fin des années 1960, ce qu'on appelle la crise de l'exploitation frappe de plein fouet. Entre 1958 et 1987, les trois quarts des écrans français ferment, si on compte toutes les formes d'exploitation. En 1968, la fréquentation chute. L'exploitation française aura alors perdu plus de la moitié de ses entrées en dix ans. La télévision dans les foyers devient l'un des moyens majeurs de diffusion de films de cinéma.

Alors qu'il cherche à tout prix à travailler dans le cinéma, le jeune Denis Chateau, constate au milieu des années 1960 « que tous les professionnels rencontrés, à quelques exceptions près, tenaient le même discours sur la disparition inéluctable du cinéma, lequel allait être dévoré par la télévision »[16]. Et quand en 1965, il est embauché à Gaumont comme attaché de direction, à tout juste 25 ans, il aura trois missions à mener en partenariat avec Jean-Charles Edeline : travailler à la création de complexes en périphérie des grandes villes, redynamiser l'animation des salles de quartier et développer la projection télévisuelle sur grand écran. En effet, Jean-Charles Edeline mène des réflexions

[16] BONVOISON Smara, FOREST Claude, VALMARY Hélène, *Figures des salles obscures – Des exploitants racontent leur siècle de cinéma*, Op. cit., p. 103.

avec la CST « sur la possibilité d'installer un réseau de salles en vidéo-projection. »[17]. Denis Château se souvient :

> « La mission télévisuelle s'est terminée assez rapidement en 1966 avec la projection des matchs de la Coupe du monde de football en direct sur les écrans du cinéma le Bosquet : le football ne suscitait pas l'engouement qu'il rencontre aujourd'hui, le projecteur prenait une place énorme dans la salle et seul le jour de la finale, opposant les équipes de Grande-Bretagne et de l'Allemagne, a été un succès avec une vente de billets supérieure au nombre de fauteuils. Malgré nos nombreuses tentatives, même la retransmission des courses du tiercé, ce genre d'événements en salle n'avait aucun avenir. Il faudra attendre l'avènement du numérique. »[18].

Dans leur album de souvenirs *Voyages au pays des salles obscures*, les auteurs Olivier Barrot (journaliste, spécialiste du cinéma) et Alain Bouldouyre (dessinateur), considèrent à leur tour que ces initiatives déçoivent, et ce dès 1960 : « Le Bosquet tente, en 1960, la diffusion sur grand écran de programmes de télévision, tels, cette année-là, les Jeux olympiques de Rome. Mais cet essai ne sera pas concluant ».[19]

En 1977, l'idée d'utiliser des solutions de transmissions par satellite à destination d'un réseau de salles est pourtant à l'étude. Mais la qualité fait défaut ce qui empêche les distributeurs de s'y intéresser. Moins de dix ans plus tard, en 1982, la solution VTS, qui utilise le satellite et la vidéo-projection, a pour objectif de retransmettre des opéras, des pièces de théâtre et du sport, principalement dans des zones rurales. Bien que le CNC ait donné son accord sur cette initiative, les distributeurs de cinéma, également favorables dans un premier temps, ont finalement montré leur désaccord, par crainte de la concurrence. Une dizaine de salles seulement se seraient servi de cette solution. Il semblerait par ailleurs que la qualité ne soit pas suffisante pour permettre un développement à grande échelle et le système est abandonné en 1987. Il reste quelques inconnues quand à la véritable chronologie du système VTS – qui deviendra moins de dix plus tard VTHR (vidéotransmission haute résolution) – mais également quant aux raisons

---

[17] BESSE Alain, *Salles de projection, salles de cinéma*, Op. cit., p. 152.
[18] BONVOISON Smara, FOREST Claude, VALMARY Hélène, *Figures des salles obscures – Des exploitants racontent leur siècle de cinéma*, Op. cit., p.104.
[19] BARROT Olivier, BOULDOUYRE Alain, *Voyages au pays des salles obscures*, Editions Hoëbeke, Paris, 2006, p.41.

de son abandon. Francis Fourneau, exploitant dans les années 80 à Romorantin (ville d'environ 17 000 habitants dans le Loir-et-Cher) se souvient :

> « Déjà en 1986 à Romorantin, nous étions l'une des premières salles à faire de la vidéotransmission avec VTHR (sic) […] : matchs de foot, concerts du groupe Indochine ou de Jeanne Mas. Le succès était au rendez-vous. Mais Canal + est arrivé et notre réseau n'était plus à la hauteur pour négocier les droits ». [20]

S'il est envisageable que M. Fourneau confonde VTHR et VTS (l'activité de VTHR date de 1990), ce sont deux autres éléments qui importent vraiment dans son témoignage : tout d'abord, on peut confirmer que les propositions de hors film il y a trente ans étaient tout à fait similaires à celles d'aujourd'hui : sport et concerts populaires. Ensuite, c'est qu'au-delà du film, la télévision a apparemment menacé l'ensemble des initiatives de la profession dans les années 1980, comme si elle avait « tout raflé » sur son passage dans un jeu de concurrence violent. Les salles n'ont plus eu d'exclusivité sur aucune image.

Dans la seconde moitié des années 1980, on prévoit le « remplacement technologique »[21] du 35 mm par la vidéo pour la décennie d'après. En effet, Claude Soulé, directeur général de la CST, rédige en 1986 un rapport destiné au ministre de la Culture et de la Communication de l'époque l'informant de ces délais.

III. L'avènement du hors film avec celui du numérique

À partir des différents éléments de recherche à notre portée, nous avons été surpris par la récurrence des initiatives et des questionnements des professionnels du secteur concernant l'insertion de contenus alternatifs dans les salles de cinéma. Celles-ci n'auraient donc jamais été sacrées ? Avant l'arrivée de la télévision – étape charnière – tout comme après sa généralisation dans les foyers, trois éléments fondamentaux étaient espérés par certains professionnels :

---

[20] BONVOISON Smara, FOREST Claude, VALMARY Hélène, *Figures des salles obscures – Des exploitants racontent leur siècle de cinéma*, Op. cit., p.233.
[21] BESSE Alain, *Salles de projection, salles de cinéma*, Op. cit., p. 153.

- Un unique point d'émanation de contenus pouvant être diffusés à des milliers d'autres, ailleurs, partout.
- Supprimer la pellicule pour un support plus « léger » et moins coûteux (voir plus de support tangible du tout).
- Diversifier les possibilités de contenus dans les salles.

La technologie numérique n'est pas arrivée d'un coup en l'an 2000. Elle résulte directement de toutes les inventions évoquées plus haut. Et elle a pour objectif les trois points que nous venons de dégager.

1. L'équipement numérique des salles : un terrain favorable au hors film

C'est en 1993 que le système VTS, repris sous le terme VTHR, connaît un essor plus favorable. « Créé et commercialisé par EDF et Ex-Camera filiale de Thomson »[22], VTHR se tourne vers les collectivités locales et axe son action dans le champ de la démocratisation culturelle. C'est en effet auprès des petites et moyennes communes mais aussi des zones rurales isolées ou partiellement isolées que VTHR s'adresse. La société produit en haute résolution les captations d'événements relevant du spectacle vivant et sportifs et proposent aux villes de diffuser dix événements parmi la trentaine produite. Afin de s'équiper en vidéo-projecteur haute définition et d'une antenne de réception par satellite, les communes peuvent solliciter des aides des conseils départementaux et régionaux.

> « De 1994 à 2004, VTHR a séduit environ trois cent communes. […] VTHR a depuis été reprise par CielÉcran, leader français de la diffusion vidéo de spectacles vivants. En 2008, CielÉcran a été racheté par les cinémas Gaumont-Pathé. En 2011, la filiale fut renommée Pathé Live. C'est CielÉcran, qui, à partir de 2008, commença à distribuer *The Met : Live in HD* dans les cinémas français, introduisant les diffusions d'opéras au cinéma d'une manière plus spectaculaire que ne l'avait fait son ancêtre VTHR, mais assurant la continuité du système. »[23]

---

[22] MONCEAU Victoire, *Si tu ne viens pas à l'opéra, l'opéra viendra à toi : les diffusions d'opéras au cinéma, nouveau médium de démocratisation ?* Science Po Rennes, 2013, p. 34.
[23] MONCEAU Victoire, *Si tu ne viens pas à l'opéra, l'opéra viendra à toi : les diffusions d'opéras au cinéma, nouveau médium de démocratisation ?*, Ibidem, p.36.

Au début des années 2000, la technologie du numérique permet donc d'achever et de parfaire l'expérience de la projection de contenus hors film dans les salles de cinéma. Plusieurs critères expliquent cet avènement :

Tout d'abord, celui de la qualité de projection. Tant que le numérique n'était pas équivalent en qualité au 35 mm, le public et les exploitants n'avaient aucun intérêt à favoriser ce support. En 1999, quand Barco présente à la CST une projection numérique avec la technologie de Texas Instrument, la qualité est effectivement bien supérieure à la vidéo mais reste encore en dessous du 35 mm. En revanche, quand en 2005, les projecteurs atteignent le 2K avec une résolution de 2048 (la vidéo étant à 1280), les acteurs du secteur s'entendent sur les normes permettant l'utilisation généralisée de cette technologie. Le numérique allège la question du poids et du transport de copies et semble solutionner la problématique de leur usure. De plus, il faut également noter que l'avènement du numérique HD concerne l'ensemble de la chaine, du tournage à la diffusion.

D'autre part, au-delà de la qualité de projection, la qualité des captations a été bien plus performante : des moyens colossaux ont été investis pour que la retransmission en direct soit attractive. Des mises en scènes soignées avec parfois jusqu'à quinze caméras, des mouvements, des gros plans, un travail de montage et une qualité irréprochable du son ont transformé ces contenus en événements.

Du côté des exploitants, puisque l'équipement numérique s'est avéré inévitable pour l'ensemble des salles, l'idée de tirer partie au maximum de cet investissement paraît évidente. Diffuser des contenus hors film n'engage pas de frais supplémentaires (sauf pour certaines salles qui souhaiteraient passer des contenus en direct et qui ne disposeraient pas encore de signal satellite).

Enfin, du point de vue du public, l'exigence de qualité et de diversité des contenus s'impose avec l'accès à toutes sortes d'écrans. Au début des années 2000, les spectateurs sont prêts à voir en salle de cinéma des objets vidéographiques qui ne s'apparentent plus aux films de fictions ou documentaires traditionnels.

2. Les images sont partout, notamment en dehors de la salle

Télévision 3D, lecteurs DVD, consoles de jeux vidéo, Smartphone, tablette, casque de réalité virtuelle, vidéo projecteur et pico projecteur, ordinateur de bureau et portable, sont autant de supports disponibles pour regarder des films ou tout autre contenu d'images

animées depuis les années 2000. Ces supports ont pris une place considérable dans notre quotidien et sont des concurrents directs à l'écran de cinéma et à son projecteur.
En plus de cette multiplicité de supports, il faut ajouter la variété des canaux nous permettant d'accéder – gratuitement parfois – à des images : DVD et Blu-Ray, chaînes de la TNT et chaîne payantes, Vidéo à la demande via les Boxes TV, Internet avec le téléchargement ou le streaming : Youtube, Itunes, sites de vidéo à la demande et le très connu, et controversé, Netflix. Du côté du public, il paraît clair que depuis le début des années 2000, nous sommes habitués à remettre en question le « ici et maintenant », c'est-à-dire le concept du rendez-vous à un endroit donné, à un instant précis. Smartphones, ordinateurs et tablettes connectés à internet sont des outils qui nous permettent d'accumuler des contenus, que l'on peut réécouter et/ou re-visionner mais aussi partitionner (mettre sur pause, commencer au milieu), autant de fois que nous le souhaitons, quand et où cela nous arrange, en groupe mais surtout seul. La transmission à distance est ancrée dans notre vie de tous les jours.

Dans l'ouvrage collectif *Le cinéma dans la cité*, au chapitre « Modes de consommation et enjeux de la diffusion », Laurent Creton, spécialiste en économie du cinéma et de ses innovations, confirme que la salle n'est définitivement plus le temple du cinéma :

> « Malgré la reprise de la fréquentation après une longue phase de dégradation, la salle reste très largement minoritaire face à l'extension qui se poursuit des autres pratiques, notamment de la télévision-audiovisuel à domicile. Dans plus de 96% des cas, les films de cinéma sont vus hors de la salle. Célébré par de puissantes campagnes de marketting et sous-tendu par les innovations techniques de l'image et du son, les atouts de commodité et de choix, les gains de productivité, le marché du "cinéma à domicile" est en plein développement. Avec la multiplication des chaînes, la poussée des équipements de péritélévision (DVD, notamment) et l'extension des modalités de diffusion grâce à de nouveaux supports technologiques (câble, satellite, numérique hertzien, et demain Internet à haut débit), le spectateur-consommateur se retrouve face à une profusion d'offres qui constitue un changement profond par rapport à une économie traditionnelle dominée par la rareté. »[24]

[24] CLADEL Gérard, FEIGELSON Kristian, GÉVAUDAN Jean-Michel, LANDAIS Christian, SAUVAGET Daniel, (sous la direction de), Editions du Félin, Paris, 2001, *Le cinéma dans la cité*, p.77 et 78.

Les supports, les canaux de diffusions mais aussi les contenus sont rendus plus complexes à mesure que nous disposons d'autant d'accès aux images. Qu'est-ce qu'un film de cinéma ? Les producteurs, distributeurs et exploitants peuvent éventuellement donner une définition exacte qui serait liée à son financement, à son mode de diffusion (et à la chronologie des médias par exemple) et à la façon dont il contribue au financement des prochains. Mais le public, spécialement le jeune public, sait-il faire la différence entre une série, un web-documentaire, un long métrage ?

Ce public est celui dont les pratiques se résument par l'acronyme ATAWAD : « AnyTime, AnyWhere, AnyDevice » qui signifie : n'importe quand, n'importe où, n'importe quel support. Certains prolongent le terme pour le transformer en ATAWADAC : « AnyTime, AnyWhere, AnyDevice, AnyContent » pour ajouter la précision : n'importe quel contenu. Si nous souhaitions franciser le terme, on pourrait parler de « Mobiquité » (mobilité et ubiquité). Ainsi la fin de la sacralisation du principe « d'ici et maintenant » évoqué en début de chapitre et faisant référence aux recherches de Kira Kitsopanidou et Giusy Pisano est bel et bien en marche. Le rendez-vous, à un endroit et à un moment, a laissé place à une certaine liberté, qui pourtant ne s'accorde pas au principe du hors film.

3. Le hors film, retour vers le passé ?

Nous verrons dans le chapitre suivant l'état du marché actuel concernant le hors film, et notamment quels sont les programmes proposés et plébiscités. Avant d'entrer plus en détail, on peut d'ores et déjà affirmer qu'il s'agit presque toujours de contenus inédits, souvent montrés en direct, et lorsqu'il s'agit de transmissions en différé, le nombre de séances et de lieux les diffusant est restreint. Autrement dit, le hors film fonctionne sur le modèle de l'événement.

Dans l'ouvrage évoqué plus haut *Le cinéma dans la cité*, Claude Forest, maître de conférence en économie du cinéma écrit, en 2001, dans le chapitre « Les films, stratégie de l'offre » :

> « La multiplication des offres à domicile durant la dernière décennie a bouleversé le rapport des spectateurs aux images en général, au cinéma en particulier. La quantité de films diffusés à la télévision a augmenté parallèlement à l'exigence et à la sélectivité du (télé)spectateur, la décision de la sortie en salles obéissant davantage à des critères

> inconscients d'ordre social qu'à des critères proprement cinématographiques. La concurrence de la télévision et des offres audiovisuelles à domicile a eu pour effet, en réduisant la fréquentation des salles, de polariser les entrées et donc les recettes sur un nombre de plus en plus restreint de films (effet podium). Cette multiplication de l'offre de films à domicile, ainsi d'ailleurs que des fictions audiovisuelles, s'est traduite par une banalisation du spectacle cinématographique et a d'abord amené le public à raréfier ses sorties, puis à leur conférer un caractère événementiel qui doit se distinguer de l'offre quotidienne à domicile. »[25]

Le hors film n'échappe pas à la règle de l'événement, il en est même le fer de lance : sa spécificité est que le public se rassemble forcément à un même horaire, en de multiples endroits certes, mais forcément en communauté, pour vivre une expérience commune. Dans son mémoire sur *Les nouvelles pratiques d'accompagnement des films et des publics*, Mélanie Dauverné évoque plus qu'une spécificité, elle parle même de contradiction avec les usages actuels :

> « Le "hors film" vient contredire la liberté acquise par le consommateur ATAWAD. Ici pas question de consommer ces retransmissions de spectacle "où l'on veut, quand on veut et comme on veut". La projection du "hors film" est en effet contrainte par des instances supérieures. […] la pratique de l'écoute télévisuelle étant avérée en diminution, nous pourrions nous interroger à ce stade sur la pertinence d'une pratique qui irait à contre-courant des pratiques spectatorielles du comportement ATAWAD ? »[26]

En prenant en compte la concurrence dans l'accès aux images, le flou sur les définitions des contenus et les pratiques des nouveaux publics, force est de constater que les exploitants font face à de nombreux enjeux pour maintenir leur salle en activité. Pour aller plus loin, c'est même la question de l'utilité de la salle qui est mise au défi. Pourtant, alors qu'en 1992 la fréquentation française avait chuté et atteint 178 millions d'entrées, ce sont 205 millions d'entrées qui ont été comptabilisées en 2015.

---

[25] CLADEL Gérard, FEIGELSON Kristian, GÉVAUDAN Jean-Michel, LANDAIS Christian, SAUVAGET Daniel, (sous la direction de), *Le cinéma dans la cité*, Ibidem, p. 57 et 58.
[26] DAUVERNÉ Mélanie, *Les nouvelles pratiques d'accompagnement des films et des publics*, La Fémis, 2015, p. 47 et 48.

Les critères techniques et économiques liés à l'équipement des salles au numérique sont fondamentaux. « L'écran de cinéma numérique devient un écran display »[27] c'est-à-dire qu'il est le support d'un nombre illimités de contenus audio et visuels de toute nature. Le 30 décembre 2006, le Metropolitan Opera de New York relance l'expérience de la retransmission en direct d'un opéra dans les salles de cinéma. Le projet de 1881 (le théâtrophone) trouve son aboutissement 130 ans plus tard avec le son et l'image HD, le direct, et la multidiffusion.

Dans les pages suivantes, nous ferons un état des lieux général des propositions, du fonctionnement et du marché financier du hors film. Puis nous reviendrons sur cette notion d'utilité de la salle en pointant notre attention sur des cinémas Art et Essai, qui défendent justement cet axe fort qu'est le rôle de la salle de cinéma au sein de la cité. Les notions d'événement et de rassemblement que constituent les propositions du hors film sont parfois une réponse pour ces exploitants.

[27] CRETON Laurent, KITSOPANIDOU Kira, *Les salles de cinéma : enjeux, défis et perspectives*, Op. cit., p.157.

II. PANORAMA DU MARCHÉ ACTUEL

Si notre sujet d'étude est l'appropriation des contenus hors film par les salles Art et Essai, il nous a cependant semblé nécessaire de faire une étape par un état des lieux global de ce secteur d'activité. Pour reprendre les termes de Boris Spire, directeur du cinéma public et Art et Essai L'Écran, à Saint-Denis (Seine-Saint-Denis) : « Ce qui doit nous permettre de continuer à vivre, à survivre, à continuer à se développer aujourd'hui et demain c'est de dire que ce qu'on propose n'est pas ce que propose le privé. Bien sûr que le privé va aussi sur l'opéra ou la Comédie-Française, *ce sont même eux qui en sont à l'initiative, qui étaient forces de proposition avant nous*. Cette fois-ci nous les copions, c'est bien dommage, mais c'est comme ça. »[28]. Ce que Boris Spire appelle « le privé » correspond en fait aux circuits, qui effectivement, sont les premiers à avoir remis le hors film au goût du jour. Et en premier lieu Gaumont-Pathé, en 2008, avec le rachat de la société CielÉcran (qui dès 2004 se lançait dans la retransmission d'événements sportifs) et la première saison de *The Met : Live in HD* dans des salles françaises. Au fur et à mesure de nos recherches, nous avons également réalisé qu'un aller-retour entre circuits et salles indépendantes (Art et Essai plus précisément) s'effectuait : tant en terme de partenariat qu'en terme d'inspirations entre les unes et les autres pour proposer de nouvelles initiatives au public. Mais avant d'approfondir ce sujet, revenons sur les mécanismes du hors film à une plus grande échelle. Nous allons parcourir comment ce marché s'organise, quels sont les contenus aujourd'hui diffusés dans les grandes salles, et l'impact de ce marché sur la fréquentation en France.

I. Création de nouveaux secteurs d'activités

Depuis la première saison du Met aux États-Unis et dans quelques autres pays, en 2006-2007, le marché du hors film attire, et parfois créé, de nouveaux secteurs d'activités. En premier lieu, les structures culturelles (comme les opéras, les théâtres), sur lesquelles nous reviendrons, et évidemment les exploitants, qui ont repéré un nouveau marché, source de recettes additionnelles et d'optimisation de leurs écrans sur certains créneaux. Entre les structures d'où émanent les contenus et celles qui, au final, les diffusent, des filières

[28] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p. 187.

s'insèrent et œuvrent sur ce marché : des sociétés de production pour les captations, qui emploient nécessairement des réalisateurs, des chefs opérateurs, des cadreurs, des scripts, des ingénieurs du son etc. ; des laboratoires de post-production ; des fabricants de logiciels et de matériel informatique (comme Sony, qui développe des solution de captation live et en 3D) ; des prestataires de service de distribution numérique ; des régies publicitaires ; des tiers opérateurs de cinéma numériques. Le hors film devient une étape dans la stratégie marketing de ces entreprises et apporte du prestige et une manne financière supplémentaire.

Afin d'amortir les dépenses de captation et de diffusion, le marché est international et pris en main par de grands groupes audiovisuels qui créent des filiales pour maitriser l'ensemble de la chaîne du hors film de la production à la distribution. Des engagements d'exclusivité d'un circuit de salle pour la programmation d'une saison complète d'une maison d'opéra tendent à concentrer les activités. Ainsi, depuis les années 2000, des secteurs d'activités ont été repensés ou créés pour la diffusion du hors film dans les salles de cinéma. Ce sont néanmoins les grands groupes et des programmes dits « de marque », c'est-à-dire à forte notoriété, qui représentent la majorité de l'activité. En France, les trois principaux circuits de distributions et/ou d'exploitation que sont Gaumont-Pathé, UGC et CGR ont soit créé des filiales de distribution – et parfois même de production – de contenus hors film, soit se sont insérées sur le marché via la création de programmes porteurs.

1. Des filiales de distributeurs ou d'exploitants de cinéma

Un colloque international « Les salles de cinéma en Europe : enjeux, défis et perspectives », à l'Institut National d'Histoire de l'Art, les 6 et 7 décembre 2011, organisé par l'IRCAV, a rassemblé des universitaires et des exploitants européens[29]. À cette occasion, une table ronde autour de la question « quelles pratiques innovantes en matière de marketing et de relation avec les spectateurs ? » a été organisée. Mark de Quervain, directeur des ventes et marketing du circuit de salles britanniques Vue a confirmé que les grands groupes de distributions et d'exploitations s'emparaient du hors film comme levier de diversification de leurs recettes. Ils s'inspirent du fonctionnement du secteur audiovisuel :

[29] Leurs recherches et témoignages ont été réunis dans l'ouvrage déjà cité *Les salles de cinéma – Enjeux, défis et perspectives*, sous la direction de Laurent Creton et Kira Kitsopanidou.

> « En offrant davantage de choix, d'avant-premières et de contenus alternatifs, nous désirons penser la programmation dans les cinémas de manière différente, un peu à la manière d'une chaine de télévision. Cette idée de se comporter comme une chaine de télévision plutôt que comme un circuit de salles traditionnel est en germe chez Vue depuis 2003. »[30]

Afin de déterminer le fonctionnement des trois réseaux Pathé Live, CGR Events et UGC, de saisir leur spécificité et de vérifier si comme l'avance Mark de Quervain, ils se comportent comme des chaînes de télévision, nous avons eu accès à plusieurs sources : la presse professionnelle, les sites internet des filiales, leurs programmes (papier quand ils existent), le mémoire passionnant de Victoire Monceaux dans le cadre de SciencePo Rennes intitulé *Si tu ne viens pas à l'opéra, l'opéra viendra à toi : les diffusions d'opéras au cinéma, nouveau médium de démocratisation* (2012-2013), ainsi qu'une émission radiophonique sur France Culture. Nous avons eu la chance de rencontrer Thierry Fontaine, Président de Pathé Live – filiale du groupe Gaumont-Pathé – leader parmi les trois acteurs majeurs qui se partagent le marché. Le manque de temps et l'objectif de se concentrer sur les salles Art et Essai ne nous ont pas permis de rencontrer les représentants des deux autres groupes. Il apparaissait cependant important de nous tourner vers Pathé Live, en tant que distributeur et exploitant mais aussi en tant que producteur de contenus. D'autre part, Pathé Live établit des partenariats avec tout type de salle et développe des projets autour du jeune public.

a) Pathé Live

En 2006, Peter Gelb, directeur du Metropolitan Opera de New York, initie la diffusion d'opéras dans des salles de cinéma des États-Unis, du Canada, du Japon et dans quelques pays européens. Un an plus tard, la société CielÉcran, qui avait repris l'activité de VTHR, s'associe au Met pour diffuser des opéras dans des salles de cinéma en Europe. Puis, encore un an plus tard, les cinémas Gaumont-Pathé rachètent CielÉcran et le programme *The Met : Live in HD* connaît ses premières retransmissions en France. En 2011, CielÉcran est renommé Pathé Live, et c'est cette année-là que Thierry Fontaine en

[30] CRETON Laurent, KITSOPANIDOU Kira, *Les salles de cinéma : enjeux, défis et perspectives*, Op. cit., p.175.

devient le directeur général.[31] Depuis le début, le positionnement de Pathé Live – imposé par Jérôme Seydoux – s'inscrit exclusivement dans des contenus culturels (à l'époque de CielÉcran des diffusions de matches de football et de rugby ont été tentées mais vite abandonnées).

La société produit les captations du Bolchoï puis distribue les contenus en France et à l'international. D'autre part, elle détient en exclusivité la distribution de la saison du Met (la maison d'opéra produit elle-même ses captations). En plus du ballet et de l'opéra, Pathé Live distribue également des concerts (Louane, Nick Cave, Mylène Farmer), des expositions filmées (*Vatican 3D*, *Pompéi*) et des spectacles de stand up, comme celui de Florence Foresti qui a rassemblé en 2012 85 000 spectateurs sur une centaine de salles. Ces événements ne sont pas produits par Pathé Live : des maisons de disques ou des sociétés de production proposent des contenus à Thierry Fontaine. Néanmoins, il arrive que ce dernier soit force de proposition, soit pour le choix de l'artiste, soit pour un concept plus large (tentative avec le Nederland Dans Theater), soit plus précisément pour l'esthétique des contenus : « à chaque fois que nous discutons avec une maison de disques, je leur demande si on peut le faire en Scope. J'adore le Scope et c'est ce qui donne la dimension cinéma. »[32] À l'automne 2016, Pathé Live a lancé un projet pour les tout petits intitulé *Pathé Live Kids*. La société a également produit et distribué depuis octobre les captations de trois spectacles de la Comédie-Française.[33] À cette occasion un important travail de médiation culturelle, notamment auprès des scolaires mais aussi des salles indépendantes et municipales relevant de la petite exploitation est effectué. Nous reviendrons sur ce projet dans les parties concernant les partenariats avec les salles Art et Essai.

Sur une saison, on peut compter une trentaine de propositions. En 2016, il s'agit des dix opéras du Met, des sept ballets du Bolchoï, des trois spectacles de la Comédie-Française, de six concerts, d'un spectacle de Jacques Weber et d'un documentaire sur les Beatles – qui n'a bénéficié que d'une seule diffusion dans le monde entier. Aucune exposition n'est encore programmée, sachant qu'en 2015, Pathé Live en a diffusé deux.

Sur le territoire français, Pathé Live travaille avec 271 cinémas, dont soixante-cinq du groupe Gaumont-Pathé, et vingt-sept cinémas appartenant à de grands circuits

---

[31] Il est aujourd'hui Président de Pathé Live et Caspar Nadaud est Directeur général.
[32] Annexe n°7 : entretien avec Thierry Fontaine, p. 210.
[33] QUESNNESSON, Perrine, « La Comédie-Française sur grand écran grâce à un accord avec Pathé », in *Le Film Français*, Source : http://www.lefilmfrancais.com/index.php?option=com_papyrus&view=article&id=1276034, mai 2016

(Cinéville, Kinepolis). La filiale rayonne dans une soixantaine de pays et rassemble – tous pays confondus – un million de spectateurs de hors film.

b) CGR Events

C'est en 2010, deux ans après les cinémas Gaumont-Pathé, que le groupe CGR se lance dans le hors film en créant une filiale de distribution : Côté Diffusion qui devient CGR Events en août 2015. Le terme « Events », « événement » en anglais, transmet la ligne éditoriale de la filiale. En effet, le hors film au Royaume-Uni se nomme « Event cinema » et regroupe un panel de propositions bien plus large que celui de Pathé Live et UGC par exemple. Pour être plus précis, il s'agit de contenus qui dépassent le cadre du pur « culturel ».

En terme de positionnement, CGR Events propose une multitude de contenus que l'on pourrait qualifier de populaires et accessibles. Au regard de la programmation, nous pouvons interpréter la ligne éditoriale de CGR Events comme cherchant à attirer un public jeune et familial. Dans le volet documentaire, on peut trouver des propositions assez classiques telle que Leonard de Vinci ou Matisse mais aussi des films consacrés à des artistes ayant un fort succès auprès des adolescents tels que Justin Bieber ou Jeff Panaclocc, un ventriloque réputé. Concernant les concerts, CGR Events mise également sur un public large (Lara Fabian, Matt Pokora). Dans la partie théâtre, nous retrouvons majoritairement des spectacles dits « de boulevard » avec des personnalités appréciées du grand public (Michel Leeb, Francis Huster). Il est intéressant de noter qu'en 2013, CGR Events avait distribué *Le Bourgeois Gentilhomme*, mis en scène par Eric Ruf – alors pas encore administrateur général de la Comédie-Française, mais déjà sociétaire. En terme de propositions jeune public, on peut affirmer que CGR Events réduit fortement la frontière avec le cinéma, en proposant des fictions en animation, mais reste néanmoins sur un créneau à très fort potentiel en terme de public avec des figures extrêmement connues : Barbie et Dragon Ball Z. La société distribue également sa saison d'opéra, intitulée All'Opéra qui est montée en partenariat avec la RAI[34], pour une dizaine d'opéras et ballets italiens. Là où CGR Events se démarque encore plus de Pathé Live et d'UGC, c'est dans la retransmission d'événements sportifs, tels que l'Euro de football 2016 ou les 24 heures du Mans.

[34] RAI : Radiotelevisione Italiana est le principal groupe audiovisuel public italien.

Nous avons dénombré vingt-six propositions différentes pour l'année 2015-2016, ce qui est quasiment équivalent à Pathé Live. D'après Jocelyn Bouyssy, Directeur général de CGR et de CGR Events, « on programme trois spectacles par mois en moyenne dans nos salles qui proposent environ 2 000 séances de films par mois pour chaque écran. »[35] CGR Event travaillent avec 625 salles en France. Compte tenu que le groupe possède quarante-sept cinémas sur le territoire (quarante multiplexes et sept complexes), cela signifie que CGR Events distribue ses contenus dans 578 cinémas français hors de son circuit. Nous ne sommes malheureusement pas en mesure de préciser la fréquentation des contenus hors films distribués par le groupe.

c) UGC

Le cas d'UGC est différent, mais en tant que grand circuit de salles proposant des contenus hors films, nous l'avons intégré à cette partie. Il nous a d'ailleurs été difficile de trouver des éléments sur le fonctionnement du groupe UGC vis-à-vis du hors film. Tout d'abord, le groupe n'a pas créé une filiale de distribution de contenus hors film à proprement parler. Le programme *Viva l'Opéra* ne provient pas d'une seule et même maison, mais est élaboré par Alain Duault, spécialiste de l'opéra pour France 3, Radio Classique et le site internet Opera Online. Ce dernier est le directeur artistique de ce programme, qu'il compose – seize opéras et ballets en 2015 – et le présente de façon filmée, avant chaque spectacle. Depuis 2012, un partenariat privilégié avec l'Opéra National de Paris mène à la diffusion d'opéras et de ballets dans les salles UGC, en direct ou en différé. UGC n'endosse ni le rôle de producteur des contenus ni celui de distributeur. C'est la société FRA Cinéma qui produit et distribue la saison de l'Opéra de Paris et certains autres spectacles choisis par Alain Duault comme *La Vie parisienne* d'Offenbach, programmé en 2015 et qui avait eu lieu à l'Opéra de Lyon en 2011. *Viva l'Opéra* est programmé dans vingt des trente-six salles UGC de France. D'autre part, les salles UGC programment parfois d'autres types d'événements alternatifs, comme la retransmission en direct d'un concert de Johnny Hallyday en mars 2016, distribué par… CGR Events, ou encore un concert d'Eric Clapton à Londres en 2015 et un de Metallica en 2013.

[35] « "Hors film", peut-on "tout" passer ? », in *Côté Cinéma* n°290 du 28 mars 2016, p. 9

Ces trois façons de diffuser du hors film se démarquent entre elles. L'opportunité de diffuser des contenus alternatifs s'imposent à ces circuits au même moment que leurs salles se numérisent (entre 2008 et 2010), mais leurs stratégies diffèrent. Pathé Live semble avoir défini une ligne claire depuis le début et travaille à une image élégante et culturelle quand CGR Events préfère rassembler au maximum en veillant à faire des propositions qui peuvent toucher tout type de public. Ces deux groupes travaillent en partenariat avec des salles hors de leurs circuits – notamment des salles Art et Essai, nous le verrons – alors qu'UGC cultive sa singularité. Enfin, et nous y reviendrons, UGC se positionne clairement sur le champs de la démocratisation culturelle, avec une politique tarifaire attractive.

Si l'on revient à la comparaison de Mark de Quervain sur la façon d'envisager le hors film par les grands circuits comme une chaîne de télévision, on pourrait effectivement l'appliquer à CGR Events. Par exemple, les propositions pour les enfants ressemblent à des programmes jeunesse de télévision et le fait de pouvoir assister à une grande diversité de contenus et notamment du sport participe à cette impression de « télévision géante ». Pathé Live et UGC, en restreignant le champ des propositions, gardent pour l'instant une identité cinéma, ou en tous cas, culturelle.

Pathé Live et CGR Events sont les deux principaux distributeurs de contenus hors film. Nous avons repéré seulement deux autres sociétés, ne dépendant pas de circuits d'exploitants, dont l'une est américaine. Ce marché se partage donc entre quatre acteurs.

2. Autres distributeurs de contenus

a) FRA

FRA (François Roussillon & Associés) est une société qui existe depuis un peu plus de vingt-cinq ans. Ses thématiques de prédilections sont l'opéra et la danse et ses activités se déclinent entre la production de documentaires ou de captation ; la distribution de ces contenus via FRA distribution ; l'édition de DVD et Blu-ray via un label (FRA musica) et une filiale spécifiquement dédiée à la distribution de contenus au cinéma : FRA Cinéma. Nous l'avons vu précédemment, ce sont eux qui produisent et distribuent les captations de l'Opéra de Paris, en partenariat avec UGC. FRA Cinéma dispose d'un catalogue et c'est justement parmi celui-ci que Boris Spire et ses partenaires du festival de Saint-Denis, ont puisé pour construire leur programmation hors film au cinéma l'Écran. Cela fonctionne

exactement comme avec un distributeur de cinéma, avec un numéro de visa, une remontée CNC et un partage de recette à 50%.

b) Rising Alternative

Rising Alternative est une société américaine fondée en 2003 proposant des contenus alternatifs en HD dans plus de quarante pays et 2737 salles de cinéma. Les contenus, principalement opéras et ballets, proviennent de grandes maisons internationales, entre autres : Le Gran Teatre del Liceu de Barcelone, Le Konzerthaus Vienna en Autriche, L'Opéra de Monte-Carlo, La Monnaie à Bruxelles, Le Zürich Opera House en Allemagne, La Scala de Milan, L'Opéra de San Francisco mais aussi l'Opéra de Paris. Néanmoins, FRA Cinéma reste le distributeur des captations des saisons de l'Opéra de Paris en France, alors que Rising Altenative peut les distribuer dans une quarantaine d'autres pays. Jean-Jacques Schpoliansky et Virginie Champion du cinéma le Balzac à Paris s'adressent notamment à eux, en choisissant dans leur catalogue.

c) Event Cinema Association

Enfin, nous souhaitions souligner l'existence de l'ECA (Event Cinema Association)[36] : il s'agit d'une organisation professionnelle à but non lucratif, subsistant par l'adhésion de ses membres. L'équipe, internationale, est composée de représentants de différents pays, tous travaillant dans le secteur du hors film. Par exemple, Isabelle Fauchet, anciennement responsable du cinéma au Royal Opera House (Londres), qui s'était lancé dans la distribution de ses opéras en 2007 et que Côté Diffusion (CGR Events) avait diffusés dès 2010. Les deux principaux objectif de cette organisation sont la promotion du hors film (« Event Cinema ») auprès du public et le soutient à ce secteur d'activité. Les membres de l'ECA sont : des circuits de multiplexes internationaux (Omniplex en Irlande, Cineplex au Canada) ; des distributeurs de contenus (Arts Alliance en Grande-Bretagne, Fathom Events aux États-Unis, Exhibition on Screen, société anglaise distribuant des expositions filmées) ; ou encore des prestataires techniques comme Philips Lighting, spécialiste de l'éclairage (écran led, projection numérique). Pathé Live est également partenaire de l'ECA. À noter, chaque année, l'organisation décerne des prix (ECA awards)

[36] http://eventcinemaassociation.org

à l'occasion de leur conférence annuelle. Par exemple, les distributeurs ayant dépassé 500 000 entrées avec un programme hors film se voient décerner un « Gold Award ». Les exploitants ont également des récompenses, en fonction des territoires, pour leur implication dans le développement du hors film. Il existe deux catégories : meilleur cinéma de circuit et meilleur cinéma indépendant. D'autres prix existent, notamment celui relevant de la meilleure innovation technique.

C'est en observant les tendances à l'international que nous réalisons le potentiel de ce marché, qui est bel et bien pris en main et dominé par deux grands groupes : Pathé Live et CGR Events. Ainsi, si les salles Art et Essai veulent y participer, elles doivent nécessairement passer par ces distributeurs assez imposants, qui sont parfois producteurs et exploitants. Une certaine idée de la concentration qu'on retrouve évidemment dans le domaine du cinéma. FRA Cinéma est cependant un exemple de société à taille humaine ayant des références et des compétences avérées dans le domaine de l'art lyrique, notamment. En même temps, afin d'organiser au mieux ces diffusions, il était nécessaire de renforcer ce secteur avec des acteurs de poids afin d'être en mesure de proposer des captations de grandes qualité et de monter des partenariats avec des maisons prestigieuses (de disques, d'opéra, des producteurs de spectacles). Signe de ce mouvement profond, le centre de formation professionnelle Ina EXPERT propose dans son catalogue 2017 une formation de deux jours intitulée « Développer les usages alternatifs dans les salles de cinéma numérique ». L'objectif principale de cette formation, destinés aux directeurs de salles, est de maitriser « les nouveaux usages des salles de cinéma : retransmission en direct d'évènements, programmation HD, 3D, gaming »[37].

Nous allons voir brièvement à présent, les atouts du hors film pour les structures d'où émane les contenus en premier lieu.

3. Intérêt du hors film à l'échelle des structures émanatrices de contenus

Notre sujet d'étude relevant du secteur de l'exploitation cinématographique, nous ferons un point assez général sur les apports du hors film pour les structures d'où proviennent les contenus qui se retrouvent sous forme filmée dans les salles de cinéma. Il

[37] Source : http://www.ina-expert.com/formation-professionnelle/developper-les-usages-alternatifs-dans-les-salles-de-cinema-numerique.html#2017

nous apparaissait néanmoins nécessaire de relever que ces intérêts ne se trouvent évidemment pas que d'un côté – celui de l'exploitation.

Il parait tout d'abord intéressant de noter que l'émergence du hors film s'affirme en même temps qu'a lieu la crise de l'industrie musicale. L'arrivée du numérique au début des années 2000 a considérablement réduit la valeur des œuvres. Lors du débat sur *La diffusion du cinéma à l'ère du numérique* pendant le Congrès des exploitants (le 28 septembre 2016), nous avons appris qu'aujourd'hui il est nécessaire pour un artiste de générer un million de clic sur Youtube pour toucher l'équivalent d'un SMIC américain. Somme qui était auparavant assurée par la vente de cinq cent albums *physiques*. Aujourd'hui, les concerts sont la première source de revenue des musiciens. L'idée de produire des *shows* d'envergure considérable, dont une partie des coûts de production est rentabilisée par la diffusion dans des centaines de salles de cinéma, prend donc un certain sens.

Pour mémoire, les maisons d'opéra sont les premières à avoir pris les initiatives. Et ce, dès 1901 quand Edison a enregistré pour la première fois au monde des passages d'opéras du Met. Le Met a souvent été au cœur des innovations technique puisque c'est dans cette maison qu'est filmé *Carmen* en 1952, opéra qui sera projeté avec la *Theater TV* dans une trentaine de salles aux États-Unis. Une personnalité forte a œuvré à la transmission de contenus hors film au cinéma : Peter Gelb, nommé directeur du Met en 2006. Il est l'instigateur de ce mariage. En quelques mots, ses motivations étaient principalement économiques : les institutions culturelles américaines ne bénéficient que de très peu de financements publics, contrairement à la France. La billetterie, les fondations privés, les dons individuels et la vente de produits dérivés façonnent le budget d'une maison d'opéra comme le Met. En 2006, lorsqu'il arrive à sa tête, la célèbre institution est en grande difficulté financière. Peter Gelb lance un mouvement de modernisation du fonctionnement de la structure, tant en terme de communication que d'activités. La captation et la diffusion en salle ayant pour objectif de toucher un nouveau public et de l'accroître. Aux États-Unis, l'opéra est l'Art du spectacle vivant qui accuse le taux de fréquentation le plus bas. Le hors film est donc une stratégie affirmée pour toucher un plus large public, plus jeune et engranger des recettes annexes :

« Les neuf productions de la saison 2010-2011 montrées dans neuf-cent salles dans quarante-deux pays différents ont généré, sur la base d'un billet moyen vendu à vingt dollars, un chiffre d'affaire de trente-six millions de dollars, soit environ le tiers de la

recette guichet du Metropolitan Opera. »[38]. Thierry Fontaine a été en mesure de nous préciser à quelle échelle le hors film est rentable pour les structures aujourd'hui :

> « Concernant le Bolchoï c'est nous qui finançons : on leur paye des droits artistiques. Pour le Met c'est très rentable. Il n'a pas de subventions et ne fonctionne que sur des donateurs privés. Un live rapporte au Met deux millions de dollars sachant que ça leur coûte un million. Le Met récupère donc un millions de dollars de profit par live. Pour eux c'est indispensable. Il me semble qu'ils ont un budget d'environ 300 millions au total sur l'année. Le live est donc une petite partie mais les dix millions de dollars rapportés sur l'année permet au Met de créer d'autres spectacles. En revanche, pour l'Opéra de Paris c'est une catastrophe. Ils perdent de l'argent. »[39]

Du côté des institutions du spectacle vivant, le hors film paraît donc être la garantie d'élargir leurs public et d'augmenter leurs recettes sans investir de façon démesurée. En effet, le Met ne peut pas ajouter des représentations dans une saison ni agrandir ses salles sans engager de très fortes dépenses (de production notamment). La retransmission de ses opéras lui apporte des recettes à moindre coût. Le marché du hors film bénéficie probablement aux salles de cinéma mais les intérêts économiques des institutions culturelles sont finalement peut-être primordiaux.

À partir du moment où les saisons d'opéra ont été lancées dans les salles, d'autres structures se sont engagées dans la brèche, comme les maisons de disques ou les tourneurs d'artistes, les éditeurs de jeux vidéo et les détenteurs de droits sportifs. Dans une émission radiophonique de France Culture *Le cinéma, relais du spectacle vivant*, la journaliste Hélène Combis-Schlumberger tente de comprendre les motivations de Florence Foresti concernant la retransmissions de son *show* de Bercy (*Foresti Party)* vers une centaine de cinémas en France, Suisse et Belgique en 2012. Les propos en italique sont ceux de Thierry Fontaine, à l'époque Directeur Général de Pathé Live, qui a distribué le spectacle et que la journaliste a rencontré :

---

[38] CRETON Laurent, KITSOPANIDOU Kira, *Les salles de cinéma : enjeux, défis et perspectives*, Op. cit., p.169.
[39] Annexe n°7 : Entretien avec Thierry Fontaine, p.214.

> « À l'origine de ce projet, l'artiste elle-même, qui a souhaité que son spectacle soit diffusé le plus largement possible : "*Elle a certainement entendu parler de ce qui se faisait sur l'opéra, le ballet, d'autres évènements…*"
> *Florence Foresti est quand même l'une des artistes les plus populaires en France, c'était le moyen pour elle d'élargir son public, et c'était une nouvelle expérience, de prendre le risque du direct.* "
> Lorsqu'on demande au directeur de Pathé Live si les motivations de l'artiste - qui n'a pas voulu nous accorder d'interview - étaient également financières... : "*Ce n'est pas une histoire de gros sous pour elle, puisqu'elle a voulu limiter le prix au maximum, pour le cinéma, alors que ça engage des frais pour nous. Elle a voulu que le prix soit le plus bas possible.* "
> Ne s'agirait-il pas également d'un moyen de juguler un marché noir se traduisant par la revente des places sous le manteau, et la diffusion de la captation du spectacle avant la sortie du DVD ? Thierry Fontaine assure ne pas s'être posé la question. Non plus que celle concernant l'équilibre entre les dépenses et les recettes : "*On verra bien ! Cela ne vient que d'une volonté très forte de l'artiste*. "
> Soit. Mais la vente de 86 000 places équivaut à un chiffre d'affaires de 1 290 000 euros, soit une somme quand même relativement rondelette... »[40]

Le spectacle *Foresti Party* a peu tourné en live dans les salles françaises (trois dates à Lyon et cinq à Paris), la logistique étant trop imposante et le décor ne pouvant pas « rentrer » sur la plupart des scènes du territoire. Quelques mois plus tard ce sont 400 000 DVD de la captation du spectacle qui ont été vendus. D'une façon similaire à l'opéra, la tendance est donc de créer des spectacles pharamineux, dont les coût de production le sont également, mais ce qui implique qu'ils sont difficilement exportables. Les recettes des retransmissions au cinéma, des ventes de DVD et des audiences télé deviennent alors indispensables pour tenir le budget.

Au-delà de l'aspect financier, la seconde raison évoquée par les acteurs du secteur – que ce soit du côté des structures culturelles comme des cinémas – est la démocratisation culturelle. Par exemple, le Festival International d'Art Lyrique d'Aix-en-Provence initie depuis 2008 une démarche d'ouverture de l'opéra au plus grand nombre. Avec des opérations telles qu'organiser des représentations dans des cités à Marseille ou encore en

---

[40] *Le cinéma, relais du spectacle vivant* 2/2, Source : France culture, http://www.franceculture.fr/2012-09-18-le-cinema-nouvelle-plateforme-culturelle-22, 21 septembre 2012

milieu scolaire ou dans des institutions médico-sociales : pour Clémence Renoux, du cinéma Le Cigalon à Cucuron (Vaucluse), qui propose des retransmissions d'opéra de ce festival dans sa salle, l'ensemble de ces propositions participe « clairement [d']une démocratisation des publics et désacralise l'opéra qui a cette aura très élitiste. »[41] Nous y reviendrons plus spécifiquement dans la troisième partie de ce mémoire, car c'est l'un des enjeux fort des salles Art et Essai, garantes pour la plupart d'un accès à la culture dans des territoires peu pourvus en théâtres, opéra ou salles de concerts. En conclusion, il paraît clair que la retransmission de spectacles (tous types confondus) permet d'augmenter la capacité des théâtres et participe de leur rayonnement en terme géographique et d'image.

Pour terminer cette partie sur une vision globale du marché du hors film, intéressons-nous à présent aux chiffres. En effet, jusqu'ici nous avons vu l'étendue historique et géographique de ce secteur, son poids en terme stratégique pour les grands groupes audiovisuels et les producteurs de contenus. Et pourtant, si l'on étudiait ce sujet uniquement à travers le prisme de la fréquentation, nous pourrions annoncer, en risquant l'impertinence, que le hors film est un non sujet.

II. Le marché et les publics

Aujourd'hui, l'opéra domine le marché du hors film. La danse classique, les concerts et les spectacles d'humour sont aussi les contenus plébiscités par les spectateurs. Nous ne pourrons néanmoins pas avancer de chiffres spécifiques par catégorie de contenus car nous n'avons pas accès à de telles précisions. Le CNC distingue les entrées hors film des entrées cinéma depuis 2004, sans préciser le genre de captations dont il s'agit. Nos conclusions émanent des différentes sources à notre portée : ouvrages, entretiens, articles de presse. Nous pouvons cependant affirmer que les spécificités nationales des compétitions sportives rendent ce contenu plus difficile à proposer aux salles, auxquelles s'ajoutent des contraintes d'ordre technique. Par exemple, la durée des matchs de tennis est imprévisible et ils sont déjà diffusés gratuitement en continu à la télévision française. Selon les pays, d'autres propositions remportent une large adhésion, comme la retransmission de service religieux aux États-Unis.

[41] Entretien n°8 avec Clémence Renoux, p.228.

1. Fréquentation

a) Les chiffres du CNC

Dans sa rubrique « statistique », le CNC publie chaque année la fréquentation des salles de cinéma[42]. Bien que les données remontent à 2004, nous nous intéresserons à l'évolution des chiffres depuis 2008, date de la première saison de *The Met : Live in HD*, distribuée par CielÉcran dans les cinémas français et qui marque véritablement le renouveau de ce marché. Nous avons ajouté au tableau du CNC une colonne précisant le taux de croissance en terme d'entrées, qui nous paraît être un bon révélateur du phénomène du hors film.

Années	**Séances (milliers)**	**Recette guichet (M€ courants)**	**Recette moyenne par entrée (€)**	**Entrées (millions)**	**Taux de croissance entrées (%)**
2008	1	0,61	9,79	0,062	
2009	1,6	2,53	15,85	0,16	158,06
2010	2	3,69	18,26	0,202	26,25
2011	7,4	9,18	18,36	0,5	147,52
2012	8,2	9,01	17,29	0,521	4,20
2013	9,6	9,38	15,87	0,591	13,44
2014	11,7	16,51	15,66	1,054	78,34
2015	11,1	12,74	15,77	0,808	-23,34

Certains taux sont très impressionnants, tel celui entre l'année 2008 et 2009 qui traduit le lancement du Met. Le passage entre 2010 et 2011 est lui aussi fort significatif : CGR Events et UGC ont rejoint Pathé Live sur le marché. Enfin, 2015 accuse une légère baisse, à mettre en parallèle avec la baisse générale des entrées cinéma. Ces taux sont évidemment à relativiser avec les entrées des films. En effet, en 2015, sur les 205 295 000

[42] « Fréquentation et films en salles », Source : *site internet du CNC* , http://www.cnc.fr/web/fr/statistiques-par-secteur

entrées recensées par le CNC, 808 000 d'entre elles sont réalisées par les contenus hors film, ce qui correspond à moins de 0,4% des entrées.

b) Les chiffres de Pathé Live

Dans sa plaquette promotionnelle, Pathé Live revendique plus d'un million d'entrées en 2015, mais cela concerne l'intégralité de son réseau dans 1 400 salles et cinquante-cinq pays. Thierry Fontaine ne nous a pas indiqué la fréquentation pour la France mais a précisé que la part de recette au regard de l'activité de Gaumont-Pathé est à moins de 2%, ce qui est tout de même au-dessus du taux national qui est, en 2015, de 1% des recettes.

c) Exemples de fréquentation dans des salles Art et Essai

Les exploitants de salles Art et Essai que nous avons rencontrés étaient tout à fait satisfaits de la fréquentation de leurs séances hors film. À Saint-Denis, pour sa première tentative de saison d'opéra cette année (trois représentations), le cinéma l'Écran a rassemblé 460 spectateurs, ce qui revient à un taux de remplissage de la salle avoisinant les 50% (salle de 300 places). François Aymé, directeur du cinéma Jean Eustache de Pessac, nous a communiqué le chiffre de mille spectateurs en 2015 ce qui équivaut à environ cinquante-huit spectateurs par séance, le Jean Eustache ayant pris le parti de diffuser parfois deux fois un opéra ou un ballet (une fois en direct et une fois en différé), ce qui fait passer le nombre de séances à dix-sept pour neuf événements différents. Ces 1 000 entrées sont à comparer avec les 200 000 entrées cinéma du Jean Eustache, c'est-à-dire 0,05% des entrées : « C'est un petit quelque chose mais ce n'est pas grand-chose non plus. En terme de recettes c'est un peu plus car le prix des billets est plus élevé. Ça représente 1% des recettes, donc ce n'est pas rien.»[43] Le sujet du nombre de séance hors film en comparaison à celui des séances cinéma est essentiel dans notre étude, nous y reviendrons évidemment. Paradoxalement, le hors film concerne peu de séances et peu de spectateurs sur une année, mais assure un taux de remplissage nettement plus élevé que la moyenne nationale, et que la moyenne des cinémas évoqués. C'est le cas également au cinéma Le Balzac à Paris, qui rassemble entre 150 et 250 spectateurs par soirée opéra dans la salle de 385 places, même si ces chiffres ont baissé depuis quelques années en raison de la concurrence – Le Balzac

[43] Annexe n°4 : Entretien avec François Aymé, p.173

était l'un des premiers cinéma à pratiquer le hors film. L'un des aspects les plus porteurs pour un exploitant est le prix du billet qui est plus élevé que celui d'un film, sa marge de profit est donc intéressante.

2. Un marché de niche

Les chiffres l'attestent, le hors film est un marché mineur. Nous pouvons avancer plusieurs explications à cela : tout d'abord, malgré son histoire – qui commence il y a plus d'un siècle – son essor est encore jeune. Cela fait moins de dix ans que le hors film se démocratise en France. D'autre part, les pratiques sont quelque peu encadrées par un décret – nous y reviendrons. Enfin, il reste une raison plus insaisissable, c'est celle qui relève plutôt du statut de la salle de cinéma. En 2013, Claude Forest considère le hors film comme un marché mineur dans la mesure où le public ne peut voir la salle de cinéma autrement que comme le lieu de diffusion du film :

> « La possibilité [d'] utiliser [le numérique] pour du "hors-film" (retransmissions sportives, ou d'opéra, etc.), outre qu'elle n'est pas nouvelle (en France, l'essor de la vidéo-projection au milieu des années 1980 avait généré le même discours et les mêmes tentatives, vite abandonnées), ne pourra concerner qu'un public marginal, car elle n'est pas la destination finale des salles de cinéma dans l'imaginaire et la pratique des spectateurs, même si elle peut constituer un indéniable élément de valorisation de l'image des établissements. »[44]

Savoir si la salle de cinéma peut et doit abriter d'autres contenus que des films est une des questions essentielles soulevées par les professionnels du cinéma, à commencer par les distributeurs indépendants au début des années 2010. Ce que Claude Forest indique ici, c'est que cet enjeu concerne en premier lieu les spectateurs et l'idée qu'ils se font de la salle de cinéma. Les circuits ont fait des études de public afin de savoir si le hors film favorisait la circulation des publics, ou pour vérifier leurs profils. L'idéal serait de les interroger sur le rôle de la salle de cinéma pour vérifier si ce marché a de l'avenir. L'ECA (Event Cinema Association) prend cependant la croissance de ce marché très au sérieux : « Depuis son arrivée en 2006, il est prévu que le marché du hors film atteigne une valeur

---

[44] FOREST Claude, *L'industrie du cinéma en France. De la pellicule aux Pixels*, La documentation française, 2013, p. 81.

de 1,13 milliards de dollars en 2019 (Rentrak 2014). En effet, certains exploitants affirment d'ores et déjà que le hors film représente 18% de leur recettes. »[45] Nous pouvons tempérer ces propos, qui concernent le marché international, avec ceux du CNC, qui concernent la France, dans leur dernier bilan :

> « À l'échelle nationale, le hors film (retransmissions d'opéras, concerts, évènements sportifs...) occupe une place très marginale dans les salles de cinéma : 0,1 % des séances, 0,4 % des entrées et 1,0 % des recettes totales en 2015. Après une année 2014 particulièrement favorable au hors film, le genre observe une diminution de 23,4 % de ses entrées en 2015, pour atteindre 0,8 million. Les recettes correspondantes s'élèvent à 12,7 M€ (-22,8 %). En 2015, la recette moyenne TTC par entrée du hors film est de 15,77 € (15,66 € en 2014). Parmi les retransmissions de concerts ayant remporté un vif succès en 2015, figurent notamment Patrick Bruel, concert symphonique à l'Opéra Garnier (plus de 43 000 entrées) et Kendji Girac, concert à l'Olympia (plus de 40 000 entrées). »[46]

Malgré l'attractivité de ces contenus, des raisons logistiques empêchent le hors film de devenir un marché porteur. En effet, les créneaux horaires sont contraignants du fait du direct mais aussi parce qu'on ne peut pas multiplier les représentations du spectacle vivant. De plus, les séances doivent principalement être réservées pour les films de cinéma (les distributeurs y veillent). D'autre part, la durée des contenus (opéra) est longue et empiète sur les horaires dédiés aux films. Les retransmissions sportives sont, quant à elles, concurrencées par la télévision, soit parce que les contenus sont gratuits, soit parce qu'ils sont accessibles via des abonnements.

Plusieurs contradictions encerclent le marché du hors film. Certains le regardent avec méfiance, parce qu'il ne s'agit pas d'œuvres cinématographiques, parce qu'il empiète sur le cœur du métier de distributeur et d'exploitant de films, ou bien encore parce que pour l'instant sa part de marché est dérisoire. D'autres l'observent avec envie, du fait de sa croissance exceptionnelle, parce qu'il génère des entrées généreuses et permet des recettes

---

[45] http://www.eventcinemaassociation.org/about.html : « Since first appearing in 2006, the Event Cinema market is predicted to be worth an estimated $1.13bn by 2019 (Rentrak, 2014). Indeed, some exhibitors are already claiming that event cinema occupies as much as 18% of their box office revenue ». Nous traduisons.

[46] « Bilan 2015 du CNC n°334 – mai 2016 », une publication du Centre national du cinéma et de l'image animée, direction des études, des statistiques et de la prospective, p.15

annexes importantes. Une autre approche positive est d'imaginer que le hors film permet une circulation des publics.

3. Circulation des publics

L'un des principaux arguments que nous avons repéré de la part des acteurs concernés par le hors film (distributeurs, directeurs d'opéras, exploitants) concerne la circulation des publics. Leur espoir est que les spectateurs d'opéra ou de théâtre passent la porte du cinéma, qu'ils n'auraient pas franchie depuis longtemps ; et que les spectateurs de cinéma osent se rendre dans les structures prestigieuses mais intimidantes que peuvent représenter certains lieux de culture.

> « Dans les études qu'on a pu faire, des personnes ont envie d'aller voir un opéra en spectacle vivant après avoir vu le Met au cinéma. De même ça arrive qu'un passionné d'opéra soit venu voir le Met et redécouvre la salle de cinéma et s'aperçoit que techniquement ça a changé. Je ne peux pas m'engager sur un chiffre, mais en tous les cas c'est l'objectif. »[47]

De façon plus directe, chacun espère accroître sa fréquentation. La dimension de démocratisation culturelle est également un sujet majeur, sur lequel nous nous arrêterons en quatrième partie.

Dans son mémoire sur les diffusions d'opéra au cinéma, Victoire Monceau a pu recueillir des indications sociologiques sur le type de public se rendant d'une part à l'opéra, et d'autre part au cinéma :

> « L'opéra est […] loin d'avoir une place de choix dans les pratiques culturelles des Français, son public représente une très faible fraction de la population et est socialement marqué : plutôt âgé, assez ou très diplômé, issu des catégories sociales les plus élevées. »[48]

---

[47] Annexe n°7 : Entretien avec Thierry Fontaine, p.221.
[48] MONCEAU Victoire, *Si tu ne viens pas à l'opéra, l'opéra viendra à toi : les diffusions d'opéras au cinéma, nouveau médium de démocratisation ?*, Op. cit. p.50.

> « L'hypothèse selon laquelle les diffusions d'opéras au cinéma attirent avant tout un public d'amateurs a été confirmée. […] les enquêtes réalisées sur le terrain révèlent bien une sur-représentation des spectateurs habituels des théâtres lyriques. »[49]

Et effectivement, lorsque nous demandons à Boris Spire le profil des spectateurs qui viennent aux retransmissions d'opéra à l'Écran de Saint-Denis, il répond : « ce sont des spectateurs d'opéra ! »[50]. Quand à Jean-Jacques Schpoliansky, du Balzac, il accueille son public fidèle mais également des « accro d'opéra qui voient tout. »[51]. D'autre part, il ajoute que le profil sociologique de son public est de l'ordre de la CSP + et CSP ++ (principalement en raison du quartier des Champs-Elysées) et sénior. Il s'agit donc essentiellement du profil des spectateurs de cinéma en Ile-de-France : 37% ont cinquante ans et plus et 42,4% dépendent de la CSP +[52].

La question du vieillissement du public ne trouve pas de solution dans le hors film, en tous cas lorsqu'il s'agit d'opéra ou de ballets. Nos interlocuteurs et notre expérience de spectatrice nous ont confirmé que les spectateurs des opéras filmés – qui dominent le marché du hors film – sont majoritairement des séniors : « Ce public-là a tendance à avoir un certain âge, comme le constatent beaucoup de collègues des salles Art et Essai. Ce n'est certainement pas le public d'avenir, ne serait-ce que parce qu'ils ont les cheveux blancs ! »[53], reconnaît Boris Spire. Thierry Fontaine l'atteste, le public est moins large pour Le Met et le Bolchoï. La stratégie d'UGC est justement d'attirer un public jeune, en pratiquant une politique tarifaire très favorable au moins de 26 ans, comme l'expliquait en 2012 son directeur Alain Sussfeld :

> « On est dans un schéma où on essaie de conquérir un public. Ce public est nouveau : d'abord il est jeune, parce que nous faisons des tarifs à 10 euros pour les gens qui ont moins de 26 ans. Et donc on commence à avoir, selon les œuvres, entre 25 et 30% des salles de cinéma qui commencent à être avec des gens qui ont ces âges. Ça c'est le premier élément de satisfaction, qui est un élément porteur. Deuxième chose : nous avons des gens qui n'ont pas les moyens ou pas l'audace d'aller dans des maison d'opéra et qui vont plus facilement dans des salles de cinéma pour découvrir un genre

---

[49] MONCEAU Victoire, *Si tu ne viens pas à l'opéra, l'opéra viendra à toi : les diffusions d'opéras au cinéma, nouveau médium de démocratisation ?*, Ibidem. p.116.
[50] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.190.
[51] Annexe n°3 : Entretien avec Jean-Jacques Schpoliansky, p.167.
[52] *Géographie du cinéma 2015*, chiffres clés par région en 2015, septembre 2016, CNC, p.21
[53] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.181.

qui est redevenu très à la mode. […] On a trois catégories de clientèles : on a des gens qui connaissent l'opéra et qui viennent en plus, on a des gens qui découvrent l'opéra dans une fourchette d'âge qui va entre 35 et 50 ans, et puis on a des jeunes. Ce mélange fait que, globalement, je pense que nous sommes susceptibles de favoriser un accroissement de la notoriété du genre opéra. »[54]

En plus de la question de l'âge du public, s'intercale celle de la catégorie socio-professionnelle des spectateurs et plus précisément de leur bagage culturel. Dans l'ouvrage déjà cité de Laurent Creton et Kira Kitsopanidou, le professeur de cinéma et d'industrie des médias britannique Paul McDonald réfléchit spécifiquement à cette question de l'accès aux œuvres dans le chapitre « Le cinéma numérique, la promesse d'un renouveau culturel ?» [55]

Selon l'auteur, l'accès et l'intérêt pour les spectacles vivants émanent en premier lieu d'un certain bagage culturel. Il considère que le spectacle vivant est élitaire en raison du prix des places ou de l'éloignement géographique d'une partie des publics potentiels. Mais en premier lieu « c'est d'abord la répartition inégale du capital culturel qui fait plus gravement obstacle aux contenus alternatifs et à leurs tentatives d'atteindre et d'attirer les publics populaires »[56]. Le hors film au cinéma devrait avoir pour avantage de faire se rencontrer des publics différents au sein d'un établissement : le public issus des classes populaires et celui des classes supérieures. Mais Paul McDonald pense que le bagage culturel nécessaire à l'appréciation de l'opéra et au théâtre est discriminant et empêche un réel brassage des publics. L'accès (géographique et économique) aux contenus de type spectacle vivant n'assurerait donc pas une démocratisation culturelle.

Nous reviendrons sur la question du renouvellement des publics par le biais de la question de l'accès à la culture. Concernant la fréquentation et la circulation des publics, force est de constater que les distributeurs et les exploitants réagissent, en témoignent les projets en cours ou à venir. Les spectacles d'humour et les concerts visent à toucher un public plus jeune. En avril dernier, Pathé Live a proposé en direct la retransmission d'un concert de JoeyStarr, qui n'a cependant pas rassemblé beaucoup de spectateurs. CGR

---

[54] *Le cinéma, relais du spectacle vivant* 1/2, Source : France culture, Op. cit., enregistrement n° 3, entre 00:20 et 01:55

[55] CRETON Laurent, KITSOPANIDOU Kira, *Les salles de cinéma : enjeux, défis et perspectives*, Op. cit., p. 130

[56] CRETON Laurent, KITSOPANIDOU Kira, *Les salles de cinéma : enjeux, défis et perspectives*, Op. cit., p. 138

Event mise beaucoup sur le public familial et jeune, et Pathé Live a lancé à l'automne 2016 la marque *Pathé Live Kids*. La filiale de Gaumont-Pathé s'intéresse de près aux scolaires avec les captations de la Comédie-Française de la saison 2016-2017.

Pour autant, Thierry Fontaine refuse l'idée selon laquelle on pourrait déterminer un type de « public hors film ». Selon lui, le public choisi une œuvre en soi et le fait que le contenu relève ou non du cinéma ne serait pas déterminant. Il ajoute que les stratégies marketing autour des contenus non cinématographiques prennent appui sur les catégories socioprofessionnelles des public ainsi que leurs appétences pour un certain style de divertissement : populaire, culturel, familial.

> « Il n'y a pas une catégorie de public. C'est comme pour les films. Le contenu alternatif n'existe pas en soi. C'est très fort de dire cela. Certains ont fait cette erreur en pensant que les gens iraient voir du contenu alternatif. Et bien non. Les gens vont voir le Met ou le Bolchoï ou Florence Foresti ou *T'choupi*. C'est comme pour les films. Il est vrai qu'au global il y a un public cinéma mais il n'y a pas un public pour le contenu alternatif en particulier. Même si on peut dire qu'il y a un profil de public Art et Essai parce qu'il y a des similitudes en terme de profil intellectuel, de niveau socioculturel. Mais cela vous pouvez l'appliquer au Met. Si on parle du Bolchoï on retrouvera ce public Art et Essai mais en plus familial : des grands-mères qui emmènent leurs petites-filles et petits-fils. Pour Mylène Farmer ça va de 7 à 90 ans. Mylène Farmer c'est *Titanic* ! À chaque spectacle on travaille différemment la cible, comme si on sortait un film. Vous ne vendez pas *Independance Day* comme vous vendez *Toni Erdmann*. »[57]

Enfin, du côté des salles Art et Essai, qui sont probablement les plus touchées par le vieillissement du public, des initiatives innovantes voient le jour, et notamment à travers le hors film.

4. Modes de communication et d'accueil du public

Projeter des contenus *différents* implique de s'adresser aux spectateurs d'une façon particulière. En effet, afin de souligner la programmation de ces contenus alternatifs, les

[57] Annexe n°7 : Thierry Fontaine, p.221.

exploitants doivent la mettre en valeur, ou du moins faire en sorte que le public les distingue de l'offre habituelle. L'accueil des spectateurs au sein des cinémas nécessite-t-il un agencement différent également ? Nous allons voir que les méthodes se sont organisées et suivent plus ou moins des modèles préexistants.

a. Les documents de communication

Les salles des circuits, tout comme les salles Art et Essai que nous avons étudiées, communiquent de façon très spécifique sur leurs séances hors film. Contrairement à l'activité régulière du cinéma, il s'agit ici d'anticiper la communication d'une programmation qui fonctionne en saison la plupart du temps. Afin de toucher les spectateurs plusieurs outils sont utilisés, notamment l'édition sur papier, qui est pourtant parfois devenue rare, surtout dans les salles des circuits.

Pathé Live, édite un livret papier réunissant les éléments de sa saison hors film avec la Comédie-Française, le Met et le Bolchoï. Chaque événement est éditorialisé, les structures culturelles partenaires sont présentées ainsi que les artistes, qui bénéficient tous d'un portrait photo pour présenter les troupes ou les compagnies. Une grande place est réservée aux textes. Ce document de soixante-cinq pages correspond à l'identité « premium » de l'initiative. Le livret est accompagné d'un dépliant par discipline qui permet une vue d'ensemble de la saison si l'on s'intéresse spécifiquement au théâtre, à l'opéra ou au ballet. Une bible de salle est également déposée sur chaque fauteuil en salle lors des retransmissions, à l'instar de ce qui se fait dans les théâtres. UGC fait de même avec sa saison *Viva l'Opéra !* qui bénéficie d'un livret d'une cinquantaine de pages, agrémenté des éditoriaux d'Alain Duault, directeur artistique du programme, et de Stéphane Lissner, Directeur de l'Opéra national de Paris. La charte de ce document obéit à des codes élégants, laissant une large place aux textes. Un feuillet est également distribué sur place à chaque spectateur. CGR Events édite également un document d'une soixantaine de pages pour la saison *All'Opéra* (opéras et ballets), qui présentent également la distribution, les enjeux des pièces et des visuels. Ce livret est complété par des tracts spécifiques selon les événements. Paradoxalement, les programmes papier ont quasiment disparu des salles de cinéma, et plus spécifiquement de celles des circuits, qui misent sur la dématérialisation. Pour les séances de cinéma, les spectateurs doivent dorénavant se diriger vers les sites internet et les applications mobiles pour se renseigner sur les horaires. Dans un soucis de conforter le hors film dans une identité événementielle mais surtout premium, les circuits

ont donc reproduit les méthodes des structures culturelles pour communiquer sur leurs événements, qui se réfèrent à de véritables programmes de saison culturelle. Rappelons également que le public touché est essentiellement sénior et de catégories socioprofessionnelles supérieures. Les circuits ont donc toujours intérêt à investir dans la mise en page et l'impression de documents d'apparence luxueuse. La façon d'accéder à l'information par le public âgé restant le programme papier.

Un autre moyen de communication évident pour les salles de cinéma : les bandes-annonces. Que cela soit pour les diffuser en salle, sur les sites internet des salles, mais aussi sur celui d'Allociné, ou encore sur les réseaux sociaux, elles sont indispensables. CGR Events créé une bande-annonce annonçant sa saison d'opéras et de ballets mais dispose également de bandes-annonces pour la plupart de ses événements. Pathé Live fait sensiblement de même : une vidéo pour la saison du Met et des vidéos présentant certains des événements (ballets, concerts et pièces de théâtres, sauf quand il s'agit de créations et que les images n'existent pas encore). Les vidéos des opéras de la saison d'UGC sont également disponibles. À ce sujet, il est important de noter que les trois groupes évoqués ont chacun un site internet dédié à leurs propositions de hors film : pathelive.com, cgrevents.com et vivalopera.fr qui détaillent l'ensemble des événements. Ces sites sont à distinguer de ceux des salles de cinéma qui programment les retransmissions.

Depuis quelques années, les salles de circuits ont changé leur stratégie marketting et les frais de communication ont donc dévié (et ont probablement été réduits) avec le digital. En revanche, la plupart des salles Art et Essai, parce qu'elles sont plus petites et parce que le public sénior tient une place importante, ont bien souvent maintenu un programme imprimé ainsi que la création de tracts pour les rencontres et autres événements. Elles ont en général pour habitude de travailler avec les acteurs du territoire (commerces, associations, structures culturelles) et maintiennent le dépôt de programmes, affichettes et flyers. La façon de communiquer des circuits en matière de hors film se rapproche de ces pratiques.

b. Les bonus

Autre spécificité de ces séances : la découverte des coulisses des grandes institutions. Avant que la retransmission ne commence, puis lors de l'entracte, les spectateurs dans la salle de cinéma ont accès à des interviews des artistes (chef d'orchestre, danseurs, comédiens) enregistrées en amont, mais aussi à des séquences en direct des coulisses du

spectacles : incursions derrière le rideau de scène, préparation des chanteurs ou encore techniciens s'affairant avec les décors. On parle ici véritablement de bonus car si les spectateurs de cinéma n'ont pas la « chance » de voir le spectacle *en vrai*, ils ont l'avantage, par rapport à ceux se trouvant effectivement au Bolchoï ou à l'Opéra Garnier, de voir ce que personne ne voit habituellement. Avec ces compléments, les spectateurs des retransmissions détiennent une forme de privilège que les distributeurs de contenus hors film mettent en valeur dans leur communication. Pathé Live réalise également des vidéos de sorties de séance dans lesquelles le public témoigne de son expérience. Ces vidéos sont ensuite partagées sur les réseaux sociaux et sur les sites internet. Ces éléments de communication et les bonus impliquent donc des frais de production non négligeables mais qui permettent une mise en valeur du caractère évènementiel et premium des retransmissions. Il s'agit aussi d'une opération de pédagogie, afin de toucher les moins initiés. Alain Duault, pour les opéras proposés dans les salles UGC, s'adresse face caméra aux spectateurs afin d'expliquer les actes à venir et d'analyser les enjeux narratif des actions passées.

c. L'accueil du public

Certaines salles s'inspirent également de l'accueil effectué dans les grandes institutions dont ils retransmettent les événements. Chez UGC, des hôtes et des hôtesses aident au placement. Dans les salles Gaumont-Pathé pratiquant la numérotation des places, de fait, l'installation ressemble à celle d'un théâtre, avec un agent prêt à renseigner et à accompagner les spectateurs. Certaines salles proposent lors de l'entracte la vente de collations spécifiques : canapés et champagne chez UGC notamment. Les salles Gaumont-Pathé n'ont pas de consignes particulières mais certaines d'entre elles font des tentatives : coupe de champagne offerte lors de la première d'une saison dans l'établissement de Labège, quand dans une autre ville, il s'agira plutôt de vente. Nous verrons dans la troisième partie que certaines salles Art et Essai soignent jouent également le jeu de la sortie premium et proposent un accueil spécifique qui génère des recettes annexes non négligeables.

Nous entrons à présent dans le vif du sujet. Comment repérer les spécificités de certaines salles Art et Essai sans avoir, dans un premier temps, une vue plus large sur le marché du hors film ? Nous avons observé à quel point ce secteur semble appartenir aux

circuits. Pourtant, certains établissements Art et Essai, ayant peu de salles, ont eu des idées innovantes très tôt quant à l'utilisation de leurs écrans et de leurs projecteurs numériques. Nous allons voir que hors film peut rimer avec animation, débat, partage et cinéphilie. Le contenu « alternatif », comme son nom l'indique, peut être une option face à la banalisation des images et à la concentration des mêmes films dans les mêmes salles. « Contenus alternatifs » riment très bien avec « salles alternatives ».

III. IDENTITÉ DES SALLES ART ET ESSAI ET HORS FILM

Les salles indépendantes suivent-elles les circuits ou se distinguent-elles ?

Dans le chapitre « L'émergence du hors-film sur grand écran ou la "nouvelle" polyvalence des salles de cinéma » intégré à l'ouvrage collectif *Les salles de cinéma – Enjeux, défis et perspectives,* les auteurs Kira Kitsopanidou et Giusy Pisano considèrent en 2013 que le hors film n'est pas saisi pas l'ensemble du secteur de l'exploitation : « Pour de nombreuses salles d'art et essai en France comme en Europe, le hors-film ne fait pas partie de leur cœur d'activité et serait plus l'affaire des salles commerciales, notamment des opérateurs de multiplexes. »[58]. En effet, bien que toutes les salles de France – de la plus petite à la plus grande – soient équipées en numérique et pourraient donc utiliser le potentiel de ce matériel chacune à sa façon, on a vu que les grands groupes, forts de leurs poids économiques, négocient directement avec les ayant-droit des contenus et deviennent producteurs et distributeurs.

Trois ans plus tôt, alors qu'il est interrogé par *Les Cahiers du cinéma*, Jean-Michel Gévaudan, délégué général de l'ADRC (Agence pour le Développement Régional du Cinéma) reconnaît que « ceux qui concentrent beaucoup d'écrans sont dans une logique maximale de rentabilisation de l'équipement. À l'autre bout du spectre, les salles Art et Essai ont d'abord à défendre une identité. »[59] L'expertise de M. Gévaudan nous paraît précieuse dans la mesure où il connaît bien le maillage et la disparité des salles françaises. Dans cette interview, il établit un lien entre numérisation des salles et potentiel du hors film dans les salles Art et Essai et pose trois questions majeures qui traversent nos recherches :

Le premier enjeu est celui de l'identité des salles Art et Essai c'est-à-dire de leur positionnement. Il s'agit d'une certaine façon d'une question morale, puisque les exploitants Art et Essai doivent décider s'ils sont les garants d'une certaine cinéphilie en donnant accès à des films plus fragiles et en respectant le caractère « sacré » de la salle de cinéma, c'est-à-dire comme lieu dédié au films.

---

[58] CRETON Laurent, KITSOPANIDOU Kira, *Les salles de cinéma : enjeux, défis et perspectives*, Op. cit., p. 173.

[59] BEGHIN Cyril « Hors-film *vs* art et essai ? – Entretien avec Jean-Michel Gévaudan, délégué général de l'ADRC », in *Cahiers du Cinéma* n°658, juillet-août 2010, p.53

Deuxièmement, les salles Art et Essai ont leur rôle à jouer comme lieu d'accès à la culture. En tant que seul lieu culturel d'un territoire pour un bon nombre d'entres elles, ces salles pourraient réunir des publics à l'occasion de propositions innovantes.

Enfin, le hors film peut accroître les disparités avec les multiplexes car les salles Art et Essai n'ont pas la même marge de manœuvre en terme de nombres de séances à consacrer à d'autres contenus, puisqu'elles ont, en général, moins d'écrans.

En évitant un discours militant, Jean-Michel Gévaudan pèse le pour et le contre de cette pratique. Il ne considère pas le hors film comme particulièrement problématique mais évoque surtout la question du positionnement que les salles doivent trouver pour en tirer le potentiel. Six ans après ces propos, nous allons établir un état des lieux des possibilités positives du hors film dans les salles Arts et Essai et/ou relevant de la petite exploitation. Nous verrons également concrètement comment ces initiatives s'appliquent.

Nous ne pouvions pas nous appuyer sur la totalité des salles classées Art et Essai (1 159 établissements en 2015), et encore moins sur la totalité des salles relevant de la petite exploitation (73,8% des établissements français). Nous avons choisi d'appuyer nos réflexions à partir d'entretiens avec des directeurs et directrices de six salles Art et Essai, représentative d'une certaine identité. Nous avons choisi des salles de tailles et d'impact différents, dans des territoires variés :

Le cinéma Le Balzac (Paris, Ile-de-France): de statut privé, il est l'un des derniers cinémas indépendants près de la place de l'Étoile à Paris. À proximité d'un UGC (Normandie) et de deux Gaumont (Champs-Élysées Ambassade et Champs-Élysées Marignan)[60], le Balzac fait figure de résistant sur l'avenue la plus chère du monde. Classé Art et Essai (deux labels), ce cinéma rassemble trois écrans pour 590 fauteuils, et sa fréquentation annuelle s'élève à environ 140 000 spectateurs. Jean-Jacques Schpoliansky en est le directeur depuis 1973. Dès 1993, la musique prend une place très importante dans la programmation : concerts, ciné-concerts, le festival de films d'opéra L'Opéra-film-art et surtout un site internet dédié à la musique sur scène et à l'écran.

Le cinéma Jean Eustache (Pessac, Gironde) : cinéma associatif classé Art et Essai (trois labels) qui rassemble cinq salles et 767 fauteuils. Seul cinéma de la commune, qui est

[60] Nous avons rencontré Jean-Jacques Schpoliansky un mois avant l'annonce de la fermeture du Gaumont Champs-Élysées Ambassade (qui a fermé ses portes le 31 juillet 2016).

accolé à Bordeaux, le Jean Eustache est à proximité de plusieurs multiplexes : le Mégarama, Le Français Méga CGR, l'UGC Ciné Cité. Bordeaux compte également deux cinémas Art et Essai : l'Utopia et le Jean Vigo. Reconnu pour son travail dans le domaine de l'éducation à l'image, le Jean Eustache fait également figure d'exemple avec sa proposition d'Université populaire. Sa fréquentation s'élève à 200 000 entrées. François Aymé en est le directeur depuis 1990, il est également depuis 2015 le Président de l'AFCAE (Association Française des Cinémas Art et Essai). Le Jean Eustache propose des retransmissions d'opéras depuis quatre ans, il est actuellement en partenariat avec CGR Events.

Le cinéma L'Écran (Saint-Denis, Seine-Saint-Denis) : situé en centre-ville de Saint-Denis, ville la plus peuplée du département le plus pauvre de France. L'Écran est géré par une association, et fait parti du réseau des salles publiques Cinémas 93. Classé Art et Essai (trois labels), l'établissement dispose de deux salles et de 398 fauteuils. Aux alentours, se trouvent les multiplexes Gaumont Stade de France, Mégarama de Villeneuve-la-Garenne et UGC Ciné Cité Paris 19ème. La fréquentation varie entre 70 000 et 80 000 entrées. Boris Spire, le directeur, est par ailleurs Président du GNCR (Groupement Nationale des Cinémas de Recherche). La saison 2015-2016 est la première en terme de retransmission d'opéras. Le programme a été établi en partenariat avec le festival d'art lyrique de Saint-Denis et les contenus ont été choisis auprès de FRA Cinéma. L'Écran a cependant mis en place d'autres initiatives innovantes autour du hors film, sur lesquels nous allons évidemment nous arrêter.

Le cinéma Cigalon (Cucuron, Vaucluse) : classé Art et Essai (trois labels) ce mono-écran de quatre-vingt-treize places, en zone rurale, se situe dans un village d'environ 1 800 habitants. Il est géré par l'association Basilic Diffusion, dont la directrice est Clémence Renoux. Le Cigalon rassemble des spectateurs des villages aux alentours et atteint en 2015 près de 18 000 entrées. Sans salle Art et Essai concurrente à moins de trente minutes, le Cigalon touche une vingtaine de villages du massif du Lubéron. Depuis trois ans, le cinéma propose deux séances de retransmissions d'opéra en partenariat avec le festival d'art lyrique d'Aix-en-Provence.

Le cinéma Méliès (Montreuil, Seine-Saint-Denis) : (ré)ouvert en septembre 2015 suite à son déménagement, le « plus grand complexe public » de France est doté de six salles et

de 1135 fauteuils. Classé Art et Essai (trois labels), ce cinéma est géré par l'Établissement Public Territorial Est Ensemble (Territoire du Grand Paris). Il s'agit donc d'un cinéma intercommunal dont la particularité est que le personnel est toujours employé de la Ville de Montreuil. Pour sa première année dans ses nouveaux murs, le cinéma a rassemblé 280 000 spectateurs. Son directeur artistique, Stéphane Goudet, a mené un long combat politique pour mener à bien la restructuration de ce cinéma au cœur d'une ville populaire. Le Méliès a la particularité d'avoir proposé des séances de retransmission des demi finales et finales de la Coupe d'Europe de football en juillet 2016

Le cinéma Pax (Pouliguen, Loire-Atlantique) : ce mono-écran associatif de 230 sièges, classé Art et Essai (deux labels), est le seul de cette station balnéaire de moins de 5 000 habitants qui atteint les 40 000 en période estivale. En 2015, Le Pax a réuni 47 629 spectateurs, parmi une population dont la caractéristique est d'avoir la moyenne d'âge la plus élevée de France. Son directeur, Philippe Arnera, défend une position tranchée contre la diffusion de contenus hors film en salle.

Nous avons également rencontré Véronique Boursier, déléguée générale de l'association parisienne Enfances au Cinéma, qui coordonne plusieurs missions autour de l'éducation à l'image auprès du jeune public (École et Cinéma à Paris, Mon 1er cinéma, Mon premier festival). L'association répond à de nombreuses prestations dans son domaine d'expertise et a notamment été démarchée par Pathé Live pour préparer un dossier pédagogique sur les retransmissions de la Comédie-Française.
Enfin, l'entretien avec Thierry Fontaine (Président de Pathé Live) a permis d'enrichir nos connaissances quant aux partenariats entre le groupe Gaumont-Pathé et les salles Art et Essai.

I. Un hors film élargi

Lorsque nous avons rencontré ces exploitants, l'un des points fondamentaux de nos discussions a été de définir ce qu'on intitule *hors film*. Si les contenus évoqués depuis le début de cette étude ont été mentionnés (retransmissions en direct ou en différé d'opéra, de spectacle, de concert), tous ont énuméré une palette de proposition plus large qui se distingue clairement du hors film tel que nous venons de le définir. Néanmoins, à la question « qu'est-ce que le hors film pour vous ? », ces exploitants ont spontanément cité tous les contenus diffusés sur leurs écrans de cinéma grâce à leurs projecteurs numériques. Leurs réponses ont donc été le point de départ à la constitution d'une sorte de répertoire du hors film marqué par l'identité Art et Essai. Il s'agit parfois de formats courts, qui ne remplacent donc pas une séance de cinéma, mais s'accole à elle ; il s'agit aussi de formats vidéographiques s'apparentant à la fiction ou au documentaire ; il s'agit souvent d'initiatives que l'on pourrait définir non pas comme des séances mais comme des animations. Nous avons délibérément décidé d'intégrer ces initiatives car notre réflexion part avant tout des réponses des exploitants de salles Art et Essai. La définition du hors film s'établit avec leurs paroles.

> « Si en hors film, on parle d'une programmation qui n'est pas celle de cinéma, avec un visa, alors tous les cinémas Art et Essai en programment aussi : des documentaires, des films d'atelier, des films de télévision, des films qui n'ont pas de distributeurs, des films tournés en régions, des films tournés par quelqu'un de la commune… Il y a une multitude de séances spéciales qui trouvent leur place au cinéma parce qu'il n'y a pas d'alternative et parce que le lieu cinéma propose un échange, une valorisation. »[61]

> « Si on met de côté les 700 films qui sortent par an, les 15 films par semaine, il y a tout ce qu'on fait autour des festival, des week-ends analyses de films, où l'on reprend des films de patrimoine ou bien des films qui n'ont pas de distributeurs. Il y a aussi des films plus rares, inédits, via des gens qui ont les droits, ou des producteurs. »[62]

---

[61] Annexe n°4 : Entretien avec François Aymé p.173.
[62] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.181.

Chacun a ensuite rappelé les multiples initiatives autour de la projection, c'est-à-dire en dehors du film, mais toujours à côté de lui : ateliers, rencontres, débats, repas. Leurs réponses ont marqué clairement une forme d'identité des salles Art et Essai mais également une vision élargie de la question du hors film. Si ces salles passent des contenus dits « alternatifs », c'est pour s'inscrire dans une mission d'animation de la salle de cinéma comme lieu ouvert aux formes culturelles et aux brassages des publics.

Les réponses de ces exploitants mènent à s'interroger sur la possibilité de définir clairement le concept de hors film mais elles questionnent surtout le rôle de la salle de cinéma. Un cinéma ne doit-il proposer que des films à ses spectateurs ? Est-ce qu'aujourd'hui un cinéma n'est viable qu'en étant polyvalent ? Les multiples propositions dans le domaine de l'image animée modifient-elles l'ADN des salles Art et Essai ? Qu'implique l'engagement des salles Art et Essai en terme « d'accompagnement des publics » ? Nous allons nous arrêter sur les initiatives des exploitants rencontrés afin de tenter d'englober une définition du hors film à l'épreuve de l'identité des salles Art et Essai. Nous relèverons délibérément toutes les propositions relevant de l'image filmée, projetée sur l'écran avec le projecteur numérique.

1. Les contenus communs aux circuits

Intéressons-nous dans un premier temps aux diffusions de contenus hors film que nous pourrions caractériser de « traditionnels » dans la mesure où ce sont ceux qui sont également diffusés dans les grands circuits (opéra, ballets, spectacles filmés). Sur les six salles lancées dans la diffusion de contenus hors film (Le Pax faisant figure d'exception dans cette étude) quatre ont choisi de passer de l'opéra filmé, ce qui correspond finalement à la tendance générale des salles françaises. Aucune ne propose de retransmissions de spectacles dits « populaires » qui remportent l'adhésion du public comme celles des concerts de Patrick Bruel, de Louane, ou de spectacles d'humour. En sélectionnant l'opéra, ces directeurs de salles considèrent qu'ils maintiennent leur identité Art et Essai et ne s'aventurent pas dans la catégorie « blockbuster » des contenus hors film. Il s'agit d'une forme de cohérence avec leur ligne éditoriale (qui se caractérise par la programmation d'une majorité de films labélisés) et de l'affirmation d'une garantie auprès de leur public de demeurer dans le « culturel ». Le Méliès se distingue d'une part car il est le seul cinéma de notre panel à avoir tenté le sport – la diffusion de matchs de football en l'occurrence -

et d'autre part car le cinéma ne propose pas les types de contenus hors film plus traditionnels (opéra, théâtre) pour l'instant.

Le Balzac propose des opéras filmés en différé depuis une dizaine d'années, c'est-à-dire dès que le cinéma s'est équipé en numérique. Si Jean-Jacques Schpoliansky s'est essayé à toute sorte de contenus (sport, émissions de télévision), c'est la musique, et surtout l'opéra qui mobilise le plus son public, au point de proposer douze opéras par an. Le cinéma a clairement positionné son identité sur « La musique sur scène et à l'écran » avec un site internet dédié à ces propositions : Le Balzac tout ouïe[63]. La musique, que ce soit en proposant des concerts tous les samedis soirs, des ciné-concerts très régulièrement, et les retransmissions d'opéra, permet au Balzac d'affirmer une spécificité et une expertise, notamment face à la concurrence des salles sur les Champs-Élysées. L'Écran à Saint-Denis a fait sa première tentative de saison d'opéra filmé l'année dernière, « Kinopéra », composée de trois rendez-vous. Un soucis de cohérence a mené l'équipe du cinéma à établir un partenariat avec le festival de musique classique de Saint-Denis : « Je tenais à ce qu'on fasse cette proposition en partenariat avec le Festival de Saint-Denis qui est incontournable sur le sujet et depuis de très nombreuses années ici. Nous, dans l'équipe, ne sommes pas spécialisés dans l'opéra. »[64]. La démarche est sensiblement la même au cinéma Le Cigalon qui s'est associé au Festival d'Art lyrique d'Aix-en-Provence, pour seulement deux projections (une seule en 2015-2016). Le Jean Eustache travaille avec CGR Events et propose le programme All'Opéra. Contrairement aux trois établissements évoqués plus haut, le Jean Eustache tente la diffusion de ballet, inclue dans cette saison (six opéras et deux ballets). François Aymé, le directeur considère que « si ça ne remet pas en cause les équilibres, c'est-à-dire les proportions de programmation, et qu'on a une offre artistique qui est de qualité, je pense que ça a un vrai sens. C'est une offre complémentaire. »[65].

La prise de risque est limitée pour ces salles ayant choisi l'opéra. Contenu « originel » dans l'incursion de propositions alternatives au sein des établissements cinématographiques, l'opéra s'impose comme le grand gagnant des contenus hors film. Depuis 2008, les français ont pu observer son insertion dans les salles des circuits, via des affiches, des bandes-annonces et l'annonce des projections sur le site Allociné, au même titre qu'un film. On peut affirmer alors que le public est aujourd'hui habitué à cette

---

[63] http://www.cinemabalzac-musique.com
[64] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.182
[65] Annexe n°4 : Entretien avec François Aymé, p.173.

proposition et peut même être en attente de la voir arriver dans son cinéma Art et Essai de proximité. Autre argument pour ce choix de contenu : une très bonne organisation du marché. Nous l'avons vu, l'opéra filmé est aujourd'hui distribué, au même titre qu'un film, il détient un numéro de visa, génère un partage de recette classique (en général 50%) et alimente le compte de soutien de la salle. Par ailleurs, compte tenu du succès de ce marché, les captations sont de bonnes qualités. On peut également ajouter que le public de l'opéra s'apparente à celui, vieillissant il faut le dire, des salles Art et Essai. Loin de trouver saugrenue l'idée d'assister à ce spectacle vivant total en version filmée, il répond présent au rendez-vous. Nous l'avons dit, les résultats en terme de fréquentation pour ces salles est très satisfaisant : une moyenne de deux cents spectateurs par diffusion au Balzac, cent cinquante à l'Écran, soixante-dix au Jean Eustache et une salle quasiment pleine au Cigalon (capacité de quatre-vingt-treize places).

La diffusion d'opéra en salle de cinéma est entrée dans les mœurs. Salles de circuits et petites salles trouvent leur compte dans cette offre alternative. En revanche, nous n'avons pas repéré d'ouverture à d'autres types de contenus, dont la distribution s'est pourtant organisée. Pathé Live se lance dans contenus culturels plus confidentiels qui pourraient trouver leur place dans des salles Art et Essai : diffusion d'un programme de clip et de sessions studio du groupe de musique électronique Goldfrapp ou encore un film de présentation du dernier album de Nick Cave. Mais nous verrons plus précisément les enjeux des partenariats entre ces distributeurs de contenus et salles Art et Essai à la suite de cette première partie.

À l'écoute de certains exploitants, la diffusion d'opéra n'est qu'un chapitre mineur dans la grande famille des contenus hors film proposés dans les salles Art et Essai. C'est ailleurs que ces dernières se distinguent et qu'elles exposent leur singularité vis-à-vis des salles des circuits. Avant de les analyser, il est fondamental de préciser que ces initiatives se différencient des retransmissions d'événements déjà évoquées par l'absence de billetterie commerciale. L'existence ou non d'un visa d'exploitation marque clairement la différence d'approche entre des salles de circuits et des salles qui défendent une mission de service public. En effet, les contenus que les exploitants de salles Art et Essai ont mis en avant sont souvent en entrée libre et les chiffres de fréquentation ne sont pas recensés pas le CNC dans la catégorie *hors film*.

2. Les avant séances

Dans le domaine du hors film, les salles Art et Essai tirent leur épingle du jeu avec des initiatives innovantes telles que les avant séances. Certaines salles utilisent le « couloir » traditionnellement employé pour les publicités pour faire découvrir à leurs spectateurs des contenus alternatifs, dans le sens où le mot latin *alter* signifie « autre ». Outre la diffusion de courts métrages (que nous rangeons dans la catégorie *cinéma*, via par exemple le RADI[66]), les salles publiques de la Seine-Saint-Denis ont accès depuis l'automne 2015 à une plateforme en ligne permettant de piocher dans différents types de contenus. Initié par l'association de salles Cinémas 93, Quartier Libre[67], propose au salles adhérentes un catalogue avec des clips musicaux, des films d'ateliers autour d'archives du département, des web-séries, des entretiens avec des critiques de cinéma, des films expérimentaux, des minutes Lumière, des témoignages de cinéastes… Autrement dit un panel d'images animées, sur ou autour du cinéma, parfois inclassables, et le plus souvent en lien avec le territoire. Ces avant-programmes numériques s'apparentent aux contenus artistiques proposés par l'Association des Cinémas de Proximité en Aquitaine (ACPA) et son dispositif CLAP dont profitent une soixantaine de salles en région Aquitaine Limousin Poitou-Charente depuis maintenant cinq ans. L'ACPA affirme clairement que « l'équipement en projecteurs numériques des salles de cinéma indépendantes permet aujourd'hui de nouvelles possibilités en matière d'offre culturelle »[68]. Dans ces deux cas, l'accent est mis sur les initiatives locales dans le but de valoriser le territoire : films faits pas des lycéens, témoignages de professionnels du cinéma affilié à la région, archives… On peut parler ici de hors film car il s'agit de contenus « à part », ne relevant pas de la chaine de production et d'exploitation régie par les règles du CNC (sans compter les catalogues de courts métrages) et parce qu'il ne s'agit pas a proprement parler de fictions ou documentaires cinématographiques. Par exemple, Le CLAP propose dans sa pastille *Retrorama* des images d'archives en partenariat avec l'INA : des extraits des actualités qui passaient dans les années 1950 au cinéma.

À l'inverse du hors film jusqu'ici évoqué, ces contenus ne génèrent aucune entrée financière supplémentaire pour les salles. Pour disposer de ces contenus, les établissements doivent être adhérent au réseau de salles et s'acquitter d'une cotisation pour avoir accès au

---

[66] Réseau Alternatif de Diffusion de l'Agence du court métrage
[67] http://www.cinequartierlibre.com/
[68] http://acpaquitaine.com/0809/?p=3894

service. Les contenus sont alors accessibles via la plateforme, en téléchargement, ou en DCP.

Ces contenus correspondent à une certaine ligne éditoriale : premièrement ils s'adressent aux salles qui ne diffusent pas de publicités avant les films. Ces avant séances, qui durent entre cinq et quinze minutes sont finalement une alternative culturelle à la séquence réservée aux publicités ou aux bandes-annonces. Ensuite, ces contenus ont pour objectif d'éclairer sur le cinéma ou encore d'apporter une ouverture culturelle tout en s'ancrant dans une démarche de proximité auprès des habitants. Boris Spire considère que « le numérique est un atout surtout pour les premières parties. Ça ouvre un boulevard gigantesque. À mon avis on n'est qu'à l'aube de ce qu'on est en capacité de faire. Il y a énormément à inventer et d'ailleurs ça n'arrête pas depuis deux ou trois ans. »[69]

3. Les entretiens avec des réalisateurs

Un autre atout apporté par l'équipement numérique prend la forme de rencontres à distance avec des réalisateurs. Le Groupement National des Cinémas de Recherches (GNCR) proposent des entretiens avec des réalisateurs filmés intitulés *Rencontre(s)* ou *Regard(s)* à placer après une projection ou lors d'un atelier. Dans un objectif d'accompagnement des films, ces contenus sont voués à être diffusés dans la salle, mais aussi sur le site internet du cinéma ou sur un écran dans le hall. Mais ce sont les rencontres en direct, via l'application Skype, qui permettent une interactivité avec les spectateurs et poussent à plus d'inventivité :

> « On a tenté, via une aide aux projets numériques du Conseil départemental de la Seine-Saint-Denis, des expériences de renouvellement des publics et de renouvellement des propositions de programmation des salles Art et Essai publiques du département. […] Aujourd'hui elles apparaissent moins originales mais à l'époque on était les premiers à le faire. On a travaillé sur la dématérialisation, sur l'échange des publics virtuels, sur Skype… Luigi Magri, à Tremblay, a été le premier à vraiment creuser ces sujets-là. Après on s'est associé avec Annie Thomas au Trianon de Romainville. Ça a pris plusieurs formes, par exemple : *La Fille du 14 juillet*, on a invité Antonin Peretjatko. Certains de ses courts métrages sont passés à Tremblay, d'autres chez moi et Antonin Peretjatko

[69] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.188.

> venait présenter ses courts métrages et parler avec le public de Tremblay et c'était retransmis à l'Écran. Puis il venait à Saint-Denis pour *La Fille du 14 juillet* et la discussion était retransmise à Tremblay. Je suis allé faire le débat chez Luigi et Luigi est venu le faire chez moi ! C'était pour le clin d'œil et c'était amusant. […] On a aussi fait un plateau avec des critiques de cinéma : c'était plus traditionnel et plus compliqué à organiser : c'était retransmis à Tremblay et à Saint-Denis en direct via internet et ça se passait en live à Romainville. […] Cela reste du hors film car c'est de l'expérimentation. »[70]

L'exemple de la Seine-Saint-Denis témoigne non seulement d'un souhait de tirer partie des possibilités du numérique mais surtout d'une recherche pour brasser les publics et créer de la convivialité. Cette initiative, incluse dans un projet plus large intitulé *9-3 Ciné Connecté* interroge clairement le concept déjà évoqué d' « ici et maintenant » : il s'agit ici de réunions virtuelles entre spectateurs de communes différentes, réunies à un même moment et recréant un seul et même public. L'écoute d'un opéra en direct implique que des milliers de personnes vibrent *ensemble* (dans une même salle de cinéma) mais aussi *séparément* (dans plusieurs salles). Dans l'exemple de Boris Spires s'ajoute la dimension d'interaction : le public peut en sus s'adresser au réalisateur qui lui même peut répondre. D'une certaine façon, l'échange de rôle entre Boris Spire (directeur de l'Écran animant le débat au cinéma Jacques Tati) et Luigi Magri (directeur du Jacques Tati animant à L'Écran), se révèle également comme un pied de nez au phénomène d'ubiquité rendu possible par le numérique et internet. Il est amusant d'imaginer les trajets effectués par Antonin Peretjatko, passant d'une salle à l'autre, comme une tentative de défier l'impossible ubiquité du monde réel.

Si en Seine-Saint-Denis, le réalisateur a non seulement rencontré le public *en vrai* et *en virtuel*, et a navigué d'une salle à l'autre, à Cucuron, la rencontre à distance a eu lieu afin de palier à l'impossibilité d'une réalisatrice à se déplacer. Dorothée Sebbagh a annulé une rencontre avec le public à l'occasion de son film *L'Ex de ma vie* pour des raisons médicales. Clémence Renoux, directrice du Cigalon, a réussi à organiser « une discussion Skype mais c'était complètement improvisé : on l'avait en cabine de projection par Skype. Le public avait l'image et le son mais elle, elle ne les entendait pas. Donc nous lui rapportions les questions du public et elle répondait au public. »[71].

---

[70] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.188.
[71] Annexe n°8 : Entretien avec Clémence Renoux, p.229.

Les échanges avec des réalisateurs via l'application Skype ne sont pas sans rappeler l'initiative d'Alain Condroyer au début des années 80 :

> « Nous avons réussi à organiser en duplex un certain nombre de débats pendant le Festival [de Cannes]. J'avais obtenu de Télédiffusion de France deux heures d'antenne. Avec un vidéoprojecteur couleur General Electric installé dans la grande salle du Français, deux soirs de suite, les spectateurs ont pu sur grand écran débattre avec des personnalités du cinéma réunies sur un plateau à Cannes. Un journaliste faisait le relais entre spectateurs et interviewés, à l'image de ce que l'on propose aujourd'hui en direct à la télévision. »[72]

En répondant à des obstacles géographiques et en mutualisant les moyens, les entretiens à distance peuvent participer à l'accompagnement des publics qui caractérisent bon nombre de cinéma Art et Essai.

4. Les films non classables

Les exploitants que nous avons rencontrés ont été formels : le hors film revêt pour eux une définition très large. En tant qu'unique lieu de projection dans leur commune, certaines de ces salles Art et Essai endossent un rôle de *maison de la culture* et se voient très souvent sollicitées pour passer des films que l'on aurait du mal à mettre dans une case. Les caractériser de *hors film* semble assez paradoxal, puisqu'ils s'apparentent en fait à des fictions ou des documentaires. Pour les définir, il conviendrait donc de préciser qu'il s'agit d'œuvres n'ayant pas reçu (ou sollicité) l'agrément du CNC. Pour autant, ces objets filmiques ont souvent été évoqués par les exploitants en tant que contenus hors film. Des séances sont organisées en lieu et place des créneaux réservés aux films dits *de cinéma*. Philipe Arnera, directeur du Pax, préfère justement défendre ces derniers :

> « Nous essayons autant que possible de bannir les films qui se verraient bien au cinéma mais qui n'ont pas enclenché toute la chaîne de production, distribution en amont. Ce n'est pas toujours compris mais nous essayons de nous y tenir. C'est souvent pour des questions qualitatives mais c'est aussi une façon de limiter, étant

---

[72] BONVOISON Smara, FOREST Claude, VALMARY Hélène, *Figures des salles obscures – Des exploitants racontent leur siècle de cinéma*, Op. cit., p. 168.

> donné que nous n'avons pas la possibilité de passer tout ceux nous souhaiterions parmi ceux qui sortent. »[73].

Nous nommerons ces contenus « films amateurs », qui correspondent aux films faits par des non professionnels (films d'habitants, ou issus d'ateliers) ou réalisés par des professionnels mais qui ne bénéficient pas d'un visa d'exploitation. Nous nous arrêterons ensuite sur d'autres types de propositions (films de télévision ou d'archives).

a. Les films amateurs

L'Écran, Le Jean Eustache, le Cigalon et le Pax assument pleinement leur rôle d'espace de *sociabilisation.* Pour les trois premiers, cela passe notamment en réservant des créneaux de projections à des films d'habitants ou de réalisateurs non distribués :

> « On est très sollicité, on nous propose des films faits dans les quartiers, qui ne sont pas forcément des films qu'on a envie de défendre parce qu'ils ne sont pas très réussis […]. Mais en même temps ça rentre dans le cadre de ce qu'on a envie de nouer comme relation avec ce tissu associatif. De temps en temps on programme ces soirées-là, pour faire venir du monde, pour faire connaître le lieu, parce que notre lieu est aussi un lieu de sociabilisation, de débat, d'échanges d'idées. Je crois que l'Écran joue beaucoup ce rôle-là. Il est aussi perçu par les personnes qui le fréquentent comme un lieu où l'on peut justement débattre. On joue ce rôle-là avec des propositions qui sont un peu « prétexte à ». Ce n'est pas du cinéma, donc on peut dire que c'est du hors film puisqu'il n'y a pas de numéro de visa, de billetterie CNC. »[74]

À Cucuron aussi, ce rôle est clairement défendu, l'animation du village était d'ailleurs au cœur même du projet originel du cinéma lorsqu'il a été repris par l'équipe actuelle : « On fait beaucoup de soirées avec des films qui ne sont pas distribués, sans visa, je ne sais pas si on peut parler de hors film. Il s'agit de soirées avec des documentaires, ou des soirées de soutien à des réalisateurs locaux qui ont fait des films qui ne sont pas distribués. »[75].

---

[73] Annexe n°9 : Entretien avec Philippe Arnera, p.236.
[74] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.182.
[75] Annexe n°8 : Entretien avec Clémence Renoux, p.228.

Philippe Arnera, au Pax, revendique également la force « des salles qui permettent des relations extrêmement fortes, presque individualisées avec les spectateurs. Nous sommes des lieux de socialisation, des lieux de rencontres, de débats citoyens. »[76] En revanche, le cinéma n'accueille pas de films sans visa sur son unique écran : « Nous sommes ouverts, nous discutons beaucoup avec nos spectateurs et nombre d'entre eux ont un petit-fils, un cousin, un neveu qui a fait un film qu'ils trouveraient formidable de passer dans la salle pour inviter la famille et les amis. Là-dessus nous sommes assez catégoriques. Nous ouvrons notre écran uniquement à des films de cinéma avec visa.»[77]

Dans un genre assez similaire, les films d'ateliers, issus d'actions d'éducation à l'image et au cinéma, se voient projetés dans les salles de cinéma. Au Pouliguen c'est d'ailleurs l'unique exception exercée par Philippe Arnera. Boris Spire rappelle que L'Écran « est de plus en plus sollicité par ça, notamment parce qu'il n'y a pas d'autres salles dans la ville. »[78]

En acceptant ce rôle, les exploitants axent leur travail sur le développement des publics, ils sont en contact avec les associations locales ou les maisons de quartier et espèrent que les personnes mobilisées découvriront le cinéma et auront envie d'y revenir. Il s'agit finalement d'une stratégie similaire à celle du hors film « traditionnel » : faire venir dans sa salle un public qui ne serait pas délibérément venu et tenter de capter un nouveau public, en espérant qu'il reviendra voir un *vrai* film. Mais c'est aussi un jeu d'équilibriste en terme de disponibilité du ou des écran(s) : quand un établissement a peu d'écrans, il renonce à des projections dites commerciales. L'Écran consacre un soir par semaine – le jeudi – pour ce genre d'événements pour accueillir les spectateurs sur des propositions le plus souvent en entrée libre, ne générant ni recettes ni remontées vers le compte de soutien. Dans le même temps, des personnes qui n'auraient pas poussé la porte du cinéma y passent une soirée, y façonnent des souvenirs agréables, ont l'occasion de découvrir la programmation et participeront probablement à un bouche-à-oreille favorable pour l'établissement.

---

[76] Annexe n°9 : Entretien avec Philippe Arnera, p.237.
[77] Annexe n°9 : Entretien avec Philippe Arnera, p.235-236.
[78] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.182.

b. Les autres types de contenus

Les avant séances dont nous avons parlé ouvrent une fenêtre sur des contenus expérimentaux, des archives, des clips ou des web-séries. Nous l'avons vu, ces contenus de quelques minutes sont placés juste avant la projection d'un long métrage *de cinéma*. Au Balzac, ce sont des soirées entières qui sont dédiés aux contenus télévisuels et/ou d'archives. Dès que le cinéma a été équipé en projecteur numérique, Jean-Jacques Schpoliansky a tenté d'en tirer toutes les possibilités. Que ce soit retransmettre des matchs de Roland-Garros ou diffuser des émissions de télévision : « le numérique nous aide beaucoup, car on peut diffuser des émissions sur le grand écran. »[79] Cela permet au Balzac d'inaugurer en 2016 le festival « Jazz & Images » : cinq rendez-vous composés de la diffusion d'une émission de télévision d'une trentaine de minutes (des années 1960 ou 1970) sur le thème du jazz, suivie d'un concert. Les contenus télévisuels proviennent de l'INA auquel le Balzac paye un forfait. Nous avons évoqué plus haut le « retour vers le passé » façonné par les projections de contenus hors film dans la mesure où ces rendez-vous (re)créent un événement. Ici, la salle de cinéma redevient totale : à travers l'écran on s'informe, avec la scène on se distrait. Ce projet rappelle celui rêvé par M. Trichet, qui imaginait une fusion entre cinéma et télévision. Autre initiative difficilement classable, celle de la diffusion lors d'un après-midi entier des huit épisodes de la série documentaire *Soupçon*, de Jean-Xavier de Lestrade au Méliès de Montreuil. Diffusé sur Canal + en 2013, cet « objet » documentaire « est un film qui a un format un peu particulier et qui n'est pas destiné ordinairement aux salles de cinéma mais qui aurait pu l'être »[80], il a d'ailleurs été programmé en octobre 2016 dans le cadre du festival les Rencontres du cinéma documentaire.

À la frontière entre télévision et cinéma, la série revêt depuis quelques années des qualités telles que l'écran de cinéma pourrait en être son écrin. Son mode de production et de diffusion couplé à sa spécificité qui est de s'étendre, en épisode, sur la durée, freinent néanmoins sa diffusion au cinéma. Des exploitants tentent malgré tout de contourner les frontières entre film et série dans leur salle.

---

[79] Annexe n°3 : Entretien avec Jean-Jacques Schpoliansky, p.169.
[80] Annexe n°10 : Entretien avec Stéphane Goudet, p.239.

5. Les séries

Aux yeux du grand public, il est extrêmement difficile de distinguer l'identité de certains contenus filmés. *Chante ton bac d'abord* de David André est d'abord passé sur France 2 (le 19 octobre 2014) avant de bénéficier d'une sortie salle (le 22 octobre de la même année). *Les Vies de Thérèse*, de Sébastien Lifshitz a été présenté à la Quinzaine des réalisateurs à Cannes en 2016, puis dans une vingtaine de salles en avant-première avant sa diffusion sur Canal + le 27 septembre 2016. Il n'a par la suite pas été distribué en salle. Du côté des séries, qu'on appelait naguère *séries tv* ou *séries télévisées*, le flou est également de mise. En France, Bruno Dumont, que l'on connaissait en tant que réalisateur de cinéma, a vu sa mini-série *P'tit Quinquin* présentée à la Quinzaine des réalisateurs à Cannes (2014), avant son passage sur Arte. Il arrive de plus en plus que des séries ne bénéficient d'aucune diffusion à la télévision mais elles rassemblent une très large audience uniquement sur Internet. Par exemple, *The Get Down*, réalisée par Baz Luhrmann, que l'on connaît en tant que réalisateur de cinéma, a été produite par et pour la plateforme Netflix. Autre exemple, celui de la tant attendue troisième saison de *Twin Peaks*, de David Lynch : « David Nevins[81] est très conscient des passerelles qui existent aujourd'hui entre la télévision et le grand écran, et de l'intérêt de la communauté cinéphile pour le nouveau projet de David Lynch. Aussi n'exclut-il pas l'idée de projeter les épisodes de cette nouvelle saison au cinéma, pour ceux qui préféreraient les découvrir dans une salle obscure avec d'autres aficionados. »[82] C'est en substance ce que se disent certains exploitants de salle Art et Essai, pour qui certaines série surpassent en qualité une bonne partie des films qui sortent en France :

> « C'est assez passionnant ce qui se passe dans la série, j'aime beaucoup ça, j'en vois beaucoup, et c'est parfois plus intéressant que ce qui se fait dans 60% de la production française. C'est un endroit où il y a énormément d'inventions, de questionnements sur ce que c'est que de faire parler des images et des sons aujourd'hui et sur ce que c'est que d'écrire un scénario et de le traduire en image. C'est assez passionnant. Je parle de ça parce qu'on en programme, et on a le projet d'en programmer encore plus. »[83]

---

[81] PDG de Showtime, chaîne de télévision payante américaine
[82] JURGENSEN, Gauthier, « Twin Peaks : la nouvelle saison de David Lynch diffusée au cinéma ? », in *Allociné*, Source : http://www.allocine.fr/article/fichearticle_gen_carticle18651502.html, 24 mars 2016
[83] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.182.

L'Écran a en effet projeté la série – déjà mentionnée – de Bruno Dumont *P'tit Quinquin*, ainsi que celle réalisée par Jane Campion, originellement réalisatrice de cinéma (Palme d'Or à Canne en 1993 avec *La Leçon de Piano*) : *Top of the Lake*[84]. C'est justement cette série qui pourrait faire changer d'avis Philippe Arnera, au Pax, concernant la projection de contenus non cinématographiques sur son mono-écran : « J'aurais adoré montrer *Top of The Lake* au cinéma. Là-dessus, j'avoue avoir l'impression de nous priver de quelque chose. Mais c'est très compliqué à mettre en œuvre ».[85] Il est certain que la mise en place des ces projections a impliqué une certaine coordination, et des frais, en Seine-Saint-Denis mais le projet était porté par trois salles[86] : le Jacques Tati à Tremblay-en-France, le Trianon à Romainville et l'Écran à Saint-Denis. Cette mutualisation a notamment permis de partager les droits de diffusion. Et si ces contenus ont été réalisés par de grands cinéastes, ils n'entrent pas pour autant dans la catégorie des films pour le CNC. Ainsi, un forfait de 1 000 euros par série a été négocié avec Arte. S'il a été possible de mettre en place une billetterie – non CNC, c'est-à-dire sans remontée de recette vers le compte de soutien – pour *P'tit Quinquin*, *Top of the Lake* a été proposé en entrée libre. En effet, les droits de diffusion auraient considérablement augmenté s'il en avait été autrement. Il est important de souligner que pour l'instant il n'existe pas d'intermédiaire, telle qu'une société de distribution, quand une salle souhaite diffuser une série.

La série au cinéma monte en puissance depuis quelques années, en témoigne le festival Séries Mania au Forum des images. La mairie de Paris souhaite désormais faire de cet événement « un rendez-vous à rayonnement international et […] elle propose également au festival de travailler dans toute la France. »[87] Boris Spire est actuellement en contact avec Frédéric Lavigne, directeur de Séries Mania, pour un projet hors les murs du festival, dont la huitième édition aura lieu en avril 2017.

---

[84] Cette série a été présentée dans les festivals de cinéma de Sundance, Berlin puis Cannes en 2013 puis diffusé sur Arte en novembre 2013.
[85] Annexe n°9: Entretien avec Philippe Arnera, p.236.
[86] Dans le cadre de *9-3 Ciné connecté*, projet mis en place grâce à une subvention du Conseil départemental de la Seine-Saint-Denis pour des projets innovants dans le domaine du numérique.
[87] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.189.

6. Les cours de cinéma

À la frontière entre la pédagogie, le ciné-club et la rencontre autour d'un film, les salles de cinéma Art et Essai inventent de nouvelles formes de cours de cinéma, en salle. François Aymé au Jean Eustache insiste sur les qualités du numérique dans l'accompagnement des films :

> « Vous pouvez faire un cours dans une salle de cinéma avec des extraits de films, des PowerPoint, des photos de grande qualité et aussi une souplesse et une économie qui est accessible : un étudiant peut faire un montage d'extraits de films sur un cinéaste, on peut faire des arrêts sur image, on peut faire de l'analyse de film. On peut faire des choses passionnantes qui n'étaient pas impossibles avant, mais c'était plus compliqué et de moins bonne qualité. »[88]

À Saint-Denis, la responsable jeune public, Carine Quicelet, utilise les logiciels PowerPoint ou Keynote dans le cadre de rencontres avec les classes pour illustrer et approfondir des analyses de films. Pour Boris Spire, il s'agit clairement de tirer parti du numérique pour affirmer une identité Art et Essai : « ça nous permet – au contraire des multiplexes qui le font pour de pures raisons de communication – d'être mieux identifiés comme cinéma Art et Essai et cinéma public avec des enjeux de transmission, d'éducation à l'image. »[89].

7. Des outils de communication et de transmission

Dans un genre encore plus large, nous tenions à évoquer les possibilités du numérique pour fabriquer des outils de communication au service des salles Art et Essai. Il nous a semblé pertinent de les faire apparaître dans la mesure où ces initiatives se retrouvent bel et bien sur l'écran de cinéma. Le cinéma de Romainville a créé une charte du spectateur qui est diffusée en salle. Le cinéma l'Écran réalise une présentation de saison filmée qui est présentée en septembre aux spectateurs lors d'une grande journée de rentrée. Boris Spire a même le projet d'équiper sa salle de matériel de captation très performant qui permettra – outre de filmer les rencontres cinéma en salle pour les diffuser sur le site

---

[88] Annexe n°4 : Entretien avec François Aymé, p.175.
[89] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire p.190.

internet – de réaliser des bandes-annonces « maison » pour défendre plus particulièrement un film.

Les salles Art et Essai que nous avons observées de prêt ont su tirer partie du numérique pour poursuivre le travail d'accompagnement des publics initié par les ciné-clubs nés dans les années 1920. Ces derniers permettaient aux spectateurs d'étudier la technique, l'histoire et l'esthétique du cinéma grâce à des projections de films. Les ciné-clubs, souvent engagés, voir militants, ont progressivement laissé la place aux salles de cinéma (en général associatives) dans les années 1980 et l'on sent encore aujourd'hui leur influence dans certaine salles Art et Essai. Conscients qu'ils doivent être en phase avec les avancées technologiques, et parce que leurs salles sont toutes équipées en numériques, les exploitants de salles Art et Essai s'affranchissent de la mission unique de diffuseurs de films. Certaines s'engagent dans la projection de contenus n'ayant pas trait au cinéma, c'est-à-dire l'opéra. Quasiment toutes préservent leur identité en imaginant des dispositifs liés au cinéma et plus largement à la création artistique. A contrario, Philippe Arnera, au Pax, revendique quant à lui la spécificité de la *salle de cinéma* en tant que lieu dédié à la projection de *films de cinéma*.

Nous allons nous intéresser à présent à la mise en œuvre des projections de contenus hors film recensés par le CNC dans les salles Art et Essai. Plus précisément, nous parlons des contenus qui bénéficient d'un visa et qui participent donc aux financements des œuvres cinématographiques et du parc de salle français via la mutualisation des recettes et leurs redistribution par le CNC. Ce sont les contenus plus « classiques » et pour lequel le marché s'est organisé. Pour les diffuser, les salles Art et Essai ont différents choix : s'associer à des circuits (les filiales de distributeurs ou d'exploitants) ou travailler en indépendance.

II. Liens entre salles Arts et Essai et circuits

Aucunes données chiffrées ne sont disponibles pour connaître le nombre de salles en France pratiquant la projection de contenus hors films. Nous souhaitions cependant être en mesure d'avancer des chiffres, voir des statistiques, afin de visualiser l'étendue du phénomène. Plus important encore, nous souhaitions connaître le nombre de salles Art et Essai concernées par cette activité. Nous avons donc tenté d'établir une tendance, à partir de plusieurs sources.

Le Film Français a publié en avril 2016 son guide annuel de l'exploitation. Plus de 1100 établissements cinématographiques y on été répertoriés (soit un peu plus de la moitié des salles de France, qui s'élève en 2015 à 2033 établissements). Pour chaque cinéma, un logo indiquait si l'établissement passait des contenus hors film, sans préciser cependant avec quel prestataire ou distributeur. Était également mentionné si l'établissement dépendait d'un circuit ou était indépendant ; si le cinéma était en centre ville, en centre commercial ou en périphérie ; le nombre d'écrans ; les entrées 2015 ; le statut du cinéma (municipal, associatif) ; les labels que le cinéma avait obtenu (Art et Essai, Europa Cinémas).

Nous avons pensé que ces informations permettraient d'établir une étude sur l'identité des salles pratiquant le hors film. La rédaction du Film Français ayant refusé de fournir sa base de données, ce travail se révéla beaucoup trop laborieux à entreprendre, même s'il aurait été très précieux. En effet, sans ce genre de données ramenées à des statistiques, nous ne pouvons pas dégager de tendance concernant les types de salles pratiquant le hors film. Nous avons cependant noté que sur les 1102 salles répertoriées par *Le Film Français*, 377 projetaient des contenus hors film, soit 34% des salles. Sur ces 377 salles programmant des contenus alternatifs, 126 sont des salles appartenant à des circuits et 251 sont indépendantes, mais pas nécessairement Art et Essai. Ainsi, plus des deux tiers des salles programmant des contenus hors film sont indépendantes. Évidemment, ces chiffres ne sauraient être strictement représentatifs du maillage français puisque l'hebdomadaire n'avait répertorié qu'environ la moitié des cinémas du territoire.

Compte tenu du caractère extrêmement mineur du marché (pour rappel, en 2015, le hors film rassemble moins de 0,4% des entrées totales dans les cinémas français), il nous paraît plus pertinent de nous concentrer sur les méthodes employées par les salles Art et Essai pour animer leur lieu et les raisons qui les poussent à aller vers le hors film.

En ce qui concerne les méthodes, les salles indépendantes ont finalement peu de

choix : établir un partenariat avec les grands groupes distributeurs que sont Pathé Live et CGR Events (UGC n'ayant pas créé de filiale de distribution de contenus hors film) ou gérer en indépendance le choix des contenus, à l'aide des catalogues des deux distributeurs hors filiales d'exploitation, dont nous avons parlé. En effet, seulement quatre distributeurs de contenus hors film se partagent le marché en France. Ces enjeux de partenariats ou d'indépendance dans la programmation impliquent des questionnements de concurrence sur un territoire que les exploitants doivent étudier en amont.

1. Partenariat

a) Pathé Live et les salles Art et Essai

Afin de dégager des tendances sur la question des partenariats entre salles Art et Essai et circuits, nous avons – encore une fois – tenté d'établir des données chiffrées : nous avons mis en perspective la *liste des établissements classés Art et Essai en 2016 après la commission nationale*[90], qui se trouve sur le site du CNC et la liste des établissements diffusant (uniquement en France) les événements Pathé Live, disponible sur son site internet[91]. Il en résulte, que Pathé Live travaille avec 207 cinémas en France (sans compter les soixante-cinq salles Gaumont-Pathé), qui sont d'ailleurs de tous types : multiplexes, mono-écran, circuits, salles municipales… Sur ces 207 salles partenaires, 103 sont classées Art et Essai, ce qui correspond à presque 50% des salles partenaires de Pathé Live. Près de 69% des salles classées Art et Essai travaillant avec Pathé Live ont moins de six écrans et 46,6% sont des salles de moins de trois écrans. Voici quelques précisions :

- 15,53% sont des mono-écrans
- 14,56% sont des salles à deux écrans
- 16,5% des salles ont trois écrans

Il est intéressant de noter que la moitié des salles qui programment des contenus hors films distribués par Pathé Live sont classées Art et Essai et qu'un bon nombre d'entre elles ont peu d'écrans. Ces données ne correspondent cependant pas au sentiment de Thierry Fontaine : « Les Arts et Essais viennent moins vers nous. La raison est simple : elles ont

---

[90] « Liste des établissements classés Art et Essai en 2016 après la commission nationale », http://www.cnc.fr/web/fr/classement-art-et-essai

[91] http://www.pathelive.com/les-cinemas-pathelive

moins d'écrans, donc c'est plus difficile. »[92] Et bien que nous ayons répertorié 50% de salles partenaires de Pathé Live comme étant labélisées Art et Essai, la filiale a « spécialement engagé quelqu'un pendant six mois pour sa connaissance du réseau pour aller vers des salles municipales, des salles Art et Essai et vers des petites villes »[93] dans le cadre de son nouveau projet avec La Comédie-Française. Ce projet s'est concrétisé après l'été 2016 :

> « Souhaitant s'inscrire en profondeur, Pathé Live a confié une mission à Fabien Joffre, précédemment programmateur chez Mars Films et Le Pacte, pour qu'il se consacre spécifiquement à ce projet. "Afin qu'avec son expertise, il puisse aller chercher des salles avec lesquelles nous n'avions pas l'habitude de travailler, qui n'ont peut-être jamais fait d'événementiel", précise Thierry Fontaine. Un travail en profondeur qui vient appuyer une démarche, plus large, d'accompagnement des exploitants. "Nous donnons un *package* aux salles, des outils pour travailler avec les scolaires, pointe Caspar Nadaud, directeur général de Pathé Live. Nous leur donnons beaucoup plus que le seul contenu." »[94]

Il est clair que ces salles représentent un marché particulièrement intéressant pour Pathé Live, qui mise sur le caractère culturel de ces propositions hors film. Avec son nouveau projet phare – le partenariat avec la Comédie-Française – Pathé Live prévoit de toucher 400 salles en France (soit le double des partenariats actuels), ce qui représente pour Thierry Fontaine « la plus grande combinaison de mise en place pour un programme de hors film »[95]. Dans le même temps, une nouvelle « stratégie de multiplication de séances »[96] est engagée à l'automne 2016. Non seulement l'objectif est de toucher davantage de salles mais également que ces dernières multiplient les diffusions : « Le distributeur permettra en effet aux salles de reprogrammer chaque œuvre, deux à trois semaines après le live, à leur convenance. »[97], un système de distribution inédit, qui se rapproche inéluctablement de la

---

[92] Annexe n°7 : Entretien avec Thierry Fontaine, p.215.
[93] Annexe n°7 : Entretien avec Thierry Fontaine, p.214.
[94] BERTRAND, Kévin, « Congrès FNCF 2016 - Pathé Live mise sur la Comédie-Française », Source :http://www.lefilmfrancais.com/index.php?option=com_papyrus&view=article&id=129458&catid=133, 29 septembre 2016
[95] BERTRAND, Kévin, « Hors-film – La Comédie-Française à l'écran avec Pathé Live », in *Le Film Français*, 30 septembre 2016, p. 12
[96] BERTRAND, Kévin, « Hors-film – La Comédie-Française à l'écran avec Pathé Live », in *Le Film Français*, Ibidem, p. 12
[97] BERTRAND, Kévin, « Hors-film – La Comédie-Française à l'écran avec Pathé Live », in *Le Film Français*, Ibid, p. 12

distribution cinéma, puisque le contenu pourra être projeté à de multiples reprises. Le distributeur de contenus alternatifs a également prévu des diffusions à l'étranger, préparant cinq versions de sous-titrages.

Concrètement, la mise en place d'un partenariat avec Pathé Live est assez simple. Pour l'opéra, la salle s'engage à retransmettre l'intégralité de la saison du Met (dix événements). Néanmoins, Pathé Live prend en compte les spécificités des salles et notamment leur nombre d'écrans : « On n'impose pas dix samedis dans l'année à un cinéma qui a cinq salles. »[98] Concernant le partage de recettes, toutes les salles, qu'elles appartiennent au groupe Gaumont-Pathé ou non, sont traitées de la même manière : en cas de retransmissions en différé, le partage distributeur/salle est de 50%. En revanche les recettes des diffusions en direct sont partagées à hauteur de 60% pour Pathé Live et 40% pour la salle. En effet, dans cette configuration, le Metropolitan Opera de New York exige 50% des recettes, les 10% restants reviennent donc à Pathé Live. Rappelons également qu'une captation retransmise en direct n'a – par définition – lieu qu'une seule fois. Autre point de négociation avec les salles partenaires : la fixation du tarif des places. Si Pathé Live dit laisser libres les cinémas de fixer le prix du ticket pour un opéra filmé, cette opération est tout de même clairement encadrée : « on leur conseille un tarif, car parfois des exploitants souhaitent mettre un prix de billet trop bas alors que les investissements sont lourds […] On donne une fourchette aux exploitants et si le tarif est trop bas, on ne diffuse pas. Et ça dépend également de la concurrence. On ne veut pas perturber l'exploitation d'une autre salle qui aurait fait l'effort de pratiquer un prix plus élevé. »[99] Les salles indépendantes qui pratiquent une politique tarifaire délibérément basse se verraient donc obligées de faire une entorse à leur engagements vis-à-vis de leur public ou même des élus qui les subventionnent. C'est justement ce qui empêche le Méliès de Montreuil de s'engager dans cette voie. Pathé Live a en effet prix contact avec Stéphane Goudet et les deux parties voient en la diffusion des pièces de la Comédie-Française un grand potentiel : « On sait qu'on a une très forte demande des professeurs de collège et lycée. Je ne doute pas une seconde qu'il y aura beaucoup de monde et qu'on y sera tous gagnants. »[100] Pourtant, en l'absence d'un accord sur le prix des places, le partenariat ne peut voir le jour : « Pathé Live demande un minimum et pour l'instant nous n'avons pas

[98] Annexe n°7 : Entretien avec Thierry Fontaine, p.213.
[99] Annexe n°7 : Entretien avec Thierry Fontaine, p.217.
[100] Annexe n°10 : Entretien avec Stéphane Goudet, p.243.

trouvé de terrain d'entente »[101], le tarif plein en cinéma s'élève à six euros à Montreuil et Stéphane Goudet ne considère pas cohérent de proposer des contenus autour de quinze ou vingt euros, d'autant plus que ce genre de décision doit être voté par les élus de la communauté d'agglomération puis s'appliquer dans tous les cinéma d'Est Ensemble.
Nous reviendrons sur la question du tarif des places dans la partie consacrée à la démocratisation culturelle. Même si le partenariat entre des salles indépendantes et Pathé Live est relativement simple à mettre en place, force est de constater que la contrainte d'un certain tarif est totalement inédite dans le secteur de l'exploitation. Il existe parfois des minimums garantis pour la projection d'un film, mais les exploitants ne sont normalement pas discriminés pour leur politique tarifaire qui reste un domaine qui leur appartient totalement.

b) CGR Events et les salles Art et Essai

Il n'a pas non plus été simple d'établir des données chiffrées sur le nombre de salles travaillant avec CGR Events. En l'absence de chiffres officiels, nous avons étudié la liste de salles disponible sur le site du distributeur. Nous avons compté 635 établissements cinématographiques en France métropolitaine diffusant des contenus distribués par CGR Events. Cependant ce chiffre est largement revu à la baisse par le magazine professionnel Côté Cinéma qui évoque entre 150 et 250 établissements cinématographiques, dont quarante-sept CGR, qui travaillent avec le distributeur, en fonction des programmes.[102] Nos chiffres correspondent à un peu plus du tiers des cinémas français et concernent les salles du groupe CGR bien entendu, mais aussi des grands groupes de circuits de salles : Pathé, Gaumont, Kinepolis, MK2, Cap'Cinéma, Mégarama et Cinéville. Nous n'avons pu distinguer quelles salles partenaires de CGR Events étaient labellisées Art et Essai. Nous avons néanmoins relevé qu'en ôtant les salles des circuits nommés ci-dessus, ce seraient 506 salles indépendantes sur le territoire français qui projetteraient des contenus distribués par CGR Events. Cela peut être des salles relevant des trois tailles d'exploitation et elles correspondent à tout type de statut (privé, associatif, municipal etc). Enfin, nous le précisons clairement, elles ne sont pas nécessairement labellisées Art et Essai. Parmi elles, figurent le Jean Eustache à Pessac, et le Balzac à Paris.

---

[101] Annexe n°10 : Entretien avec Stéphane Goudet, p.243.
[102] « CGR EVENTS », in *Côté Cinéma* hors série du 26 septembre 2016, p. 10.

Comme Pathé Live, CGR Events mise sur les salles indépendantes et/ou Art et Essai : Jocelyn Boussy (Directeur général de CGR et de CGR Events) évoque les partenariats avec les salles hors de son circuit : « Chez CGR Events, nous avons beaucoup de demandes de la petite exploitation, y compris les salles municipales. Elles essayent d'apporter quelque chose de neuf à leur public grâce au numérique. Et il ne faut pas se cacher que le hors film est également intéressant pour elles sur le plan financier, le prix moyen étant supérieur. »[103] Nous avons interrogé François Aymé (cinéma Jean Eustache), par ailleurs Président de l'Association Française des Cinéma Art et Essai, sur la symbolique induite par un partenariat entre une salle Art et Essai et engagée (via les dispositifs d'éducation à l'image, les initiatives telles que des Universités populaires) et un groupe aussi puissant que CGR. Un groupe qui est souvent évoqué lorsqu'on évoque les phénomènes de concentration vis-à-vis de la filière indépendante :

> « Ce qui est important c'est le contenu. Les conditions commerciales sont tout à fait acceptables. Donc vis-à-vis de CGR il n'y a pas de souci particulier. On a une relation commerciale qui est claire et équilibrée avec un programme de qualité.
> Le point très important c'est que les dates sont en semaines et non pas le week-end et elles sont connues à l'avance. Si ces dates nous incommodent, on peut les faire en différé. Si une date entre en conflit avec un autre événement du Jean Eustache, on la décale. On travaille avec CGR Events car on est proche d'un UGC et d'un Gaumont et les autres propositions nous ont été refusées. »[104]

En observant le fonctionnement concret d'un partenariat avec une filiale distributrice de contenus, nous percevons que le marché ayant été organisé, la mise en place est éminemment simplifié pour les salles :

> « Cela fonctionne comme pour un film : le partage des recettes est à 50%, sans minimum garanti, avec un tarif plein à 18 euros, et qui atteint 12 euros dans le cadre d'un abonnement. Un matériel de communication nous est remis par CGR Events : un programme papier, des bandes-annonces, des affiches. Le programme a un visa, il y a donc une remontée CNC qui va aussi vers le compte de soutien et les contributions numériques. Cela fonctionne exactement comme un film normal. »[105]

---

[103] « "Hors film", peut-on "tout" passer ? », in *Côté Cinéma* n°290 du 28 mars 2016, p. 11
[104] Annexe n°4 : Entretien avec François Aymé, p.174.
[105] Annexe n°4: Entretien avec François Aymé, p.174.

Cette aspect renvoie à notre partie « Création de nouveaux secteurs d'activité »[106] dans laquelle nous évoquions la main mise par de grands groupes sur l'ensemble du secteur, ce qui a néanmoins l'avantage de rendre ces contenus accessibles au plus grand nombre.

On peut établir un parallèle entre la programmation de contenus hors film distribués par Pathé Live ou CGR Events et celle d'un blockbuster. Une-e directeur/trice d'un cinéma Art et Essai a la main sur sa programmation et, aussi pointue soit sa salle, il/elle est libre de programmer un film de studio hollywoodien distribué par un grand groupe (qui par ailleurs peut évidemment revêtir de grandes qualités cinématographiques). Après avoir négocié sa semaine d'exploitation, il/elle décide des jours et horaires de ses séances, avec bien souvent des contraintes imposées par le distributeur (plein écran notamment). Néanmoins, avec le hors film, s'ajoutent deux obligations spécifiques qui posent forcément question : la première est celle du tarif des places qui se voit imposé par le distributeur (même s'il s'agit d'une fourchette, un minimum est à respecter). L'autre point est le fait de devoir, parfois, s'engager sur l'ensemble d'une saison d'opéra. Quand un exploitant programme un film, il n'est pas censé prendre le line-up complet du distributeur sur l'année.

2. Concurrence

Il est donc tout à fait admis qu'une salle Art et Essai projette des films distribués par un grand groupe, comme c'est le cas en matière de cinéma. Ces partenariats représentent d'ailleurs un marché considérable pour les distributeurs de contenus hors film, à tel point qu'ils cherchent à l'élargir : Pathé Live comme CGR Events ne négligent en aucun cas les petites salles. Cependant, il existe une vraie stratégie territoriale dans le développement de ces projections.

Reprenons une partie de la réponse de François Aymé, cité précédemment : « On travaille avec CGR Events car on est proche d'un UGC et d'un Gaumont et les autres propositions nous ont été refusées »[107]. Il poursuit : « On avait aussi démarché le Met et l'Opéra de Lyon mais ça nous a été refusé parce qu'on était près d'un UGC et d'un

[106] Voir p.27
[107] Annexe n°4 : Entretien avec François Aymé, p.174.

Gaumont, qui ont l'exclusivité sur leur zone. »[108]. En effet, ce secteur, même marginal, implique une attention sur ce qui existe dans les salles ou communes voisines, afin de garantir le caractère « premium » et événementiel. Thierry Fontaine l'atteste : « On ne multiplie pas les copies, ou du moins les salles. Ça ne sert à rien de diluer. Je préfère que la salle soit pleine et que les gens communient vraiment ensemble plutôt que de se retrouver à trois. »[109] C'est pourquoi Pathé Live observe toujours l'existant dans une zone avant de s'engager dans un partenariat avec une salle. L'objectif de Pathé Live est d'être présent sur l'ensemble du territoire afin de toucher un maximum de public, en évitant de cannibaliser les potentialités de fréquentation : « Il faudrait donc des villes où nous ne sommes pas déjà implantés et où le potentiel est fort. »[110]

Boris Spire à l'Écran est enthousiasmé par les retransmissions de la Comédie-Française au cinéma. Il sait néanmoins que ces contenus s'installeront dans un premier temps dans les salles du groupe et que ce dernier n'a pas d'intérêt à les proposer à un panel de salles trop large. Même s'il est prévu que Pathé Live travaille encore plus étroitement avec les salles Art et Essai sur ces contenus théâtraux, c'est le maillage géographique qui prévaut. Jean-Jacques Schpoliansky est quant à lui à proximité de salles Gaumont-Pathé et UGC. Il sait qu'il ne peut pas empiéter sur leurs exclusivités et cela a forcément une incidence sur sa programmation : il s'adresse alors à d'autres distributeurs.

En étant principalement organisé par de grands groupes qui cumulent l'activité d'exploitants et de distributeurs, la répartition des contenus ainsi que leur diversité se trouvent forcément influencées. Les salles Art et Essai sont volontiers invitées à projeter des contenus Pathé Live et CGR Events sauf si elles se trouvent dans une zone déjà concernées par les salles des dits groupes. Elles n'ont donc pas un réel libre arbitre dans le choix de leur partenaire.

---

[108] Annexe n°4 : Entretien avec François Aymé, p.174.
[109] Annexe n°7 : Entretien avec Thierry Fontaine, p.216.
[110] Annexe n°7 : Entretien avec Thierry Fontaine, p.219.

3. Indépendance

Certaines salles Art et Essai s'engagent dans la projection d'opéra sans passer par les distributeurs qui dominent le marché. C'est le cas de l'Écran à Saint-Denis et du Cigalon à Cucuron.

À Saint-Denis, c'est la présence d'un festival dans la ville qui a initié les projections en salle. Le Festival de musique classique symphonique, de chambre, chorale et musiques du monde existe depuis 1970, et se déroule au mois de juin dans la Basilique de Saint-Denis et dans la Maison d'éducation de la Légion d'Honneur. Pour les séances en salle, il ne s'agit pas de captation du festival mais la programmation a été montée en concertation avec son équipe. Ce partenariat permet au cinéma L'Écran de toucher « le réseau de mélomanes très important du côté du Festival de Saint-Denis. Du coup ils envoient une newsletter dans laquelle ils annoncent la retransmission chez nous. C'est aussi pour cela que ça marche ici. Je ne suis pas sûr que je l'aurais fait dans une ville qui n'aurait pas de lien avec l'opéra ou la musique classique. »[111] Les contenus proviennent du catalogue de FRA Cinéma, ils détiennent un numéro de visa et permettent donc d'alimenter le compte de soutien du cinéma.

Le Cigalon bénéficie quant à lui d'un partenariat avec le festival d'Art lyrique d'Aix-en-Provence. Dès 2008, ce dernier a mis en places des projections, souvent en plein air, dans des communes de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur mais aussi à l'étranger. Il s'agit bien d'une captation d'un opéra du festival, qui peut être diffusée en direct ou en différé, dans la période de l'événement. Des mairies, des associations et des cinémas bénéficient de ces projections qui ont la particularité d'être gratuites : gratuites pour les structures et, en contrepartie, la gratuité est instaurée pour les spectateurs. Même s'il ne s'agit que d'un ou de deux rendez-vous annuel, pour Clémence Renoux, dont la salle se situe en milieu rural, cela a l'avantage de « travailler en partenariat avec des acteurs culturels locaux, de nous implanter de façon locale, mais aussi de travailler avec le Festival d'Aix qui est très prestigieux, ça nous apporte une certaine notoriété de dire qu'ils sont notre partenaire ou qu'on est leur partenaire. »[112] Par ailleurs, cette proposition, parce qu'elle est gratuite, correspond à la ligne du cinéma qui souhaite proposer à son public des opportunités d'ouverture culturelle.

---

[111] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.183.
[112] Annexe n°8 : Entretien avec Clémence Renoux, p.227

Même si nous avons noté que Le Balzac faisait partie des salles partenaires de CGR Events, nous constatons que Jean-Jacques Schpoliansky garantit son indépendance. C'est en effet l'équipe du Balzac, aidé d'un comité, qui construit sa saison d'opéra à partir des propositions de Rising Alternative, mais aussi en sollicitant les « distributeurs ou des producteurs en France ou à l'étranger qui ont filmé des opéras qui nous intéressent. »[113]

III. Le hors film comme levier économique

Thierry Fontaine résume assez clairement les avantages du hors film pour les salles de cinéma comme « une […] opportunité artistique et économique »[114]. S'il a beaucoup été question d'accès à la culture lors des entretiens menés, l'aspect financier n'a pas non plus été négligé. Les types de contenus spécifiques à certaines salles Art et Essai (avant séances, séries) ont la particularité de fonctionner le plus souvent en entrée libre. En revanche, dès qu'il s'agit de contenus avec visa et donc partage de recettes, les bénéfices deviennent particulièrement intéressants.

1. Survie économique

Certains exploitants n'hésitent pas à parler du hors film comme un moyen de survie économique. Le contexte général de baisses de subventions publiques, et plus particulièrement dans le domaine culturel, a généralisé l'idée que les structures doivent trouver des financements par elles-mêmes, au moyen du mécénat, du partenariat privé et de prestations de service. Pour exemple, Le Balzac à Paris et le Trianon à Romainville bénéficient du soutien de BNP Paribas, Le Max Linder (Paris) loue sa salle en matinée pour des travaux de postproduction et l'association Enfances au Cinéma, spécialisée dans les enjeux d'éducation à l'image « développe [ses] fonds propres […] en allant "se vendre"»[115]. Véronique Boursier, la déléguée générale, le confirme : une prestation pour Pathé Live – l'élaboration d'un dossier pédagogique sur les captations de la Comédie-

[113] Annexe n°3 : Entretien avec Jean-Jacques Schpoliansky p.165.
[114] Annexe n°7 : Entretien avec Thierry Fontaine, p.210.
[115] Annexe n°6 : Entretien avec Véronique Boursier, p.198.

Française – permet non seulement d'élargir le champ de compétence de sa structure, mais aussi de « faire rentrer des finances »[116].

Jean-Jacques Schpoliansky est catégorique : « [Le hors film] sauve le Balzac. C'est une activité complémentaire mais indispensable. Sinon je demande encore plus de subventions et c'est sans fin et ça ne se justifie pas. S'il n'y avait que ça, il faudrait fermer. »[117] L'exploitant se trouve en effet confronté à un loyer exorbitant (200 000 euros par an), à deux pas de l'avenue la plus chère du monde. Selon lui l'activité cinéma ne suffit plus et cela fait des années qu'il « ouvre le champ opérationnel de la salle »[118] avec des locations (par exemple le matin pour des projections de presse), des événements tels que des concerts, et évidemment le hors film qui génère des recettes très intéressantes du fait du prix du ticket.

Boris Spire confirme la dimension de *survie* mais avec un point de vue axé sur le long terme : « Bien sûr, c'est une question de survie de ce point de vue-là. On a un public vieillissant, il l'est pour plein de raisons, mais à un moment donné si on veut pouvoir continuer à séduire un public plus jeune il faut qu'on se renouvelle dans nos propositions. »[119] Le directeur de l'Écran s'interroge davantage sur l'avenir de l'exploitation et le rôle de la salle de cinéma quand Jean-Jacques Schpoliansky se confronte à des problématiques quotidiennes. Le premier est directeur d'une salle associative subventionnée quand le second dirige une salle privée. Chacun à sa manière est confronté à des enjeux financiers : une municipalité continuera-t-elle a soutenir un lieu qui ne serait plus en phase avec l'actualité ? Comment survivre face à une concurrence accrue ?

Ces dilemmes mènent parfois à se poser des questions de fond sur le sens de ses actions et ses méthodes de travail. Pour Véronique Boursier, le pragmatisme participe à trouver des réponses :

> « Je ne peux pas dire que je suis fière de travailler avec Pathé ! Néanmoins ça ne me pose aucun problème de conscience parce que je ne suis pas dogmatique. Si le fait de travailler pour Pathé me permet de payer les salaires des personnes qui

[116] Annexe n°6 : Entretien avec Véronique Boursier, p.200.
[117] Annexe n°3 : Entretien avec Jean-Jacques Schpoliansky, p.163.
[118] Annexe n°3 : Entretien avec Jean-Jacques Schpoliansky, p.163
[119] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.187.

> travaillent pour École et Cinéma, ça me va bien. Il faut prendre l'argent là où il est. Je suis en train de financer un poste avec la mission Comédie-Française. »[120]

Les cinémas que nous étudions, parce qu'ils n'appartiennent pas à de grands groupes sont exposés à une fragilité financière : par définition, les recettes cinéma sont instables. Les cinémas subventionnés peuvent voir leur soutien financier baisser soit lors d'un changement de majorité municipale ou par répercussion des baisses de dotation de l'État.

Le prix d'un ticket pour un opéra filmé vaut plus ou moins le double d'un ticket de cinéma. Cela implique une recette également doublée, surtout avec la mise en place d'une distribution tout à fait classique de ces contenus, c'est-à-dire avec un partage de recette à 50%, et non plus avec des forfaits. Pour le Balzac, ces séances sont indispensables. Au Jean Eustache, les séances de hors film représentent 0,05% des entrées (mille spectateurs sur un an) mais ses recettes annuelles correspondent 1% de l'activité globale. On voit ici l'avantage de ces séances mais dont le nombre reste limité : entre deux et douze séances selon les établissements. Et puisqu'il s'agit d'événements et que la salle est d'abord dédiée au film, les recettes ne sont pas vouées à se développer dans l'immédiat. Le marché s'est autorégulé, même si certain ont craint que les séances cinéma soient de plus en plus amputées par le hors film.

L'avantage financier ne motive pas tous les exploitants. Philippe Arnera au Pax n'a même pas envisagé cette question et refuse de programmer ces contenus dans sa salle. Au Cigalon, du fait du partenariat avec le festival d'Aix-en-Provence, les projections d'opéras filmés sont gratuites. Pour Clémence Renoux, la gratuité participe de l'ouverture à la culture, qui est le fer de lance du Cigalon :

> « Si ça avait été payant je pense qu'on l'aurait fait aussi, mais ça allait dans le sens de permettre au public de découvrir l'opéra, sans frein. C'est une ouverture supplémentaire. Les prix des billets des opéras qui ont lieu dans des salles de cinéma sont beaucoup plus chers qu'une place de cinéma classique. Là il n'y avait pas cette barrière-là. Ça veut dire que les gens peuvent venir découvrir l'opéra et si au bout d'une demi-heure ça ne leur plait pas ils peuvent partir. Ou ils peuvent rester les trois heures découvrir un monde inconnu. »[121]

---

[120] Annexe n°6 : Entretien avec Véronique Boursier, p.203.
[121] Annexe n°8 : Entretien avec Clémence Renoux, p.227.

Quant à l'idée que les recettes dégagées par la diffusion de contenus hors film peuvent permettre aux salles de donner plus de place à des films fragiles, la réponse est non. Les exploitants rencontrés n'ont pas pu confirmer cette idée. Soit leur programmation (Art et Essai, parfois labellisée Recherche et Découverte) va déjà dans ce sens, soit le hors film est trop mineur pour imaginer qu'il pourrait modifier leur rapport à la programmation.

2. Des recettes annexes « acceptables »

D'une manière générale, les salles que nous avons étudiées ne misent pas sur les recettes annexes en tant que possible manne financière. Le Cigalon détient un petit stock de confiserie, à la demande d'une partie des spectateurs (environ mille euros de bénéfices en 2015). À l'Écran, on peut seulement trouver un distributeur de boissons et de sucrerie. Pas de popcorn non plus au Jean Eustache, mais un bar, où l'on peut prendre un verre. Idem au Méliès, dont la gestion de la restauration a été confiée à la SCOP La Fabrique Utile, avec des produits de circuits courts. Au Pax « Nous n'avons pas de publicité sur l'écran, nous programmons des courts métrages avant les séances du soir, nous ne vendons plus de confiserie, il n'y a bien sûr pas d'affichage payant dans le hall. Nous fonctionnons exclusivement sur les recettes cinéma, par choix ».[122]

Le hors film a cependant fait émergé un nouveau type de recette annexe très lucratif particulièrement fondé sur la particularité *premium* d'une diffusion d'opéra : « Certaines salles s'organisent, notamment pour l'opéra, en proposant du champagne. Elles essaient de maximiser leurs recettes de cette façon et c'est bien. »[123] Et effectivement, c'est sur ce terrain que Boris Spire s'est engagé : à l'entracte d'une diffusion d'opéra, l'équipe de l'Écran vend des coupes de champagnes et des verres de vin. Sur les trois retransmissions de l'année, le cinéma a remporté un bénéfice de 1 600 euros. Il est important de rappeler que lors d'une soirée de ce type, il faut compter du personnel supplémentaire, et donc une augmentation des charges. La rentabilité de cette opération a néanmoins mené le directeur à s'interroger sur le public de son cinéma, situé dans une zone très populaire. « Quand ils viennent en couple ça représente deux fois quinze euros plus les coupes de champagnes ce qui fait environ quarante euros, n'est pas rien. Comme quoi, le barrage du prix du billet – qui est quand même important – ce n'est pas le seul élément qui joue. »[124] Jean-Jacques

[122] Annexe n°9 : Entretien avec Philippe Arnera, p.233.
[123] Annexe n°7 : Entretien avec Thierry Fontaine, p.213.
[124] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.185.

Schpoliansky se prive quant à lui de ces potentielles recettes en offrant une coupe de Crémant à ses spectateurs d'opéra. Mais derrière cette opération, peu de frais – un partenariat avec la maison Bouvet Ladubay la rend possible, et surtout une fidélisation des spectateurs pour qui cet accueil *avec bulles* est la marque du cinéma depuis des années.
Bien que l'objectif de l'opération n'était absolument pas financière, la diffusion des matchs de l'Euro 2016 au Méliès – proposé gratuitement au public – aurait pu généré des recettes annexes intéressantes à la SCOP s'occupant du bar du cinéma : « Au théâtre [qui avait diffusé les premiers matchs de la compétition], la vente de boisson a cartonné parce qu'ils avaient mis une tireuse à bière supplémentaire et qu'elle n'était pas chère. Chez nous, on est resté sur la bière artisanale fabriquée à Montreuil et qui est vendue quatre euros. Du coup ça a nettement moins bien marché. Il aurait peut-être fallu que ce soit plus accessible et plus rapide qu'un service traditionnel. »[125]

Autre proposition innovante, les plateaux repas pendant un événement hors film. Pour jouer avec l'idée du plateau télé à la maison, Boris Spire a accompagné les projections des deux séries évoquées (*Top of the Lake* et *P'tit Quinquin*) de plateaux repas : « On a rallumé la salle entre deux épisodes, pour ne pas en mettre partout. Ces propositions ont très bien marché, davantage *Top Of The Lake* (soixante-dix-sept personnes) que *P'tit Quinquin* (trente-cinq personnes). Presque tous les spectateurs ont pris un plateau repas (sept euros). Mais c'est un peu cher à organiser et ça rapporte moins que le champagne à l'occasion de l'opéra. On avait fait appel à une association qu'il faut donc rémunérer. C'est plutôt sympathique comme soirées et je trouve que ça fonctionne bien. »[126]

Les salles Art et Essai ont rarement un gigantesque comptoir confiserie imposé par un « parcours client » aux spectateurs, comme le font les salles des circuits. Il s'agit même d'un choix assumé pour marquer une identité, que l'on retrouve toujours lors de débats opposant ces deux types de salles. Pour autant, en s'ouvrant à la diffusion de contenus hors film, les petites salles ont l'opportunité, notamment grâce à l'entracte lors d'un programme long, de se diriger vers la vente de produits alimentaires que l'ont pourrait qualifier d'acceptables : vin ou champagne issus de producteurs du territoire, bière artisanale comme à Montreuil, et produits du terroir.

---

[125] Annexe n°10 : Entretien avec Stéphane Goudet, p.242.
[126] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.189.

Même s'il n'a pas encore été clairement chiffré, l'équipement en numérique des salles de cinéma a eu un coût très élevé. On parle de 5% du coût d'achat réservé à sa maintenance pour un projecteur 35 mm par an, contre 10 à 15% pour un projecteur numérique. Au congrès des exploitants, organisé par la Fédération Nationale des Cinémas Français fin septembre 2016, la question de la valeur financière de l'entretien et de la pérennité du matériel numérique des salles a été l'un des points forts des débats. À tel point que la présidente du CNC, Madame Frédérique Bredin, a annoncé à cette occasion que serait effectué « un audit économique et technique sur les coûts de maintenance afférents au numérique. »[127]

La diffusion de contenus hors film en salle répond à différentes opportunités de notre époque : la concurrence des autres écrans d'une part, qui oblige les salles à réinventer leurs rôles ; et l'équipement généralisé des salles de projecteurs numériques, qui facilitent l'accès à ces contenus. Parce que c'est simple, mais aussi très coûteux, le numérique accélère l'utilisation du hors film. Le prix du ticket, clairement plus onéreux que celui d'une séance de cinéma, permet d'amortir des dépenses auxquelles les exploitants n'étaient pas habitués. Le caractère événementiel de ces séances, parfois associé à la notion de luxe (l'opéra), permet également aux exploitants de développer la vente de produits annexes, le plus souvent du champagne, accroissant davantage les recettes. Les salles Art et Essai sont encore timides quant à la généralisation de ces pratiques, notamment pour des questions d'image – elles n'ont pas pour habitude de fonder une partie de leur économie sur les ventes annexes – mais des tentatives originales et conviviales remportent un certain succès.

IV. Le hors film et le jeune public

Une expertise qui échappe aux salles Art et Essai ?

Un domaine semble encore aujourd'hui réservé aux salles Art et Essai : celui de l'éducation à l'image et au cinéma, via notamment, les dispositifs nationaux que sont École et Cinéma, Collège au Cinéma et Lycéens et apprentis au cinéma. S'ajoutent à ces programmes, l'organisation de séances de films d'actualité sur le temps scolaire, en

[127] BERTRAND, Kévin, DEVARIEUX, Sylvain « Après-VPF, Art et Essai et chronologie agitent la filière », in *Le Film Français* n°3715 du 30 septembre 2016, p. 9

concertation avec les enseignants, mais aussi la mise en place d'ateliers de pratique. Au-delà du temps scolaire, ces salles programment également des films jeune public Art et Essai (certains sont soutenus par l'AFCAE via un label) et font également des propositions adaptées aux tout petits (de trois à cinq ans, mais parfois dès deux ans), qui nécessitent un encadrement spécifique. Pour mener à bien ces projets, les cinémas qui les proposent ont en général au sein de leur équipe une personne dédiée : programmateur ou responsable jeune public ou encore médiateur culturel. Une connaissance des cinématographies adaptées aux enfants, une expertise dans le domaine de la pédagogie et une bonne compréhension du système éducatif national sont indispensables pour ce personnel.

Si les salles des circuits passent évidemment des films pour les enfants les mercredi et les week-ends, force est de constater que cette attention portée à la transmission et à l'éducation des regards reste le terrain privilégié des salles Art et Essai. Nous avons cependant constaté qu'émergent progressivement des propositions dans le domaine du hors film en direction du public scolaire et des tout petits, propositions initiées et portées par les gros distributeurs que sont Pathé Live et CGR Events.

1. Le hors film sur le temps scolaire

Une grande étape dans le projet Pathé Live est le partenariat avec la Comédie-Française à partir de l'automne 2016. Deux personnes ont rejoint l'équipe en vue de développer au maximum l'étendue des projections : Fabien Joffre (anciennement distributeur chez Mars et Le Pacte), arrivé en juin 2016, dont l'objectif est de travailler en profondeur avec les salles Art et Essai de tout statut ; et Antoine Berterottière, chef de projet Comédie-Française, arrivé en août 2016 pour développer le projet avec les collèges et les lycées. Thierry Fontaine est très clair à ce sujet, il place les projections des captations des spectacles du Français sur le même plan que les dispositifs nationaux d'éducation à l'image :

> « Parmi les trois œuvres qu'on va montrer, deux sont au programme et quand on voit les entrées que font les dispositifs École et Cinéma, Collège au Cinéma et Lycéens et Apprentis au Cinéma, on aimerait que les exploitants puissent également proposer les après-midi ces programmes en séances scolaires. Les exploitants auront le DCP et ils pourront faire autant de séances qu'ils le souhaitent. Il y a une vraie liberté, comme un catalogue : ils auront les trois titres

> de la Comédie-Française et pourront les projeter comme ils veulent, ils seront libres de pratiquer les tarifs qu'ils souhaitent sur les scolaires. On veut qu'un maximum d'élèves voie la Comédie-Française au cinéma. »[128]

C'est donc clairement le terrain d'expertise des salles Art et Essai que le distributeur souhaite « grignoter ». Pathé Live a repéré la manne que peut représenter les entrées scolaires, dont le tarif est encadré – après confirmation auprès d'Antoine Berterottière, il doit être de six euros. Pour engager les exploitants et surtout les enseignants à se positionner sur ces séances, une stratégie assez offensive a été montée : des invitations sont proposées à tous les enseignants du secondaire pour les représentations en direct des trois œuvres, afin de leur donner envie, ensuite d'organiser des séances pour leur classe. Les professeurs deviennent prescripteurs du projet Comédie-Française car ils sont encouragés à contacter leur cinéma de proximité pour demander l'organisation de séance. Ils endossent alors le rôle d'ambassadeurs du projet de Pathé Live, accroissant de fait, les possibilités de partenariats entre le distributeurs et les salles indépendantes, ou du moins n'appartenant pas au groupe Gaumont-Pathé. Par ailleurs, un site spécialement pour les enseignants a été créé, dans lequel des ressources pédagogiques sont disponibles[129].
Nous avons également appris qu'un rendez-vous au Ministère de l'Éducation nationale devrait avoir lieu prochainement. Sa finalité serait d'établir une convention tripartite entre Pathé Live, la Comédie-Française et le ministère. Une incursion affirmée dans le domaine de l'éducation qui n'est pas sans rappeler le système des dispositifs d'éducation à l'image, conjointement porté par le Ministère de la Culture, via le CNC et celui de l'Éducation nationale, dont les inspections d'académie dialoguent ensuite avec les salles de cinéma.

L'élaboration du dossier pédagogique témoigne du lien assez ambigu entre Pathé Live et le monde de l'éducation à l'image. Dans un premier temps, le distributeur s'est adressé à l'association Enfances au Cinéma, qui coordonne notamment École et Cinéma à Paris. Nous avions à ce sujet rencontré la déléguée générale, Véronique Boursier début juillet 2016. C'est justement parce que « Pathé ne sait pas forcément travailler avec les scolaires »[130] que son association avait été sollicitée. Au départ, le distributeur lui avait proposé d'organiser les séances scolaires – l'association bénéficiant d'un réseau massif d'enseignants du premier degré – mais les pièces s'adressant aux niveaux collège et lycée,

---

[128] Annexe n°7 : Entretien avec Thierry Fontaine, p.218.
[129] www.pathelive.com/education
[130] Annexe n°6 : Entretien avec Véronique Boursier, p.202.

l'association a décliné cette mission. C'est donc finalement l'élaboration d'un dossier pédagogique qui a été confié à Véronique Boursier et à son équipe : « Ils nous ont donc demandé de les aider à *vendre* – car il s'agit bien de cela – cette captation. Ils se sont demandés comment peut-on parler de captation aux élèves et aux professeurs ? Il faut leur expliquer que c'est intéressant, ce que cela implique techniquement et à quel titre ça apporte autre chose qu'une pièce de théâtre »[131]. L'axe d'Enfances au Cinéma – parce que c'est son cœur de métier – a été de travailler autour de la notion de captation et du travail filmique du réalisateur, et non pas de la pièce en soi. Étonnamment, fin septembre, nous avons appris par Antoine Berterottière que le travail d'Enfances au Cinémas n'a pas, ou peu, été utilisé pour la conception finale du dossier. Nous ne connaissons pas les raisons de cette marche arrière mais force est de constater que Pathé Live a choisi une stratégie différente, probablement plus offensive. Antoine Berterottière était anciennement chef de projet pour l'Agence Mercredi, spécialisée dans le lancement marketing des films et l'événementiel.

En parallèle, dans sa « démarche culturelle de proximité »[132], CGR Events rend disponible l'exposition filmée *Léonard de Vinci, le génie à Milan* entre mi-septembre et décembre 2016 « pour que les cinémas puissent travailler en amont avec les écoles ou les musées »[133].

Boris Spire est un fervent admirateur des spectacles de la Comédie-Française. Il considère « que c'est un lieu hyper formateur pour les spectateurs, jeunes et moins jeunes. Et surtout pour les jeunes qui découvrent le théâtre […] je me dis que dans une salle Art et Essai ce n'est pas idiot que de contribuer à cette culture théâtrale »[134]. Mais, de la même façon qu'il a introduit l'opéra filmé à l'Écran en partenariat avec le festival d'Art lyrique de sa ville, il s'imagine plutôt solliciter le directeur du Théâtre Gérard Philipe – Centre dramatique national de Saint-Denis, Jean Bellorini, pour imaginer une co-construction en direction des scolaires. À Montreuil, même si le partenariat n'a pas encore pu être mis en place, Stéphane Goudet est quant à lui certain que les professeurs répondraient présent à la proposition de Pathé Live.

La stratégie de Pathé Live est claire : le milieu scolaire l'intéresse très fortement et l'aspect culturel de ses contenus alternatifs lui donne la légitimité de s'adresser aux

---

[131] Annexe n°6 : Entretien avec Véronique Boursier, p.202.
[132] « CGR EVENTS », in *Côté Cinéma* Op.cit., p.10.
[133] « CGR EVENTS », in *Côté Cinéma* Ibidem., p.10.
[134] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.186.

enseignants. Jusqu'à présent, la place des contenus hors film dans une programmation classique était à la marge. Avec cette nouvelle proposition, qu'en sera-t-il des dispositifs ? Pour rappel, 86% des salles Art et Essai ont moins de quatre écrans et 57,2% sont des mono-écrans[135]. Qu'adviendra-t-il de leurs créneaux scolaires si elles programment une captation d'une pièce qui dure entre deux heure quarante-cinq et trois heures ? D'autre part, qu'adviendra-t-il des théâtres qui programment des pièces de répertoire à Paris mais surtout dans les quatre coins de la France ?

2. Le hors film pour les tout petits

Dans les salles Art et Essai, les propositions cinéma ne manquent pas pour les enfants de moins de cinq ans. Entre septembre et octobre 2016, cinq programmes de courts métrages ont été proposés par des distributeurs indépendants : *Promenons-nous avec les petits loups* (KMBO), *Monsieur bout-de-bois* (Les Films du Préau), *Les nouvelles aventures de Pat et Mat* (Cinéma Public Films), *La Chouette entre veille et sommeil* (Cinéma Public Films), ou encore *Ivan Tsarevitch et la princesse changeante* (Septième Factory). Ces films, tous recommandés par le groupe jeune public de l'AFCAE, sont représentatifs des propositions que l'on retrouve dans les salles Art et Essai, et plus que rarement dans les salles des circuits.

Les salles Art et Essai travaillent depuis longtemps avec ce public (qui a parfois moins de trois ans) en passant par les écoles maternelles, les assistantes maternelles, les crèches ou encore en organisant des matinées ou des fins d'après-midi familiales, en adaptant le son et les lumières dans la salle et en présentant le programme en début de séance. Ces films durent en général moins d'une heure et impliquent donc un travail de programmation spécifique qui ne peut pas forcément correspondre à l'agencement des séances des salles de circuit. D'autre part, et c'est un élément important, ces séances nécessitent un accueil particulier, c'est-à-dire, la présence d'un personnel habile avec ce public.

Il nous est apparu que pour les grands circuits, le public des tout petits ne semble pas correspondre à un public de cinéma. En effet, alors qu'il évoquait le projet *Pathé Live Kids*

[135] *Géographie du cinéma 2015*, septembre 2016, CNC

(hors film pour les trois-quatre ans) Thierry Fontaine a précisé qu'il ne s'agissait pas de « concurrencer les films pour enfants » mais que Pathé Live souhaitait « aller vers un public beaucoup plus jeune, les tout petits […] et ainsi de proposer une alternative aux parents, dans des salles semi éclairées. […] Il s'agit d'offrir aux salles la possibilité d'attirer un public différent. »[136] Autrement dit, il n'existerait pas de propositions cinéma pour les tout petits. Nous avons pourtant démontré que des distributeurs ont effectivement des ressources. À cela s'ajoutent des propositions variées en direction de ce public très spécifique, toutes inscrites dans le quotidien des salles Art et Essai : le dispositif École et Cinéma expérimente actuellement une version pour les maternelles *Maternelle et Cinéma* ; l'association Enfances au Cinéma propose depuis 2008 *Mon 1er cinéma*, pour les cycles 1 (petites moyennes et grandes sections) ; Cinémas 93 a mis en place un cycle intitulé *Ma première séance* ; et de nombreuses salles de cinéma construisent leur propres programmes. Une cinématographie à destination des enfants de deux à cinq ans existe bel et bien. Néanmoins, ce n'est probablement pas celle qui correspond à l'identité des salles des circuits.

Cette tranche d'âge – ce segment, en marketing – intéresse cependant la grande exploitation, car à la clé, cela représente des entrées ainsi qu'une optimisation des équipements. En effet, ces séances ont principalement lieu les matinées des week-end. Les circuits – via les filiales de distribution – semblent axer davantage leur programmation sur le hors film. CGR Events a distribué la captation d'un spectacle de Chantal Goya et du spectacle musical *Le Soldat rose*. À l'automne 2016, Pathé live lance un programme d'envergure via la marque *Pathé Live Kids* :

> « "Nous avions envie de trouver une nouvelle cible, où des opportunités étaient possibles, ce qui est le cas des trois-six ans", retrace Caspar Nadaud. Pour cette première saison, cinq licences seront déployées, d'octobre 2016 à mai 2017 : T'choupi, Trotro, Masha et Michka, Sam le pompier et Bob le bricoleur. "Il s'agit de licences très fortes, avec uniquement des contenus exclusifs", assure Caspar Nadaud. […] Là encore, si une séance événementielle fera office de pivot, chaque programme pourra être rediffusé plusieurs fois. "Les salles pourront les passer pendant deux mois, plutôt durant les week-ends en matinée", précise Caspar Nadaud. Chaque programme durera une heure, avec un

[136] Annexe n°7 : Entretien avec Thierry Fontaine, p.217.

> entracte pendant la séance. Si cinq contenus ponctueront cette première saison, "l'idée est d'en avoir six à terme", note le Dg de Pathé Live. En outre, si seule la France est concernée à ce jour, l'international pourrait éventuellement suivre à terme. Des tests seront d'ailleurs opérés à l'étranger, notamment en Suède. »[137]

L'association Enfances au Cinéma avait eu l'occasion de donner son opinion à Pathé Live quant aux captations de *T'choupi* et de *Trotro*. Pour l'équipe, qui maitrise parfaitement les propositions cinéma pour les tout petits – elle organise *Mon premier festival*, qui permet à des enfants de découvrir le cinéma pour la première fois – les spectacles et leurs captations sont de très mauvaise qualité. Véronique Boursier a même refusé de travailler sur ces propositions qui lui semblaient sans propos.

En évitant de juger la qualité de ces propositions, nous constatons que le hors film pour les tout petits pose plusieurs questions, et dans un premier temps, celle du sens de cette démarche.

Un très jeune enfant, qui ne maîtrise pas encore la notion de fiction et de sa représentation via l'image animée, qui possède peu, ou pas de références, est donc susceptible de découvrir au cinéma une œuvre de spectacle vivant sur un écran. Il n'expérimente donc pas l'œuvre en direct, avec des chanteurs et comédiens en chair et en os face à lui, mais via le filtre de l'écran. Dans le même temps, il ne découvre pas non plus le cinéma et la construction d'une histoire via des séquences *filmées pour*, distinctes et rassemblées grâce à l'opération du montage. Le hors film pour les tout petits devient donc une discipline à part entière, en en rassemblant deux autres. Un spectateur d'opéra filmé sait qu'il ne voit pas réellement l'opéra, mais une captation de l'opéra. Il distingue les deux « ici » (salle de cinéma / maison d'opéra) et les deux « maintenant » (direct / retransmission).

Le site internet de Pathé Live, sur sa page destinée à *Pathé Live Kids* explique que « dans un salle tamisée et avec un niveau sonore ajusté, les enfants pourront vivre leurs premières expériences cinématographiques. »[138] Mais peut-on réellement parler d'expériences cinématographiques avec des retransmissions de spectacles (*T'choupi* et

---

[137] BERTRAND, Kévin, « Congrès FNCF 2016 - Pathé Live mise sur la Comédie-Française », Source :http://www.lefilmfrancais.com/index.php?option=com_papyrus&view=article&id=129458&catid=133, 29 septembre 2016

[138] http://www.pathelive.com/programme/pathe-live-kids

Trotro) et la projection d'épisodes de séries d'animation conçus pour la télévision (*Masha et Michka* passent sur France 5, *Sam le pompier* est passé sur France 3 puis sur TiJi, et *Bob le bricoleur* est passé sur TiJi et sur France 5) ? En proposant aux enfants les mêmes dessins animés que ceux qu'ils voient à la télévision, au sein de leur foyer, les exploitants risquent de désacraliser les œuvres de cinéma et ils « rabotent » la diversité.
D'autre part, la mise en œuvre de la distribution des programmes *Pathé Live Kids* se rapproche très nettement de la distribution classique de contenus cinéma, du moins de celle des petites salles. Plus question d'un évènement unique, mais la possibilité de faire tenir les projections sur plusieurs semaines, c'est-à-dire en continuité, et sur le modèle de la multi-programmation.

Une autre question forte est celle, évoquée plus haut, de la non-reconnaissance d'une cinématographie pour les tout petits, et donc du travail de ses créateurs et de ses distributeurs. Aujourd'hui, cette diversité d'œuvres est représentée et défendue par les salles Art et Essai. Le hors film pour les tout petit remplacera-t-il ces propositions ? Ou au contraire, permettra-t-il aux salles Art et Essai d'affirmer encore plus clairement leur spécificité ?

Le hors film adressé au jeune public, que cela soit sur le temps scolaire, ou à destination des familles, cristallise les enjeux (les conflits ?) des mutations des salles de cinéma. Parce que les enfants et les adolescents constituent le public de demain, des politique d'éducation à l'image sont mises en place depuis plus de vingt ans, via des appareils institutionnels mais sont aussi au cœur des pratiques quotidiennes des salles Art et Essai, avec des initiatives indépendantes. L'éducation à l'image ne se centre pas uniquement sur la découverte de films d'auteur. Elle implique la notion de « savoir être spectateur », en collectif, dans la salle de cinéma, à la différence de la pratique télévisuelle. L'un des objectifs est de fabriquer une habitude de spectateur, puisqu'en normalisant l'accès à la salle de cinéma dès le plus jeune âge, on espère garantir que cette pratique sera reconduite à l'âge adulte.

En proposant des contenus hors film dans la salle de cinéma aux enfants et adolescents, des distributeurs et exploitants déséquilibrent le secteur de l'éducation à l'image et de la programmation jeune public. Ce déséquilibre se situe dans la définition des contenus : qu'est-ce qu'un film ? Qu'est-ce qu'un spectacle ? Qu'est-ce qu'un dessin animé pour la télévision ? L'ambigüité pèse aussi sur la diversité : La prise de risque est

très mince quand on passe en salle un personnage vu chaque jour, à la maison, sur une tablette ou une télévision, puisque les enfants vont spontanément être attirés par un contenu connu. Pourtant, les propositions à leur destination ne manquent pas, le hors film pour le jeune public n'est donc pas une alternative à un manque.

Cette troisième partie de notre étude s'achève sur un sujet crucial : celui de la transmission, qui appelle donc à questionner l'avenir de la salle de cinéma. Le hors film est une des multiples initiatives servant à redéfinir les contours de l'établissement cinématographique. Salles des circuits et petites exploitations s'aventurent dans ce domaine, participant ainsi à construire de nouveaux paradigmes. Les salles Art et Essai inventent un hors film à leur image, en s'appuyant sur des initiatives locales (partenariats avec des festival, projections de films d'habitants), et en maintenant une mission de défrichages de nouveaux courants esthétiques (projections de séries et de films expérimentaux, cours de cinéma).

Tout comme dans le domaine de la programmation cinématographique, les salles Arts et Essai empruntent aussi aux pratiques des circuits, en programmant des contenus moins confidentiels dont la distribution s'est organisée (opéras).

Financièrement, la programmation de contenus hors film se décline en deux systèmes : le hors film distribué, disposant de numéro de visa et générant de la TSA, fonctionne vis-à-vis du CNC comme un film normal. Il permet de dégager des recettes substantielles. C'est ce que nous pourrions appeler le hors film organisé et normalisé. Tous les types de salles sont susceptibles de le programmer. Deuxièmement, il existe un hors film « Art et Essai », plus confidentiel, celui qui ne génère pas de recettes et qui existe seulement par des initiatives très spécifiques à chaque salle. Ce dernier ne passe pas dans les salles des circuits.

Notons enfin que le hors film, puisqu'il fait événement, permet de créer des recettes annexes (boissons et nourritures) plus élevées qu'à l'habitude.

Afin de compléter notre analyse, la dernière partie de ce mémoire va s'attacher à mettre à l'épreuve le hors film et les réalités rencontrées par les exploitants Art et Essai. Nous ouvrirons ensuite le champ des possibles avec des exemples d'initiatives qui dépassent la question de la projection. Enfin, nous verrons si l'étranger offre d'autres exemples innovants en matière de contenus hors cinématographiques.

IV. UNE SALLE POLYVALENTE POUR DEMAIN ?

> « J'ai tout fait. Même le premier match de football en numérique avec Zidane qui marque deux buts à la dernière minute de France-Angleterre il y a une dizaine d'années de ça, en coupe d'Europe. Et dans la salle il y a avait une société de publicité anglaise qui avait loué la salle pour ça. J'ai fait des séances à midi, avec des documentaires "déjeuner utile", j'avais demandé des sandwiches à moitié prix pour les vendre. J'ai fait Roland-Garros entre midi et deux heures aussi, j'ai essayé de voir tout ce qu'on pouvait faire. Des courts métrages le matin aussi… »[139]

Tout faire, c'est ce qui semble être la carte à jouer pour les salles du futur. Jean-Jacques Schpolianksy, face à des réalités financières lourdes, s'oblige à inventer pour optimiser son équipement. Dans son rapport publié en septembre 2016, *La salle de cinéma de demain*, Jean-Marie Dura parle de « toujours faire plus dans toujours plus de domaines pour se différencier et attirer le spectateur »[140] dans des salles de cinéma qui devront être des « lieux de vie sociale et culturelle »[141].

Le hors film participe de cette évolution, mais sa généralisation en France à partir de 2008 a d'abord suscité des critiques. Le temps et l'espace accordés à ces contenus, vis-à-vis des *vrais* films, ont généré des crispations, notamment auprès des distributeurs. Mais au-delà de ces questions de programmation, c'est la remise en cause du rôle de la salle de cinéma qui guide les principales interrogations.

I. Les limites du hors film

1. Crispations des distributeurs

Au début des années 2010, des distributeurs indépendants français avaient vivement critiqué l'incursion du hors film dans la programmation des salles de cinéma. D'une part parce qu'ils considéraient qu'il y avait déjà trop de films de cinéma sur les écrans et

---

[139] Annexe n°3 : Entretien avec Jean-Jacques Schpoliansky, p.164.
[140] DURA, Jean-Marie, *La salle de cinéma de demain*, CNC, 2016, p. 34
[141] DURA, Jean-Marie, *La salle de cinéma de demain*, Ibidem, p. 6

d’autre part, parce qu’ajouter des contenus différents pouvait conduire à la suppression de séances. CGR et UGC s’étaient alors engagés à ne pas diffuser de contenus hors film lors des créneaux stratégiques (samedi soir, dimanche après-midi), Gaumont-Pathé avait alors établi un bilan annuel du nombre de séances concernées.

Les distributeurs se sont également insurgés contre le fait qu’ils devaient verser des VPF (Virtual Print Fee ou Frais de copies virtuelles) pour l’équipement des salles au numérique quand celles-ci utilisaient justement cette technologie pour passer des contenus dont les recettes échappaient aux distributeurs. Recettes qui, rappelons-le, financent en partie cet équipement. Entre mars 2010 et juin 2011, plusieurs communiqués d’organisations professionnelles ont relayés les craintes des distributeurs :

En mars 2010, le Bureau de liaison des organisations du cinéma (Bloc) a demandé au CNC un encadrement des projections de contenus hors film. Le Bloc proposait à l’époque « une contribution des distributeurs de ces programmes à l'économie du cinéma via une taxe complémentaire de la TSA, un encadrement du nombre de séances qui leur sont dédiées et une minoration du soutien aux exploitants proportionnellement à leur programmation hors films, assorti d'une majoration pour les exploitants privilégiant leur programmation aux œuvres cinématographiques. »[142] Une proposition fondée sur la participation financière mais aussi sur la récompense ou la punition.

Un mois plus tard, c’est le syndicat DIRE (Distributeurs Indépendants Réunis Européen) qui fustige les pratiques des circuits : « Nous, distributeurs indépendants de films de cinéma, ne pouvons accepter de telles pratiques, nous ne financerons pas l’équipement numérique des salles dans ces conditions, et nous nous battrons pour que les spectateurs puissent aller voir des films le samedi soir dans des salles de cinéma. Nous réclamons une large concertation réunissant professionnels du cinéma et pouvoirs publics afin de réfléchir à un encadrement strict de ces pratiques. »[143]

---

[142] « Le Bloc demande en urgence une régulation des salles », in *Le Film Français*, Source : http://www.lefilmfrancais.com/cinema/88588/le-bloc-demande-en-urgence-une-regulation-des-salles, 3 mars 2010

[143] « Et si le Rugby s’emparait de l’Opéra ? », communiqué de presse de DIRE,
Source : http://www.distributeursindependants.org/wpcontent/uploads/2011/09/Communiqué-DIRE-Du-Rugby-à-lOpéra.pdf, Paris, le 1er avril 2010

Plusieurs articles de la presse professionnelles font état des conflits sur ce sujet durant cette période (*Du sport et des spectacles au cinéma : ce hors-film qui fait peur au film*[144] ; *Le hors-film suscite toujours des crispations*[145]). On ressent ici une crainte de voir la salle de cinéma se transformer en « télévision géante », où le film de cinéma n'aurait plus sa place d'origine. Cette réaction, que l'on sait exagéré au regard des chiffres aujourd'hui, témoigne malgré tout du bouleversement général que le secteur de l'exploitation connaît aujourd'hui : comment différencier l'offre cinéma dans un contexte de concurrence des images et de leurs supports ? Comment défendre sa salle – bastion originel du film – qui ne mettrait plus le film au centre de son activité ?

Quelques semaines après l'appel du DIRE, alors qu'un projet de loi est à l'étude (le décret sera publié en janvier 2011) afin d'inclure certains contenus hors film dans le système de contribution du cinéma (TSA et contribution numérique), la Fédération Nationale des Cinémas Français, qui représentent les exploitants, répond aux distributeurs. Les exploitants, par la voix de la FNCF, justifient la diffusion de contenus hors film au moyen de sept arguments dont trois ont retenu notre attention parce qu'ils sont toujours clairement convoqués, six ans après :

- Le premier est l'investissement financier que représente le numérique : « La diffusion des programmes complémentaires a justifié que les distributeurs financent en moyenne 75% du coût de l'équipement numérique de salles et non 100%. C'est donc une charge de 25% pour le secteur de l'exploitation qui devra être financée. »[146] Le coût du numérique est encore un sujet de débat (nous l'avons dit, le CNC s'apprête à lancer un audit à ce sujet) et la question de la « survie financière » a souvent été évoquée par les exploitants. Certains considèrent qu'ils ont toute légitimité à utiliser leur équipement numérique dans le but de le financer ou de l'entretenir.
- Deuxièmement, les exploitants se sont revendiqués comme garants d'une certaine démocratisation culturelle : « Il est inacceptable que certains professionnels du cinéma s'opposent à la diffusion d'évènements fédérateurs, porteurs de cohésion

[144] LEDÉSERT Soline, « Du sport et des spectacles au cinéma : ce hors-film qui fait peur au film » in Les *Inrockuptibles*, Source : http://www.lesinrocks.com/2010/03/12/cinema/du-sport-et-des-spectacles-au-cinema-ce-hors-film-qui-fait-peur-au-film-1132835, 12 mars 2010

[145] SILBERT, Nathalie, « Le hors-film suscite toujours des crispations », in *Les Echos*, Source : http://www.lesechos.fr/21/02/2011/LesEchos/20874-130-ECH_le-hors-film-suscite-toujours-des-crispations.htm, 21 février 2011

[146] « Hors-film en salle : la FNCF dénonce un faux débat », in *Le Film Français*, Source : http://www.lefilmfrancais.com/cinema/102207/hors-film-en-salle-la-fncf-denonce-un-faux-debat, 1er juin 2010

sociale, notamment culturels ou sportifs. "Les distributeurs contre la diffusion de la culture" est un scénario déplorable. »[147] Ici les exploitants s'affirment comme acteurs indispensables du déploiement de la culture et de la convivialité dans leur territoire. Ils ouvrent la porte à la polyvalence de leur salle.

- Enfin, le hors film agirait comme un levier de circulation et le renouvellement des publics : « La diffusion des programmes complémentaires permet que le public des salles de cinéma se renouvelle, amenant dans ces lieux des populations qui avaient pu les déserter et permettant in fine que ces spectateurs fassent à nouveau connaissance des films au cinéma. »[148] Nous retrouvons ici l'une des promesses phares portées par le hors film : attirer des spectateurs ne fréquentant pas ou plus les cinémas et leur donner envie d'y revenir.

Des critiques ont continué à être formulées, avant et après la publication du décret du 17 janvier 2011. Ce texte limite les types de contenus qui peuvent générer la Taxe Spéciale Additionnelle :

> « N'ouvre pas droit au calcul des soutiens financiers automatiques et au bénéfice des soutiens financiers sélectifs prévus par le présent décret et par les textes pris pour son application la représentation commerciale en salles de spectacles cinématographiques de programmes relevant des genres suivants: **retransmissions sportives** ; **émissions de divertissement et de variétés** ; **émissions autres que de fiction réalisées en plateau** ; **jeux**. »[149]

Autrement dit, seuls les contenus relevant du spectacle vivant et à connotation artistique et culturelles (opéra, pièces de théâtre, concert, expositions) sont soumis à la TSA. Sont donc exclus les retransmissions de sport, d'émissions de télévision (rappelons que l'émission de la chaine M6 La Nouvelle Star avait été retransmise dans des cinémas MK2 en mai 2010), et le e-gaming[150].

Le hors film en salle de cinéma a inquiété une partie de la profession qui voyait le fonctionnement de l'exploitation et son financement remis en question. François Aymé le

---

[147] « Hors-film en salle : la FNCF dénonce un faux débat », in *Le Film Français*, Ibidem
[148] « Hors-film en salle : la FNCF dénonce un faux débat », in *Le Film Français*, Ibid.
[149] « Décret n° 2011-66 du 17 janvier 2011 modifiant la réglementation relative au soutien financier de l'industrie cinématographique », in *Journal officiel de la République Française*, 19 janvier 2011
[150] Tournoi de jeux vidéo

reconnaît : « Il y a eu une période il y a quatre, cinq ans, une sorte d'anathème, de polémique autour du hors film. Il me semble que les choses s'apaisent un peu et on est un peu moins dans la diabolisation et un peu plus dans la discussion et dans la recherche d'idées. »[151] Et en effet, le débat s'est clairement apaisé. En mars 2016, les principaux acteurs de l'exploitation de contenus hors film (CGR et Pathé Live), des représentants de distributeurs (DIRE pour les indépendants, FNDF) et d'exploitants (FNCF, CGR et Gaumont-Pathé) ont été réunis par le journal professionnel Côté Cinéma pour une discussion informelle.[152] (On peut à ce sujet regretter l'absence de représentant de salles de cinéma indépendantes et/ou Art et Essai). La question centrale de cet entretien était de se demander si les salles de cinéma pouvaient se permettre de « tout passer » grâce au numérique, en parallèle des films de cinéma. Il apparaît qu'en quelques années le marché s'est auto régulé et que la cohabitation entre film de cinéma et hors film est saine, principalement parce que le marché du hors film est encore marginal, et qu'il le restera certainement, malgré les possibilités extensibles de ses applications. Les différents acteurs du marché du hors film travaillent apparemment en bonne intelligence : ils sont attentifs à ses évolutions, tant en terme de part de marché, de contenu, de ligne éditoriale, d'équilibre avec l'activité principale des salles, qu'en terme technique et de développement. À la lecture de cet entretien, il semblerait que le hors film ne fait (plus) débat, même si Hugues Quattrone – représentant des distributeurs indépendants – rappelle à plusieurs reprises l'importance de protéger les films fragiles et l'identité des salles en tant que lieux de diffusion du cinéma. Pas de voix discordante dans cet entretien, le hors film semble appelé à durer, voir à être partie prenante de l'activité des futures salles de cinéma. La question du développement et du renouvellement du public est le point le moins analysé. On ne saura pas clairement si la projection de contenus hors film dans les salles appelle réellement un nouveau public ou s'il démocratise l'accès à la culture pour les salles de spectacles.

2. L'offre de films et nombre d'écrans

Le débat sur la place du hors film n'est plus d'actualité mais deux sujets inquiètent la profession depuis quelques années : le nombre de sorties de films par an et les phénomènes de concentration. En 2015, 654 films inédits sont sortis en France, soit une évolution de

[151] Annexe n°4 : Entretien avec François Aymé, p.176.
[152] « "Hors film", peut-on "tout" passer ? », in *Côté Cinéma* n°290 du 28 mars 2016, p. 8 à 12.

11% depuis 2006.[153] À la suite des Assises du cinéma organisées par le CNC en 2016, des accords sur les engagements de programmation ont été signés en mai dernier. Un mois plus tard, paraissait le rapport de Pierre Kopp : *Le cinéma à l'épreuve des phénomènes de concentration – menace sur la filière indépendante du cinéma français*. Et en septembre, c'est une recommandation du médiateur du cinéma sur « les conditions d'exposition des films dans les cinémas mono-écrans » qui a été publié. Au regard des ces sujets de préoccupations, quelle place donner au hors film dans une programmation ? Cette question est notamment cruciale pour les petites salles (mono-écran ou deux-trois écrans) qui n'arrivent pas à passer ou à faire durer des films dans le cadre de leurs activité régulière, qui est celle de proposer des films de cinéma. Philipe Arnera, directeur du mono-écran Le Pax, refuse de passer des contenus hors film : « Nous nous heurtons au fait que l'écran unique est insuffisant pour exposer dans de bonnes conditions les films que nous souhaitons défendre. Le bouche-à-oreille n'a pas le temps de s'installer, la rotation est trop rapide, il y a une vraie frustration de ne pas pouvoir exposer suffisamment bien les films. »[154] Par ailleurs, en raison de leur longue durée, la projection de contenus hors film implique parfois de supprimer un ou des créneau(x) de séance d'un film d'actualité.

a. Cohabitation avec les films

Face aux 650 sorties de films annuelles, nous avons recensé environ cinquante-cinq contenus hors film différents qui seront proposés au public pour la saison 2016-2017 par les trois circuits principaux (CGR Events, Pathé Live, UGC) auxquels il convient d'ajouter les initiatives indépendantes de certains cinémas. Le Balzac, très actif dans le domaine de l'opéra à l'écran propose par exemple cette saison dix soirées dédiées.

À l'heure où nous écrivons ces lignes, CGR Events a prévu de distribuer quatorze contenus (six opéra, deux ballets, trois expositions/documentaires, un spectacle musical, un concert et un évènement sportif), ce qui revient à environ un contenu hors film par mois, même si nous l'avons vu en début de mémoire, Jocelyn Bouyssy annonce une moyenne de trois événements par mois. Du côté de Pathé Live, ce sont vingt-deux évènements qui sont programmés (trois pièces de théâtre, dix opéras, sept ballets, un concert, un spectacle) auxquels s'ajouteront certainement quelques expositions filmées, des concerts et les événements Pathé Live Kids. En moyenne, nous pouvons chiffrer à environ deux

[153] « Bilan 2015 du CNC n°334 – mai 2016 », Op. cit., p. 19.
[154] Annexe n°9 : Entretien avec Philippe Arnera, p.234.

propositions hors film par mois, qui sont parfois programmées plusieurs fois, avec le différé. Chez UGC, ce sont seize opéras qui seront programmés en 2016-2017, auxquels s'ajouteront certainement quelques événements (concerts).

Ces chiffres ne sont pas particulièrement élevés, surtout si l'on tient compte du fait que les cinémas des circuits ont plus de dix salles dans leurs établissements, ce qui leur permet de passer les films d'actualité sans problème. Les exploitants de salles Art et Essai que nous avons rencontrés projettent entre deux et douze séances de hors film par an, selon les établissements.

Les cinémas sont malgré tout attentifs au jour et à l'horaire de projection d'un contenu hors film. Pathé Live s'efforce de ne pas pénaliser la bonne exposition des films et le mercredi n'est jamais concerné. Les jours fériés sont évités, à la faveur des lundis et jeudis. Il existe cependant quelques exceptions : Pour obtenir les représentations en direct de New-York pour les opéra du Met, le samedi ne peut pas être évité, car seule la représentation de ce jour à 13h aux États-Unis permet la retransmission à 20h en France. Autre exception, la retransmission du concert de Louane exigera d'avoir lieu un samedi après-midi. Boris Spire, qui n'a proposé que trois rendez-vous opéra en 2015-2016, a quant à lui tenté le dimanche après-midi, qui a moins bien marché qu'un vendredi soir.

Jean-Jacques Schpoliansky est très pragmatique concernant la cohabitation des films qu'il défend et les contenus hors film qu'il diffuse :

> « Je n'ai jamais trois films qui marchent fort en même temps. Ça se saurait ! Je n'ai que des films d'auteur donc ça, ça limite déjà la fréquentation. Si je prends le film qui marche le moins bien et que je lui retire deux séances, à la place je lui débite des billets qui sont à ma charge, comme si la séance avait eu lieu. Tout le monde est content. Lui, n'est pas perdant, moi je suis gagnant d'un côté car ça me permet de faire une soirée un peu plus rémunératrice et je ne vous dit pas de combien. C'est indispensable ! C'est une question de survie, on est en économie de guerre. »[155]

Cet exemple, atypique, met en exergue le difficile équilibre à trouver entre programmation de films Art et Essai – les films d'auteur – et les contenus hors film. D'une certaine façon,

[155] Annexe n°3 : Entretien avec Jean-Jacques Schpoliansky, p.165.

Jean-Jacques Schpoliansky, « dédommage » le distributeur du film qui aura vu une ou deux séance(s) supprimée(s) par la retransmission d'un opéra. En quelque sorte, la recette du hors film sert à soutenir le film.

b. La multiprogrammation

L'enjeu du jour et horaire de la semaine est plus fort pour les salles Art et Essai ayant peu d'écran et pratiquant la multiprogrammation. Ces salles ont moins de fenêtres pour passer tous les films qu'elles souhaitent. La multiprogrammation implique que ces salles ont beaucoup de films à montrer en une semaine, par rapport au nombre d'écrans dont elles disposent. Cela nécessite une programmation fine, en pensant à des horaires très spécifiques, en fonction des publics que les films peuvent toucher. Thierry Fontaine reconnaît que ces salles « ont aussi un travail d'animation qui est très consommateur de temps. On leur demanderait de faire ce travail en plus sur d'autres programmes ? En ont-ils le temps et les ressources ? »[156] D'autre part, ces salles s'engagent dans un accompagnement des films très chronophage : rencontres avec des cinéastes, débats avec des spécialistes, animation pour les enfants… De nombreux événements autour des films ont régulièrement lieu dans ces salles. Le hors film – en tant qu'événement à travailler, à faire vivre – ne fait qu'ajouter de l'exceptionnel à cet exceptionnel régulier qui fondent l'activité d'une salle Art et Essai.

La question de la multiprogrammation est revenue à plusieurs reprises dans les conversations avec les exploitants, en tant que source de conflit avec les distributeurs : « C'est un éternel ouvrage qu'on remet sur l'établi tous les jours ou presque avec eux pour négocier un nombre de séance. […] C'est une situation vraiment mortifère pour tout le monde d'obliger le plein pot et le plein écran.»[157], s'agace Boris Spire. À Pessac, « C'est presque une obsession, celle du plein écran, qui peut avoir un sens pour certains films. […] Mais il y a beaucoup de films dont le potentiel est moins important au prime abord et qui, au contraire, voient leur fréquentation s'étaler sur une période plus longue. »[158] Au Pouliguen, une solution innovante a été trouvée pour faire faces aux exigences des distributeurs : la copie d'un film est partagée avec le cinéma Atlantic à La Turballe, qui se

[156] Annexe n°7 : Entretien avec Thierry Fontaine, p.215.
[157] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.179.
[158] Annexe n°4 : Entretien avec François Aymé, p.172.

trouve à moins de quinze kilomètres : « Nous avons réussi à faire passer auprès des distributeurs le fait d'être considéré comme une même entité. Il y a deux entités juridiques mais pour les copies nous sommes considérés comme un seul cinéma. Cela implique de se répartir les séances des films en sortie nationale. […] Ce fonctionnement a été la parade aux demandes de plus en plus extravagantes de séances de la part des distributeurs. »[159]
Avec ses six salles, le Méliès ne rencontre pas de difficultés quand il s'agit de proposer des contenus hors film. Pour Stéphane Goudet c'est bien cette jauge qui lui donne la liberté de programmer comme il l'entend. Il pratique également la multiprogrammation mais l'amplitude permise par ce nombre de salle n'implique pas de conséquence particulièrement négative avec les distributeurs.

À noter également, le fait que la plupart des contenus hors film sont plus long qu'un film « normal ». Un opéra, en comptant l'entracte, peut durer jusqu'à trois heures, ce qui peut mener à la suppression de deux séances de cinéma plutôt qu'une seule.

c. Engagements de programmation

Suite à l'impulsion des Assises du cinéma, des engagements de programmation ont été signés en mai 2016 par des représentants d'exploitants et de distributeurs. Mais dès 2014, des engagements devaient être pris et publiés par « les groupements et ententes de programmation ainsi que les exploitants mentionnés au 2° de l'article L. 212-23 en raison de leur importance sur le marché national (ceux enregistrant au minimum 0,5 % des entrées sur le territoire métropolitain et qui recueillent, dans leur zone d'attraction, au moins 25 % des entrées). Ils concernent aussi tous les établissements disposant d'au moins 8 salles. »[160] Plusieurs objectifs ont été recensés en vue de favoriser une plus grande diversité de films dans les salles. L'un d'eux vise à « encadrer la diffusion de contenus alternatifs, tout en favorisant leur transparence vis-à-vis des distributeurs. »[161] Plus précisément, les exploitants étaient donc encouragés à prévenir en amont les distributeurs cinéma de la programmation d'un contenu hors film et d'obtenir son accord en cas d'annulation de séance de son film. Ces contrats, déclaratifs et non coercitifs, impliquent également de limiter le nombre de séances hors film et de maintenir l'offre sur des propositions culturelles. À partir du Bulletin officiel du CNC daté du 7 janvier 2015, nous

[159] Annexe n°9 : Entretien avec Philippe Arnera, p.232.
[160] *Rapport d'activité 2015*, le Médiateur du cinéma, mars 2016, p.23.
[161] *Rapport d'activité 2015*, le Médiateur du cinéma, Ibidem, p.23.

avons repéré les engagements de neuf opérateurs. Nous citons en annexe ceux des quatre grands groupes d'exploitation qui nous paraissent utiles pour servir d'exemple : Kinépolis, CGR, Gaumont-Pathé et UGC.[162] Les grandes lignes de ces promesses se déclinent ainsi :

- Programmation de contenus hors film uniquement d'ordre culturel : Kinépolis
- Programmation de contenus hors film lors de séances à faible fréquentation : Kinépolis ; CGR.
- Pas de programmation de contenus hors film les week-ends : Kinépolis (sauf pour le Met en direct le samedi soir) ; CGR sauf exception ; UGC.
- Annonce aux distributeurs en amont de la diffusion d'un contenu hors film (et négociations) : Kinépolis ; Gaumont-Pathé ; UGC
- Suppression de séance uniquement sur des films en fin de carrière : Kinéoplis ; CGR.
- Établissement d'un bilan annuel du nombre de séances hors film : CGR ; Gaumont-Pathé.

Le Médiateur du cinéma, dans son rapport d'activité, précise que « 4 opérateurs déclarent […] avoir respectés [les engagements] ; 9 opérateurs n'ont pas donné d'informations à ce sujet ; 2 opérateurs considèrent que l'engagement, visant à prévenir le distributeur 2 semaines avant une séance hors film, est impossible à respecter. »[163]

Même si les engagements de programmation ne concernent que très modérément le hors film, une partie de la profession s'émeut depuis les années 2010 d'un risque de non régulation de ce marché. Les pouvoirs publics régissent donc en conséquence, mais il faut tenir compte de la limite de leurs possibilités d'action. Les engagements de programmation ne font pas loi, il s'agit de règles annoncées par les exploitants eux-mêmes, règles dont le non-respect ne suscitera pas de mesures particulièrement contraignantes.

d. Concurrence des contenus

Peut-on parler de concurrence des contenus ? Au sein de l'équipe de l'Écran de Saint-Denis, « il peut arriver qu'il y ait des voix un peu discordantes, en tous cas des voix qui disent "ce sont des créneaux qui sont pris sur les films proposés par les distributeurs,

---

[162] Annexe n°2 : Engagements de programmation, p.159.
[163] *Rapport d'activité 2015*, le Médiateur du cinéma, Op.cit., p.24.

déjà qu'on se bat pour ne pas avoir trop de séances, si on leur en enlève pour proposer d'autres choses…" »[164] mais le nombre de séance que cela a concerné (trois rendez-vous annuels) coupe court aux critiques, tout comme au Jean Eustache de Pessac pour qui les entrées hors film sont très marginales. Selon Véronique Boursier, il convient également de ne pas établir de conclusion hâtive : « Il me semble qu'il faut raisonner par segment. On ne peut pas faire de généralité. Est-ce que les entrées hors film prennent des entrées aux distributeurs ? Peut-être sur un certain type de spectateurs. Mais sans doute que pour tout un tas de public ce sont des propositions qui viennent en plus. Et ça peut redonner vie. C'est important qu'il y ait du flux dans un lieu culturel, que ce soit un cinéma, une salle de spectacle ou autre. Que les gens viennent et reviennent. Peut-être que le hors film peut donner une raison de revenir au cinéma, de retrouver les copines, ou la voisine quand on est seul. »[165] Cette réflexion peut s'annexer à celle de Thierry Fontaine, évoquée page 49, qui considère qu'il n'existe pas une catégorie de public spécifique au hors film, qu'il faut travailler ces contenus comme les films, en fonction du style (mainstream, Art et Essai), plutôt qu'en tant que catégorie de contenu filmé. La cinquantaine de propositions annuelles devraient donc s'intégrer au 650 sorties cinéma et être considérée de la même façon ? Peut-on envisager que les exploitants travaillent leur programmation cinéma et hors film sans distinction, en s'appuyant alors sur le style (spectaculaire, sobre), le genre (dramatique, suspens, sentimental) et le type de public à toucher (familial, sénior, Art et Essai) ?

e. Le cas du documentaire

À ce sujet, nous souhaitons faire une aparté sur un genre qui échappe à des définitions claires dans le domaine du hors film : le documentaire. Cet exemple – à l'instar de certaines propositions pour les tout petits – cristallise une forme de disparition de la distinction *film de cinéma / contenu filmé de toute nature*. S'il se distingue ontologiquement de la fiction, le documentaire de création appartient normalement à la catégorie « film de cinéma », ses entrées sont inclues dans les entrées globales du film par le CNC. Pourtant, certains films documentaires sont distribués en tant que contenus alternatifs chez Pathé Live et CGR Events : *Cobain, Montage of a Heck* de Brett Morgen n'a pas été acheté par un distributeur de cinéma, mais par Pathé Live qui a travaillé sa sortie comme celle d'un événement : il a été projeté lors d'une séance unique le 4 mai

[164] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.187.
[165] Annexe n°6 : Entretien avec Véronique Boursier, p.207.

2016. Il rassemble pourtant les caractéristiques d'un portrait documentaire (comme *Sugar Man*, de Malik Bendjelloul sorti en 2012 chez Arp). *The Beatles: Eight Days A Week*, de Ron Howard a également fait l'objet d'une sortie sur le mode de l'événement le 15 septembre 2016, avec une seule projection simultanée dans toute la France.[166]

> « À l'étranger, un documentaire sera de l'Event cinema alors que pour nous c'est un film de cinéma, en raison du réseau de salles de cinéma Art et Essai indépendantes que nous avons. […]. On a passé le documentaire sur Kurt Cobain *Montage of Heck* qui avait de vraies qualités cinématographiques, ça correspondait donc à notre positionnement. C'était très musical. On aurait pu distribuer *Amy*[167]. Dans certains pays le film a été considéré comme du contenu alternatif. »[168]

Chez CGR, la « case » documentaire permet d'identifier des contenus aussi variés qu'une exposition filmée (Rembrandt, Léonard de Vinci) ou que des images inédites et des interviews de Justin Bieber ou encore les coulisses de la tournée de Jeff Panacloc.

Comme le précise Thierry Fontaine, les salles Art et Essai défendent habituellement le genre documentaire en salle, via une programmation régulière. Pour exemple, quelques films sortis en septembre et octobre 2016 : *Where to Invade Next* de Michael Moore chez Chrysalis Films ; *Voyage à travers le cinéma français* de Bertrand Tavernier chez Pathé ; *Fuocoammare, par-delà Lampedusa* de Gianfranco Rosi chez Météore Films ; *Relève : histoire d'une création*, de Thierry Demaizière et Alban Teurlai chez KMBO, *La Philo vagabonde* d'Alain Guyard chez Les Films des deux rives). Ces salles s'inscrivent également dans des focus via des festivals (Le Mois du film documentaire, le hors les murs du Cinéma du réel, Les Rencontres du cinéma documentaire). Doit-on comprendre que ce genre – pas assez populaire ? – doit être transformé en événement pour rencontrer le plus de public possible en « one shot » ? La stratégie marketing des distributeurs de contenus hors film s'axe effectivement sur l'inédit, l'unique, l'exceptionnel pour rassembler en une fois le maximum de spectateurs, sur des sujets à fort potentiel. En effet, les grandes figues populaires que sont Kurt Cobain, les Beatles, ou les grands peintres témoignent d'une prise

---

[166] Le projet aux États-Unis était sensiblement similaire : l'objectif était de concentrer le maximum de recettes sur une projection ou éventuellement quelques-unes le temps d'un week-end. Alors qu'il était diffusé en même temps en streaming, le film a néanmoins vu son nombre de copies augmentées face au succès. Il est finalement resté à l'affiche jusqu'à trois semaines dans certains cinémas (ce qui n'était pas prévu à l'origine).
[167] D'Asif Kapadia, sorti en France en juillet 2015 et distribué par Mars Film.
[168] Annexe n°7 : Entretien avec Thierry Fontaine, p.211.

de risque assez limitée. Pour autant, on l'a vu, des documentaires sont toujours à l'affiche des salles Art et Essai. Tout comme le cinéma pour les tout petits, la programmation de documentaire d'auteur reste dans le domaine d'expertise des salles labélisées. Ont-elles à craindre l'arrivée de ces pratiques événementielles ? Cela peut-il au contraire les conforter dans leur mission de défricheuses ?

3. Démocratisation culturelle ?

La diffusion de contenus hors film provoque une réflexion contradictoire quand on l'associe aux salles Art et Essai : d'une part, on peut aisément affirmer que cette pratique ne correspond pas aux missions de ces salles labélisées – c'est-à-dire reconnues et récompensées – pour leur travail continu à la défense d'un cinéma diversifié, différent, innovant. D'autre part, on peut aussi clamer que le hors film dans ces salles est tout à fait légitime dans le cadre d'une mission d'intérêt général que nous nommerons *démocratisation culturelle*. Cette notion, régulièrement revenue au cours des discussions que nous avons eu avec les acteurs de cette filière, nous a posé question à bien des niveaux.

Si depuis André Malraux, l'accès à la culture pour tous est un axe fort des politiques culturelles, n'en oublions pas que l'exploitation cinématographique relève autant du commerce que de la culture. Au fil de nos recherche, nous avons remarqué que la notion de *démocratisation culturelle* dans le cas du hors film était autant employée par les dirigeants de Pathé Live ou CGR Events que par des exploitants de petites salles, souvent héritières du militantisme lié à la pensée de l'Éducation populaire. Thierry Fontaine s'étonnait dans notre entretien que les retransmissions du Met et du Bolchoï marchent mieux au Gaumont Opéra qu'ailleurs. Pour être clair, les retransmissions de ballet et d'opéra remportent leurs plus grands succès dans le cinéma se situant à 350 mètres de l'Opéra Garnier. Cet exemple n'est pas sans rappeler le paragraphe sur la circulation des publics (Partie II, II.3).

La démocratisation culturelle nous a paru parfois être le concept faisant espérer aux exploitants une circulation des publics. Cette expression nous a également mené à penser qu'elle était employée pour évoquer de façon *respectable* la recherche de cibles de spectateurs. Il est tout à fait logique que l'objectif majeur pour une salle de cinéma soit de toucher le plus de monde possible. Néanmoins, ce qui nous a interpellé est le fait que le hors film soit régulièrement mentionné comme un volet de la démocratisation culturelle, c'est-à-dire comme un service proposé à la population. Nous avons donc souhaité approfondir cette question afin d'en vérifier son intégrité.

a. Et la décentralisation ?

Au milieu du siècle dernier, s'est engagé un mouvement de décentralisation théâtrale : création de centres dramatiques nationaux en 1946, du festival d'Avignon en 1947 ou encore soutien aux théâtre populaires comme le Théâtre National Populaire (TNP) dont l'objectif était le « théâtre élitaire pour tous »[169], c'est-à-dire, de qualité et accessible à tous. Cette décentralisation s'est petit à petit appliquée à d'autres disciplines artistiques et culturelles (bibliothèques, musées). Depuis, en plus des théâtres nationaux, ont été créés les Centres dramatiques nationaux (trente-cinq structures), les Centres dramatiques régionaux (trois structures), mais aussi les Scènes conventionnées (environ cent trente établissements) qui concernent tout le territoire français. S'ajoutent également le label de *scène nationale*, accordé par le ministère de la Culture via les DRAC, créé au début des années 1990 et qui participent de cette décentralisation. Il en existe aujourd'hui soixante et onze sur tout le territoire[170]. En plus de ces établissements d'excellence, existent également les théâtres municipaux et privés et les nombreux festivals, de danse, de théâtre, de musique, classiques ou contemporains, sans compter les salles de musiques actuelles. Concernant les opéras « l'offre lyrique couvre l'ensemble du pays. Les grandes métropoles possèdent leur opéra, souvent internationalement reconnu (Paris, Lyon, Toulouse, Lille, Marseille, Bordeaux), de même que les capitales régionales (Avignon, Caen, Colmar, Limoges, Metz, Montpellier, Mulhouse, Nancy, Nantes, Nices, Rennes, Saint-Etienne, Tour etc.). Aucune source ne donne le nombre précis d'établissements programmant des opéras en France ; néanmoins […] le nombre d'institutions jouant de l'opéra en France peut être estimé à une trentaine. »[171] La France regorge donc d'établissements et d'initiatives dans le domaine du spectacle vivant et semble être experte en diversité. Ce constat positif ne doit cependant pas cacher que la crise financière de 2008, et ses répercussions au niveau des finances publiques, a mené de nombreuses structures à fermer. La carte interactive *Cartocrise – Culture française tu te meurs*, en fait l'état[172].

Ce portrait du territoire français en matière d'offre culturelle nous pousse à questionner la pertinence de la diffusion d'opéras, de concerts ou de pièces de théâtre dans

---

[169] Expression accordée à Antoine Vitez, metteur en scène et penseur du théâtre.
[170] Voir http://www.scenes-nationales.fr
[171] MONCEAU Victoire, *Si tu ne viens pas à l'opéra, l'opéra viendra à toi : les diffusions d'opéras au cinéma, nouveau médium de démocratisation ?* Op. cit., p.59.
[172] https://umap.openstreetmap.fr/fr/map/cartocrise-culture-francaise-tu-te-meurs_26647#7/48.669/2.021

les salles de cinéma. Les français n'auraient-ils pas suffisamment accès au spectacle vivant ?

b. Apporter la culture

Pathé Live a mis en place à partir d'octobre 2016 un partenariat avec la Comédie-Française pour diffuser en direct et en différé dans plus de 300 salles, trois œuvres au répertoire : *Roméo et Juliette*, *Le Misanthrope* et *Cyrano de Bergerac*. Éric Ruf, administrateur général du théâtre évoque les avantages de ce projet :

> « Éric Ruf voit dans ce partenariat "la possibilité d'aller à la rencontre d'un public beaucoup plus large et divers, et bien au-delà des grandes villes dans lesquelles la Comédie-Française a l'habitude de se produire" lors de ses tournées. Le maillage des 300 salles, à la fois des grands circuits mais aussi des cinémas indépendants de grandes, moyennes et petites villes en France, Suisse et Belgique "nous permettra de poursuivre et d'étendre cette mission qui m'est chère : donner le goût d'un théâtre populaire", ajoute Éric Ruf dans le communiqué. »[173] Dans le même temps, fidèle à sa tradition, la troupe de la Comédie-Française s'engage dans une tournée à travers la France et dans plus de quatre-vingt pays. « Ces représentations hors les murs composent chaque saison entre 10 et 20 % de sa programmation »[174].

Par exemple, lors de la saison 2016-2017, la pièce de Carlo Goldoni, *Les Rustres*, mis en scène par Jean-Louis Benoit, sera jouée en tournée : quarante-huit représentations sont prévues entre septembre et décembre, dans vingt-cinq théâtres français de villes aussi variées qu'Aulnay-sous-Bois (Seine-Saint-Denis, 82 000 habitants), Mérignac (Gironde, 68 000 habitants), Bézier (Hérault, 74 800 habitants), Vitré (Ille-et-Vilaine, 17 400 habitants) Niort (Deux-Sèvres, 53 000 habitants) ou Amiens (Somme, 135 000 habitants). La Comédie-Française, véritable *marque* a donc pour objectif de voir sa présence dans les moindres recoins du territoire, que cela soit en réel (tournée) ou virtuel (filmé). Pour Thierry Fontaine, la diffusion de la Comédie-Française dans des centaines de cinémas en France convoque une « démarche de politique culturelle, de démocratisation. »

---

[173] QUESNNESSON, Perrine, « La Comédie-Française sur grand écran grâce à un accord avec Pathé », in *Le Film Français*, Op. cit.
[174] Source : http://www.comedie-francaise.fr/tournees.php?id=37

> « Comment montrer l'excellence française du théâtre, qui n'est pas accessible pour plusieurs raisons : d'abord parce que c'est à Paris, ensuite parce que la plupart du temps c'est complet. Donc le moyen d'y accéder c'est via le cinéma. On va faire des directs, des différés, se concentrer sur les scolaires et il y aura une vraie démarche de politique culturelle, de démocratisation. On ira vraiment en profondeur. […] L'idée c'est de proposer, s'ils ne peuvent pas faire le live parce qu'ils ne sont pas équipés, de faire un DCP des diffusions l'après-midi pour le public sénior, pour les scolaires. On souhaite que ce soit le plus large et le plus populaire possible. »[175]

L'excellence française du théâtre est-elle nécessairement représentée par la Comédie-Française ? Le moyen d'accéder à cette excellence ne devrait-il pas résider dans le principe de la tournée avant de s'adresser aux salles de cinéma ? Quelle est alors la place des théâtres et des compagnies actives dans tout le territoire français ?

Sollicitée par Pathé Live pour constituer un dossier pédagogique sur ces retransmissions, Véronique Boursier explique que le distributeur « a confirmé qu'il n'y avait pas de théâtres partout et il faut dire que les productions théâtrales dans des petites villes, ça peut être mauvais. Ils nous ont donc expliqué qu'ils allaient proposer la Comédie-Française partout en France, même dans les villes moyennes où se trouvent des cinémas Gaumont-Pathé. »[176]

Pour Jocelyn Bouyssy, Délégué général de CGR, l'enjeu est le même : « "Notre volonté a toujours été d'apporter de la culture – si l'on s'accorde sur ce qui est *culturel* – dans les villes de moindre importance où le spectacle vivant a quasiment disparu, où les gens n'ont pas forcément les moyens de faire le déplacement à Paris ou Toulouse et payer une place de concert"»[177]

Chez UGC, même discours : « Alain Sussfeld insiste, retransmettre ces œuvres lyriques, c'est donner un élargissement à la fois sociologique et géographique à un genre en train de reconquérir sa place : "Au-delà de l'aspect financier, l'un des moyens d'être démocratique est d'être plus proche des gens. Or, nos salles de cinéma ne sont pas uniquement situées aux centres des grandes villes ". »[178]

---

[175] Annexe n°7 : Entretien avec Thierry Fontaine, p.214.
[176] Annexe n°6 : Entretien avec Véronique Boursier p.202.
[177] « CGR EVENTS », in *Côté Cinéma* Op.cit., p. 10
[178] *Le cinéma, relais du spectacle vivant* 1/2, Source : France culture, Opt.cit.

Ainsi, pour les grands distributeurs de contenus hors film, leurs propositions viendraient palier à un manque cruel de propositions théâtrales ou lyriques dans les communes hors de Paris. Nous avons cependant vu que le territoire français profitait d'un maillage très riche en matière de spectacle vivant. Ces réflexions nous posent problème à plusieurs titres :

Tout d'abord, le hors film fonctionnerait de façon vertical : le contenu culturel de qualité partirait donc de Paris et de grandes capitales mondiales pour se diffuser vers le reste de la France.

Autre point, celui de la non prise en compte des lieux culturels existants en France, qui traduit une méconnaissance de ces structures, voir un certain mépris.

Enfin, quid des tournées des artistes (musiciens, troupes théâtrales, humoristes), qui se rendent dans les espaces culturels mentionnés à la rencontre des spectateurs ? Est-ce que le hors film mènera à la limitation de ces tournées, forcément plus onéreuses qu'une captation multi diffusée ? Une polémique est d'ailleurs en cours en Angleterre à ce sujet : L'ETO (English Touring Opera) est une société de tourneur d'opéra anglaise. En mai dernier, la société a dénoncé le fait que les retransmissions d'opéra au cinéma accroissent les entrées des salles de cinéma au détriment des tourneurs et des productions locales. Son directeur, James Conway considère que malgré les attentes, le hors film ne créé pas particulièrement de nouveaux publics pour l'opéra. Une étude britannique intitulée *Understanding the impact of event cinema* avait d'ailleurs été commandée par l'Arts Council England et le British Film Institute. Publié en novembre 2015, ce rapport a fait remarquer que le public de hors film (d'opéra) réside plus généralement en ville et plus particulièrement à Londres et ses alentours que dans le restes du pays. D'autre part, il en est ressorti que la plupart des spectateurs de hors film ont tendance à retourner au cinéma plutôt qu'à tenter l'expérience du spectacle vivant. Néanmoins, le hors film ne semblerait pas « cannibaliser » les entrées des tournées et des productions locales. En effet, rien ne semble démontrer que le hors film nuisent à la fréquentation des théâtres. D'autre part, il semblerait même que les théâtres londoniens bénéficient d'une meilleure fréquentation quand ils sont à côté d'un cinéma retransmettant des contenus hors film. James Conway n'a pas été convaincu par ces conclusions et a remis en cause le sérieux des études faites à ce sujet. Il a donc appelé à une analyse claire de la situation, il est soutenu dans sa démarche par la Royal Shakespeare Company et le Globe and Digital Theatre. En revanche, l'ECA – déjà mentionnée dans ce mémoire, réfute ses positions.

Aujourd'hui directeur général délégué du CNC, Christophe Tardieu a été entre 2010 et 2014 directeur adjoint de l'Opéra de Paris. En 2012, interrogé par France Culture sur le principe de l'Opéra au cinéma, il mentionne également cet enjeu d'ouverture à tous les publics, le plus largement possible : « le directeur, reconnaît lui aussi que leur objectif premier est de capter un nouveau public : "La salle de cinéma impressionne sans doute moins que la salle d'opéra, et surtout, on va aller au plus près de nos concitoyens – et des Européens, car ces diffusions auront également lieu dans plus d'une centaine de salles en Europe. L'objectif, c'est un peu "Si tu ne viens pas à l'opéra, c'est l'opéra qui viendra à toi". On pense que dans la subvention que nous donne l'Etat, il n'est pas illégitime qu'on l'utilise pour faire en sorte que le spectacle puisse être vu par des gens en province." »[179]. Effectivement, se rendre au plus près du public fait partie des missions de ces institutions, et nous ne contestons pas le levier que peut créer la découverte d'une discipline artistique dans un lieu qui facilite cette rencontre. Nous pointons du doigt une forme de « bien pensance » qui occulte le fait que le hors film est avant tout une manière d'accroître des recettes.

Avec un rayonnement bien plus restreint, les salles Art et Essai sur lesquelles s'appuie notre étude, engagent une réflexion similaire sur la démocratisation culturelle. Pourtant, nous l'avons vu à l'Écran ou au Balzac, quand il s'agit de l'opéra, le public est généralement âgé et déjà friand d'œuvres lyriques. En décidant de diffuser les demi-finales et la finale de l'Euro de football 2016, Stéphane Goudet avait clairement en tête l'objectif de toucher un public non habitué à fréquenter son cinéma : « L'idée était de faire en sorte que des gamins et des adolescents, en particulier, qui auraient envie de voir ces matchs mais qui n'auraient jamais mis les pieds dans nos institutions culturelles respectives se disent que ça vaut le coup d'y aller car il y a quelque chose pour eux. C'est vraiment une opération de communication et d'ouverture de nos lieux de culture sur la ville. »[180] Le football est un sport populaire mais qui a la particularité d'intéresser toutes les classes sociales et toutes les tranche d'âge. Si le pari a pu faire grincer des dents – nous y reviendrons dans les pages à venir – Stéphane Goudet assume qu'il s'agit pour lui d'un « choix de politique culturelle. Là c'est dire clairement aux spectateurs : "ce cinéma a ouvert il y a un an, vous n'avez peut être pas encore osé en franchir le seuil, venez voir car

[179] *Le cinéma, relais du spectacle vivant* 1/2, Source : France culture, Ibidem
[180] Annexe n°10 : Entretien avec Stéphane Goudet, p.240.

ça s'adresse aussi à vous"»[181]. Des bandes-annonces des films programmés à cette période ont été projetées afin d'informer les potentiels nouveaux spectateurs de la ligne éditoriale du lieu. D'après le directeur du Méliès, la composition des salles a réellement été très diverses et des jeunes qui n'étaient jamais venus au cinéma, sauf probablement dans le cadre scolaire, sont venus assister aux matchs. Et parce qu'il n'a finalement été question que de trois rendez-vous, à chaque fois en entrée libre, cette opération peut être considérée comme un « produit d'appel » pour toucher les spectateurs de cinéma de demain.

S'il considère aussi que passer de l'opéra au cinéma participe d'une démarche de démocratisation culturelle, Emmanuel Ethis (sociologue de la culture et spécialiste de la réception du cinéma et des études de publics) confirme cet objectif de hausse de fréquentation: « C'est plus qu'une tentative de démocratisation [culturelle]. C'est une possibilité d'accès à des choses qui nous étaient inaccessibles. Qui peut accéder au Metropolitan Opera, comme ça, un soir ? C'est la démultiplication, de fait, des spectateurs, puisque ça élargit aussi les publics, il ne faut pas l'oublier. »[182]
Les termes de démultiplication et d'élargissement des publics sont effectivement à retenir. Avec les exemples évoqués ci-dessus, c'est un véritable raz-de-marée que les distributeurs de contenus prévoient d'opérer. Nous avançons l'hypothèse selon laquelle les acteurs de la filière cinématographique et ceux du spectacle vivant à grande échelle cherchent principalement à étendre leur réseau et à toucher de plus en plus de spectateurs, quel que soit le moyen, quel que soit le contenu (cinéma ou pas). Selon nous, Véronique Boursier résume assez bien les craintes actuelles du secteur cinématographique : « Et si les élèves vont au théâtre avec leur classe dans une salle de cinéma, il va peut être se passer quelque chose tout à coup. Je pense qu'il faut faire entrer les gens dans les salles de cinéma. Par les pieds ou par la main, il faut les tirer dans les salles de cinéma. »[183]

c. La question du tarif des places

Le prix du billet pour un contenu hors film est plus élevé que celui d'un film. Dans les salles CGR, le tarif vaut entre neuf et quinze euros et il semblerait que les exploitants

---

[181] Annexe n°10 : Entretien avec Stéphane Goudet, p.241.
[182] *Le cinéma, relais du spectacle vivant* 1/2, Source : France culture http://www.franceculture.fr/sociologie/le-cinema-relais-du-spectacle-vivant-12, 21 septembre 2012, enregistrement n°2, entre 1'20 et 1'42.
[183] Annexe n°6 : Entretien avec Véronique Boursier, p.204.

en dehors du groupe ont la liberté de fixer leur propre tarif, ce qui n'est pas le cas chez Pathé Live, qui propose une fourchette de prix. À cela plusieurs raisons : d'une part les frais qui correspondent à l'équipement, notamment dans le cas de projection en direct, qui doivent être amortis. D'autre part, celle plus psychologique, du caractère *premium* de ces rendez-vous. Pour Thierry Fontaine, « c'est important aussi de mettre un prix premium pour signifier que la proposition est différente du film : l'expérience est différente, il n'y a qu'une seule séance, c'est un événement. Le positionnement premium détermine aussi la perception que le public va avoir de l'événement. »[184] Mais alors, peut-on réellement parler de démocratisation culturelle si le billet est plus cher que celui d'un film ? « Les contenus retransmis par satellites à des tarifs qui n'ont plus rien à voir avec ce qu'on considère comme accessible à tous : cela nous pose un vrai problème. Avec le Metropolitan à vingt-cinq euros la place, ce n'est plus de la culture pour tous ni de la culture de proximité. Cela pose une vraie question. »[185] Cette conviction est partagée par Stéphane Goudet : « la grosse question c'est celle du tarif des événements spectacle et opéra. On est prêt à en diffuser mais on ne veut pas le faire à vingt euros. L'idée c'est quand même de démocratiser ces pratiques réservées à une certaine élite économique et sociale, on ne voit pas où est la démocratisation si c'est vingt ou vingt-cinq euros la place. »[186]

Les questionnements de ces exploitants s'accompagnent des interrogations suivantes : le hors film peut-il dévaloriser le film ? Le cinéma est-il moins premium ? L'activité régulière d'un cinéma, dont le cœur de métier est la programmation et la diffusion de film, aurait donc moins de valeur ? À ce sujet, Stéphane Goudet développe un argument particulièrement intéressant : « on ne voit pas pourquoi les gens paieraient six euros pour un film qui a coûté des millions et pourquoi ils paieraient quinze euros pour voir un spectacle sur lequel il n'y a quasiment pas de surcoût réel de production »[187]. En effet, un opéra ou une pièce de théâtre est produite, qu'elle soit retransmise ou pas. Les coûts additionnels résident dans trois éléments principaux : la captation – qui est sans commune mesure avec le budget de production d'un film – dans la communication et dans l'équipement des salles… ce dernier revenant aux exploitants (sans oublier le versement des VPF par les distributeurs).

---

[184] Annexe n°7 : Entretien avec Thierry Fontaine, p.217.
[185] Annexe n°9 : Entretien avec Philippe Arnera, p.236.
[186] Annexe n°10 : Entretien avec Stéphane Goudet, p.242.
[187] Annexe n°10 : Entretien avec Stéphane Goudet, p.243.

Depuis octobre 2016, les salles Gaumont-Pathé propose le Pass Intégral, une version augmentée du Pass illimité. Parmi de nouveaux avantages (invitations à des avant-premières, lunettes 3D offertes), celui d'avoir accès, sans supplément, aux retransmissions des la Comédie-Française, du Met et du Bolchoï, même en live. Le tarif mensuel est de 23,50 euros, c'est-à-dire moins cher qu'une place plein tarif pour un événement (24 euros pour la Comédie-Française, 34 euros pour le Met, 29 euros pour le Bolchoï). L'accès illimité s'appliquant aujourd'hui à tous les contenus, le caractère premium de ces évènements est donc totalement remis en question.

Dans une démarche différente, les projections d'opéra du festival d'Aix-en-Provence au Cigalon de Cucuron ont eu lieu en entrée libre : « le fait que ça soit gratuit pour le public rentrait complètement dans le cadre de ce qu'on a envie de faire. Ouvrir les gens vers la culture. »[188] Cette gratuité était contractuelle dans le cadre du partenariat avec le festival et Clémence Renoux admet qu'elle aurait maintenu les projections si elles avaient dû être payantes. Même engagement à Montreuil avec les diffusions des matchs de foot qui ont été gratuites. L'un des objectifs étant d'attirer des populations ne fréquentant pas, ou peu, l'établissement, il fallait lever un maximum de barrières.

La gratuité n'est ni applicable partout, ni un concept juste en matière de culture (la production des œuvres et leur diffusion ont un coût), cependant il nous paraît pertinent de mettre dos à dos l'objectif de démocratisation culturelle du hors film et le fait que son accès soit plus onéreux qu'une séance de cinéma. Évidemment les places pour l'Opéra de Paris s'élèvent entre cent et deux cent euros et les possibilités d'assister à une représentation au Metropolitan de New York sont très onéreuses mais également très restreintes. Il est nécessaire de tenir compte de ces contraintes et de souligner qu'une très petite frange de la population peut assister à ces représentations.

d. La question du territoire

La légitimité du hors film peut s'analyser à partir du territoire. Thierry Fontaine a constaté que le cinéma qui remporte le plus de succès est celui qui se situe à cinq minutes de l'Opéra Garnier. À Paris, les professeurs peuvent se rendre à la Comédie-Française « pour cinq euros, en trois clics sur internet. »[189]. Faudrait-il limiter les diffusions de contenus hors film en fonction des équipements culturels des communes ? C'est en partie

[188] Annexe n°8 : Entretien avec Clémence Renoux, p.227.
[189] Annexe n°6 : Entretien avec Véronique Boursier, p.202.

en raison de sa situation géographique que Philipe Arnera n'a pas ressenti la nécessité de proposer ces événements à son public :

> « Nous avons la chance de ne pas vivre dans un désert culturel. Notre région dispose d'axes de communication bien dimensionnés, entretenus, il n'y a pas de col à franchir, pas de neige en hiver, les routes sont éclairées. C'est en partie inhérent à la géographie mais j'ai conscience que c'est une chance pour favoriser les déplacements. Il y a une vraie circulation des populations sur le territoire. Nous en bénéficions : régulièrement, du public vient de Saint Nazaire qui est à vingt kilomètres. À l'inverse, beaucoup d'habitants de la presqu'île s'y rendent, il y a un théâtre avec une très bonne programmation. Certains vont jusqu'à Nantes pour l'opéra. L'accès à la culture est relativement facilité sur notre territoire. »[190]

À l'inverse, Cucuron est une commune excentrée dont les accès sont moins simples : « On est les seuls jusqu'à Aix-en-Provence. Ça signifie sur un rayon d'une demi-heure. Plus loin il y a Apt, Forcalquier… Avignon est à une heure. On est donc le seul cinéma Art et Essai du coin donc on touche un public assez large du territoire. »[191] Cette localisation a l'avantage de réduire considérablement la concurrence mais rend l'accès au cinéma plus compliqué : « Une de nos problématique pour faire venir les gens au cinéma c'est le déplacement. Ici il n'y a pas de transport en commun, de bus… Si on est du village c'est facile mais pour les jeunes ou les plus anciens dans les autres villages c'est compliqué. »[192] L'équipe du cinéma travaille actuellement à la mise en place d'un circuit itinérant afin de toucher davantage de public sur le territoire. Dans leur cas, les propositions hors film s'adaptent totalement à la ligne éditoriale du lieu et aux contraintes spatiales.

4. Des anti hors film ?

> « L'écran de cinéma se trouve phagocyté par d'autres contenus. Nous avons décidé de ne pas mettre le doigt là-dedans. Pour caricaturer, je réponds que sur la façade il y a écrit "cinéma", et pas "lieu de retransmission de la demi-finale du Top 14"[193]

---

[190] Annexe n°9 : Entretien avec Philippe Arnera, p.236-237.
[191] Annexe n°8 : Entretien avec Clémence Renoux, p.223.
[192] Annexe n°8 : Entretien avec Clémence Renoux, p.225.
[193] Annexe n°9 : Entretien avec Philippe Arnera, p.236.

À partir du moment où le sujet de notre étude est l'appropriation des contenus hors film par les salles Art et Essai, s'impose l'éventualité que certains exploitants s'engagent contre le hors film. En effet, pour beaucoup, établir une programmation Art et Essai consiste en donner à voir des films différents de ce qui est aisément visible, des films d'auteurs, des films de nationalités diverses. Mais surtout, ces exploitants sont des spécialistes du cinéma, de son histoire, de ses courants et de ses esthétiques. Dans les pages précédentes nous avons déjà évoqué certains doutes qui peuvent traverser les exploitants, les distributeurs mais aussi le public : le hors film sur le temps scolaire, le hors film pour les tout petits, la question du statut du documentaire, la cohabitation avec les films, les enjeux de démocratisation culturelle. Pour une approche plus *morale*, Philipe Arnera a accepté d'incarner la voix discordante d'un exploitant et de nous confier ses doutes quand à la diffusion de contenus non cinématographiques dans une salle originellement conçue pour le cinéma.

a. La salle est dédiée au cinéma

Philippe Arnera considère que son domaine d'expertise est le cinéma :

> « Je n'ai rien contre la Fnac, mais je me méfie du côté "Fnacisation" de l'offre : "Nous avons tout en rayon et au final nous ne sommes spécialistes de rien". Cela me dérange en fait. L'analogie avec l'artisan est peut-être un peu éculée, mais je peux me prétendre spécialiste dans mon domaine : en cinéma Art et Essai. Cela me poserait problème de proposer quelque chose où je n'y connais rien simplement parce qu'il y a un grand écran dans le bâtiment. Nous sommes entrés dans un rapport de confiance avec notre public sur les films que nous défendons, les coups de cœur, une ligne éditoriale dans laquelle ils se reconnaissent. Et je n'ai pas envie de mettre à mal cette confiance par opportunité, simplement parce qu'une technologie le permet. »[194]

L'avenir de la salle de cinéma est-il d'être une télévision géante ou encore une grande surface des contenus ? Jean-Marie Dura présage un futur de cette sorte sans pour autant y voir un caractère négatif : « le numérique rend en effet accessible une offre déjà

[194] Annexe n°9 : Entretien avec Philippe Arnera, p.237.

importante de contenus alternatifs communément appelés "hors film", et nous n'avons sans doute encore rien vu : les genres les plus divers susceptibles de satisfaire une large palette de publics sont désormais disponibles et le seront encore plus. »[195]. Opéra, ballets, concerts, théâtre aujourd'hui, mais bientôt master-class, TEDx, conférences et cours d'université, séries TV et surtout e-gaming, sont quelques uns des contenus cités dans le rapport sur la salle de demain.

b. La standardisation

Pour Philippe Arnera, une autre gêne : l'uniformisation. « Il y a une sorte d'éco-système qui existe autour de nos salles et par certains aspects – mais peut-être que je me conforte dans mes certitudes – le fait qu'il y ait cet espèce de chose « descendante » avec le hors film, le fait que cela arrive d'en haut, ce programme qui vient par satellite, c'est une espèce de mondialisation des goûts, une standardisation internationale. »[196] Et en effet, comment contredire Philippe Arnera quand on observe que les initiatives indépendantes des salles sont finalement assez rares ? CGR Events et Pathé Live s'emploient à faire un gros travail auprès des salles de tout statuts pour promouvoir leurs contenus. Rappelons-le, Pathé Live s'associe à plus de deux cents salles hors Gaumont-Pathé et le chiffre est sensiblement le même du côté de CGR Events.

c. Le sport versus LA Culture

Puisque la salle de cinéma consiste en un cube avec un grand écran et des fauteuils, l'idée de projeter des événements sportifs est venue à certains exploitants : CGR en est peut-être le spécialiste : matchs de l'Euro 2016, 24h du Mans, Nuit de la glisse… Jean-Jacques Schpoliansky a également fait des tentatives, qu'il ne réitère plus. Stéphane Goudet au Méliès de Montreuil s'est démarqué au printemps dernier en programmant quelques rendez-vous de l'Euro 2016.
La retransmission d'événements sportif, exclue du calcul de la TSA dans le décret de 2011, ne fait pas l'unanimité. Il est explicitement mis de côté dans le projet de Jérôme Seydoux pour Pathé Live, qui ne veut s'ancrer que dans des contenus à caractère culturel. Les

[195] DURA, Jean-Marie, *La salle de cinéma de demain*, Op. Cit., p. 43.
[196] Annexe n°9 : Entretien avec Philippe Arnera, p.237.

professionnels rencontrés émettent eux aussi des doutes quant à la pertinence de voir arriver ces événements dans les établissements cinématographiques :

> « je suis plutôt sceptique à l'idée de projeter du sport en salle de cinéma, surtout avec seulement deux écrans. De plus, ce type de proposition me semble tellement éloigné de quelque chose de culturel que même avec l'apport du numérique, cela me semble plus approprié dans un café ou une salle polyvalente. S'ouvrir à d'autres propositions que le film en tant que tel, oui bien sûr, mais je crois qu'il faut essayer de rester dans un cadre où la spécificité de la salle de cinéma est maintenue, autrement la salle de cinéma indépendante et Art et Essai risque de perdre son identité de lieu culturel avant tout… Et puis la projection d'événements sportifs n'a pas besoin de la salle de cinéma pour rassembler largement… »[197]

Le sport, parce qu'il est accessible à la télévision dans les foyers mais aussi dans d'autres lieux de socialisation comme les bars, ne semble pas adapté à la salle de cinéma. « Le foot ça me choque. Dans les événements sportifs il y a la notion d'échanges, les gens parlent, crient. Dans la salle de cinéma, ça me paraît bizarre. Je comprends mieux les fan zones. »[198] La salle de cinéma a pour habitude de passer des programmes exclusifs, le sport n'en est pas un. D'autre part, la caractère feutré de la salle ne semble pas pouvoir s'associer au caractère festif d'un match. Enfin, rappelons que le principe de la compétition implique une issue incertaine quant à la présence de l'équipe nationale dans les derniers matchs, de même que la durée d'un événement est aléatoire (cyclisme, tennis) ou peut subir des prolongations (football).

L'exemple du Méliès de Montreuil contredit pourtant une partie de ces arguments et est intéressant à plusieurs titres :
Premièrement parce que le Méliès est un cinéma public – il le revendique jusque sur sa façade – qui œuvre donc principalement à partir de subventions et dans un souci de service public. Deuxièmement parce que ce cinéma est doté des trois labels et qu'il défend au quotidien un cinéma de qualité et de la diversité. L'organisation de festivals (Les Rencontres du cinéma documentaire), la tenue de très nombreux rencontres et débats, la programmation de ciné-concerts, de ciné-clubs, de courts métrages, représentent le

---

[197] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.196.
[198] Annexe n°6 : Entretien avec Véronique Boursier, p.205.

quotidien de cette salle. Le Méliès est un exemple dans la famille des cinémas Art et Essai engagés. À noter, la ligne éditoriale du Méliès inclue également la programmation de films populaires car l'objectif est de pouvoir toucher toutes les populations de Montreuil et d'éviter tout sectarisme. La projection en direct de matchs de football a pu froisser une partie de la profession et ce fut le cas même en interne: « il y a eu de fortes réticences en fait. […] Des membres de l'équipe pensaient qu'effectivement ce n'était pas notre travail, que ce n'était pas le cœur du métier, qu'on avait d'autres choses à faire que de passer du foot alors qu'il était déjà très présent dans les médias, à la télé. »[199]

Pourtant, pour Stéphane Goudet il s'agissait d'une initiative autant anecdotique que cohérente avec le travail effectué dans ses salles :

> « Je n'aime pas la départition traditionnelle : le cinéma Art et Essai qui ne devrait diffuser que des objets nobles a priori à partir de catégories préexistantes : "ça, c'est la culture et ça, ça n'en est pas". Un cinéma c'est aussi une salle de spectacle et le sport c'est aussi un spectacle, indépendamment du fait de savoir si c'est artistique ou non. Certains gestes de footballeurs peuvent d'ailleurs l'être à mes yeux, ou d'autres sports. Pour moi cet argument là ne tient pas, il m'agace même, s'il recouvre une sorte de confort intellectuel, de fantasme de pureté qui conduit en réalité à un entre-soi mortifère. Ce qui compte c'est à la fois ce qu'il y a sur l'écran évidemment mais c'est en même temps de savoir ce qu'on fait de nos salles. Comment on fait en sorte d'accroître la mixité sociale et générationnelle dans nos salles. C'est une priorité absolue, sinon on n'aura que des spectateurs vieillissants. Pour lutter contre cette pente fatale dans certains lieux, il faut créer l'événement. Et ça peut passer par des événements – ponctuels, très mesurés – qui élargissent le champ, qui vont ailleurs que dans le champ traditionnel du cinéma. Moi ça ne me choque pas du tout, au contraire, ça fait partie de nos fonctions que de contribuer à l'existence d'événements de ce type. »[200]

Nées d'une collaboration avec le Centre Dramatique National de Montreuil[201] qui avait passé les premiers matchs de la compétition, les diffusions des demi-finales et finale de l'Euro n'avaient pas vocation à générer des recettes. Encore une fois, c'est le souci de circulation des publics et de démocratisation de la structure culturelle en tant que lieu

---

[199] Annexe n°10 : Entretien avec Stéphane Goudet, p.245.
[200] Annexe n°10 : Entretien avec Stéphane Goudet, p.243.
[201] Le Nouveau Théâtre de Montreuil

ouvert à tous qui ont été déterminant. Les entrées étaient gratuites, ce qui a été un choix délibéré et commun au théâtre et au cinéma. Une billetterie aurait été possible à mettre en place mais « on ne se voyait pas faire payer les gens pour un contenu qu'ils peuvent regarder chez eux à la télé »[202] .

Concernant les droits de diffusion, le Méliès a appliqué la même règle que celle régissant les bars : « La diffusion publique des matchs de l'Euro 2016, que la France organisera l'été prochain, sera gratuite pour les associations et les bars, mais payante pour les organisations visant plus de 300 spectateurs. Concrètement, l'UEFA ne réclamera pas de droit de diffusion pour les bars, hôtels ou restaurants qui ont l'habitude de diffuser des programmes sportifs, et pour les réunions d'associations, comme un club de football ou une collectivité locale, mais dans la limite de 300 spectateurs. »[203] Les retransmissions au Méliès ont donc été organisées dans la salle de 275 places. Diffuser les matchs devant un plus grand nombre de spectateurs aurait impliqué un dépôt de dossier auprès de l'UEFA plusieurs mois en amont et l'acquittement de droits de diffusions (entre trois cents et mille spectateurs : cinq cent euros ; puis les tarifs augmentent en fonction de la jauge, les droits pouvant atteindre huit mille euros). Techniquement, puisqu'il s'agit d'événements en direct à la télévision (les demi-finales sur TF1 et M6 et la finale sur M6), il est indispensable que le projecteur numérique soit relié à un équipement de réception satellite. Cette opération a remporté un vrai succès en terme de fréquentation puisque la salle était quasiment complète lors des demi-finales et l'a été pour la finale France-Portugal. Cette réussite reste néanmoins en partie dépendante du parcours de l'équipe nationale. Par ailleurs, l'ambiance a apparemment été très festive – la salle était en semi obscurité – mais les boissons étaient interdites dans la salle (comme pour toute séance dans ce cinéma).

Pour Stéphane Goudet, les questions de fond portant sur l'identité d'un cinéma trouvent des réponses bien plus nuancées que celles qui opposent de façon binaire sport et culture. D'une part, ses propos cités plus haut indiquent l'importance du renouvellement des publics et de l'ouverture à des pratiques et des centres d'intérêt qu'il ne convient pas de mépriser. Il désacralise également la culture avec un grand C qui serait réservée à une certaine catégorie de spectateurs et valorise dans le même temps le contenu sportif : « Je fais […] partie de ces gens qui pensent qu'il y a des moments de sport en particulier qui

---

[202] Annexe n°10 : Entretien avec Stéphane Goudet, p.241.

[203] FRAIOLI, Bruno, « Les matchs de l'Euro 2016 diffusés gratuitement dans les bars », in *Stratégies*, Source :http://www.strategies.fr/actualites/medias/1021528W/les-matchs-de-l-euro-2016-diffuses-gratuitement-dans-les-bars.html, 31 août 2015

sont cinématographiques et qui pourraient se défendre en tant que moment de cinéma. C'est pour ça que la notion du hors film peut être complexe car il y a aussi une tradition de critique française, qui passe entre autres par Serge Daney, qui vise à penser qu'un match de tennis peut contenir des éléments de cinéma. »[204]. Enfin, le directeur du Méliès relativise l'impact symbolique que peuvent représenter ces séances en maintenant le cœur de son activité autour de la diffusion de contenus cinématographiques. Ces retransmissions ont été au nombre de trois, à l'occasion d'un événement exceptionnel (l'Euro 2016 avait lieu en France et l'équipe nationale a connu une progression dans la compétition qui permettait cette mise en valeur). Parmi les établissements Art et Essai étudiés, le Méliès est le plus grand :

> « Puisqu'on a six salles, puisque c'est une cinéma public et le seul cinéma dans une ville de cent mille habitants, l'enjeu sera progressivement de proposer quelques événements non cinématographiques, de nature artistique ou sportive, et de le faire à dose très mesurée de sorte à créer l'événement. Par définition l'événement est lié au fait que c'est rare. Ça ne me gênerait pas du tout de diffuser une finale de Roland-Garros et je trouverais amusant de diffuser une finale de Top XIV de rugby. […] Ce sont des choses qui doivent être disséminées pour conserver le caractère événementiel. »[205]

Finalement, parce qu'elle est très ponctuelle, ce genre d'initiatives relève peut-être davantage de l'animation que de la programmation. C'est une proposition visant à faire vivre le lieu cinéma, à créer de l'ambiance. Cela s'approche aussi d'une opération de communication qui participe à façonner l'image que l'on souhaite renvoyer d'un établissement. Le Cigalon à Cucuron a été contacté par un club de rugby des environs. A alors germé l'idée de diffuser la demi-finale et la finale de la Coupe du monde. Par manque de temps, le projet n'a pas pu être mis en place, mais c'est une initiative que Clémence Renoux aurait faite volontiers, toujours dans cet objectif de partenariat avec les acteurs du territoire, permettant au cinéma d'incarner un lieu de vie, populaire, en position d'ouverture vis-à-vis de la population.

---

[204] Annexe n°10 : Entretien avec Stéphane Goudet, p.242.
[205] Annexe n°10 : Entretien avec Stéphane Goudet, p.242.

Avant même de déterminer si le sport a sa place dans un cinéma, rappelons que sa diffusion en salle reste extrêmement marginale. Des tentatives existent depuis la Theater TV des années 20 et force est de constater qu'il ne s'agit pas d'un marché juteux. Trop de paramètres freinent son expansion : durée des compétitions ; présence aléatoire des équipes nationales dans les tournois ; ambiance qui ne s'adapte pas forcément à la salle ; accès facilité par la télévision, les bars, les fan zones ; droits de diffusion ; pas de prise en compte de ces contenus dans le calcul du fond de soutien etc. Pour une salle Art et Essai, il est nécessaire de prendre en compte la sociologie de son public et les spécificités de son territoire (présence de bars aux alentours par exemple) afin d'incarner une alternative intéressante pour le public. La diffusion de sport dans un cinéma Art et Essai déprécie-t-elle son image ? Ce sont peut-être la diversité et la qualité des propositions cinématographiques (rencontres, festivals, ateliers) qui peuvent donner l'autorisation à un exploitant de s'aventurer vers d'autres contenus.

d. L'expérience du spectateur

Autre grief, celui qui concerne l'intérêt pour le spectateur à voir du spectacle vivant… non vivant : « À titre personnel, si je souhaite aller à l'opéra je préfère être dans la pièce avec les chanteurs. Pour moi le spectacle vivant, tant qu'à faire autant que ce soit vraiment du spectacle *vivant*. Ça c'est une opinion. »[206] Dans leur texte « L'émergence du hors-film sur grand écran ou la "nouvelle" polyvalence des salles de cinéma », Kira Kitsopanidou et Giusy Pisano ont bien pointé le compromis inhérent au hors film : il s'agit de satisfaire le spectateur de spectacle vivant et celui du cinéma. Si le caractère hybride des contenus hors film peut être une force (rassembler différents publics), cela donne lieu à plusieurs critiques :

Premièrement, de la part des spectateurs du spectacle vivant qui peuvent considérer que le spectacle doit se vivre, par définition, en live réel. La seconde critique peut être formulée par les cinéphiles qui seraient susceptibles de redouter que la salle de cinéma ne se transforme en télévision géante. Enfin, les distributeurs eux-mêmes, au-delà de la polémique autour du nombre de séances sacrifiées ou des VPF, peuvent considérer que les contenus hors film ne sont pas des œuvres.

[206] Annexe n°9 : Entretien avec Philippe Arnera, p.237.

Les auteurs notent néanmoins que « par cette nouvelle hybridation, paradoxalement, la salle de cinéma retrouve son passé polyvalent d'avant la standardisation. »[207]. Argument qui refermerait la boucle du début de ce mémoire, sur l'histoire des tentatives techniques du début du XXème siècle. La salle de cinéma, telle que nous la connaissons (ne passant *que* des films), serait donc standardisée et le hors film permettrait aux salles de retrouver « une forme de diversité, de pluriel, qui n'est pas sans renouer avec une certaine tradition de polyvalence d'antan. »[208]

II. Les promesses du hors films dans les salles Art et Essai

La salle de cinéma comme lieu sacré, dédié aux films, existera-t-il toujours ?

Hors film : ce qui n'est pas un film, ce qui est en dehors du film, ce qui est à côté du film, ou autour… Les exploitants Art et Essai que nous avons rencontrés ont tous fait référence à leur travail d'accompagnement des films et des publics qui consistent en de nombreuses missions qui ne font pas appel au film à proprement parler. La lecture du rapport de Jean-Marie Dura, *La salle de cinéma de demain*, nous a confirmé que la diffusion de contenus non cinématographiques était l'un des volets – parmi tant d'autres – qui préfigure le visage des établissements cinématographiques de l'avenir. La polyvalence semble être de mise, ce qui pourrait déplaire aux spectateurs et exploitants cinéphiles. Néanmoins, face à la prolifération des images – « chaque minute, 400 heures de vidéos sont ainsi mises en ligne sur la seule plateforme Youtube »[209] – les spectateurs auront besoin de professionnels prescripteurs pour les aider à accéder aux contenus les plus pertinents. La salle de cinéma Art et Essai pourra probablement trouver son salut dans cette spécificité : l'expertise dans le cinéma innovant et diversifié.

La salle de cinéma a et aura un rôle à tenir dans la cité, comme le précise Emmanuel Ethis :

> « Depuis quelques années les comportements tendent visiblement à changer globalement. C'est-à-dire qu'on a des gens qui pratiquent le cinéma tant à la

---

[207] CRETON Laurent, KITSOPANIDOU Kira, *Les salles de cinéma : enjeux, défis et perspectives*, Op. cit., p. 177.

[208] CRETON Laurent, KITSOPANIDOU Kira, *Les salles de cinéma : enjeux, défis et perspectives*, Ibidem, p. 177.

[209] DURA, Jean-Marie, *La salle de cinéma de demain*, Op. Cit., p.34

> télévision, que par le DVD, que par internet. Et la salle de cinéma – c'est-à-dire le lieu où l'on se rend dans un espace collectif pour partager un spectacle – se pose des questions sur comment continuer à exister et à faire vivre la vie d'une cité. Je crois que le lien du cinéma et de la cité est tout à fait fondamental. Il exprime quelque chose qui est très différent du lien que vous pouvez avoir dans un vis-à-vis avec un film. C'est le vis-à-vis d'*un public avec un film*. C'est-à-dire qu'on s'y rend avec des personnes qui vont voir la même chose que vous. Pour pouvoir partager un spectacle, pour pouvoir en parler après. »[210]

Ainsi, malgré les menaces de perte de repères, voire de dispersion, que peut représenter la projection de contenus hors film dans les cinémas, les salles Art et Essai ont leur carte à jouer en tant que lieu de proximité dans une commune, espace chaleureux et espace citoyen de rassemblement et le débat. Le Cigalon, comme bon nombre de salles Art et Essai, fonde son projet sur l'accompagnement des projections de films : « Le projet s'est donc vraiment construit au départ autour de l'animation : comment fait-on venir des gens dans une salle de cinéma ? Qu'est-ce qui leur donne envie de venir voir un film dans un cinéma ? »[211] Revenons sur les initiatives, spécifiques à ce genre de salle, qui marque leur identité.

1. Impliquer les spectateurs

Les directeurs de salle avec lesquels nous avons échangé ont pris plus de temps à évoquer les multiples actions permettant d'accompagner les films qu'à mentionner les projections de contenus hors film. Parce que le cœur de leur métier reste le cinéma et leur préoccupation première est de faire venir du public dans leur salle pour ces contenus. À Saint-Denis et à Cucuron, la figure du programmateur qui *sait* perd un peu de sa superbe. Impliquer les spectateurs, via des comités de programmation, permet à la salle de maintenir son rôle dans la commune, en tant que lieu en phase avec son époque – le participatif étant une notion très actuelle – et avec sa population.

À Saint-Denis, le numérique ne fait pas peur mais est considéré comme un outil plein de promesses :

---

[210] *Le cinéma, relais du spectacle vivant* 1/2, Source : France culture, Op. cit., enregistrement n° 1, entre 01:03 et 01:48.

[211] Annexe n°8 : Entretien avec Clémence Renoux, p.222.

> « Sur le numérique en tant que tel il y a plein d'autres possibilités. On a inauguré ici – mais d'autres le font en France, on n'a pas « inventé la poudre » ! – des comités de programmation dans les quartiers, plutôt de gens jeunes. On passe par les maisons de quartier et les médiathèques. On utilise beaucoup les réseaux sociaux, même si on rencontre les interlocuteurs réellement également. On les alimente en proposition, il y a des allers-retours, ils choisissent un ou deux films pour une soirée, programmée par eux. »[212]

À Cucuron, l'équipe du cinéma se sent au service de la population et se doit donc d'être à son écoute :

> « On a un comité de programmation avec une quinzaine d'adhérents de l'association, […]. On les réunit une fois par mois pour leur proposer des films qu'on a présélectionné parce qu'ils nous semblent intéressants ou bien parce qu'au contraire on ne les aurait pas du tout programmés parce qu'ils nous parlent pas forcément. À partir de cette sélection d'une vingtaine de films on discute : auraient-ils envie de les voir au cinéma ? Sont-ils intéressants ? Qu'ont-ils envie de voir ? Ce sont des vraies discussions autour du cinéma, sur ce qui se fait, autour d'un réalisateur, ça donne des idées de soirées spéciales ou thématiques… Ils sont force de propositions et ça nous permet d'avoir un retour de nos spectateurs très direct, de connaître leurs attentes. On a réussi à avoir dans ce comité des gens très différents, qui n'ont pas les mêmes goûts, pas les mêmes âges. C'est intéressant parce que ça part dans plein de discussions diverses et ça créé une belle représentativité. »[213]

La directrice le sait, cette méthode « peut faire grincer les dents dans la profession »[214] parce qu'elle paraît faire concurrence au programmateur, dont l'expertise serait dévalorisée. Mais cette démarche participative – qui reste ponctuelle – ne remplace pas les missions principales du programmateur. Elle permet aux spectateurs de s'approprier la salle de cinéma et les transforment en ambassadeurs de ce lieu et de sa programmation. Les équipes de l'Écran et du Cigalon se trouvent également au plus proche des préoccupations des spectateurs. Le dialogue réel amorcé avec eux peut également mener à une plus grande confiance quand le programmateur s'aventure vers des films plus « difficiles ».

---

[212] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.189-190.
[213] Annexe n°8 : Entretien avec Clémence Renoux, p.225.
[214] Annexe n°8 : Entretien avec Clémence Renoux, p.226.

2. Les Universités populaires

Autre exemple d'initiatives en dehors du film et qui place la salle de cinéma au cœur de la cité : les Universités populaires. Expérimentées depuis six ans au Jean Eustache et depuis moins de deux ans à l'Écran, ces propositions autour de la transmission des savoirs ne sont pas sans rappeler les préconisations de Jean-Marie Dura : « Au-delà de l'opéra, des concerts et du théâtre, il existe un public partant pour tester des "drogues culturelles" plus dures. Exploitants, distributeurs et les institutions concernées (Collège de France, Académie françaises, Universités… pour la France) doivent réfléchir à la façon de combler cet appétit »[215].

Le principe d'une Université populaire est d'inviter des professeurs d'universités mais aussi des critiques, des cinéastes et des artistes à s'exprimer sur un sujet qui n'est pas forcément centré sur le cinéma. Cela peut être une question philosophique, historique ou bien encore littéraire. Un film – d'actualité ou de patrimoine – illustre la conférence mais n'est pas nécessairement au cœur de la discussion.

Au Jean Eustache, le projet se décline en trois pans assez exemplaires : l'*Université populaire du cinéma*, l'*Université populaire Histoire et La P'tite Unipop*, adressée au enfants.

> « On organise des programmes de cours de cinéma ou de cours d'histoire qui sont complétés par des films. Cela permet de toucher des publics différents. Dans une situation de concurrence, on a une offre alternative, non seulement à un programme classique mais aussi à ce que font les autres cinémas. On touche des gens à une heure à la ronde de Pessac, c'est à l'échelle du département et plus seulement à celle de l'agglomération. La récurrence de ce hors film, le fait que cela soit toutes les semaines, le même jour, à la même heure, au même tarif, avec un programme annoncé sur une saison entière et avec une inscription sur une année entière est une notion très importante. Il s'agit de fidélisation : les gens s'inscrivent pour l'année, comme lorsque vous vous inscrivez pour à un cours de gym, d'histoire de l'art, de cuisine… Une fréquentation se met en place et cette fréquentation récurrente incite non seulement à fréquenter le Jean Eustache mais à voir les films qui précèdent et qui suivent. Si en soi c'est intéressant de transmettre des connaissances sur un sujet donné, avec des intervenants, c'est aussi un levier – c'est vraiment le terme adapté

[215] DURA, Jean-Marie, *La salle de cinéma de demain*, Op. Cit., p. 7

> – pour inciter les gens à aller voir les films, et dans un cinéma ça compte beaucoup. »
> […] Pour nous, dans ce qui relève du hors film, cette Université populaire est dix fois plus importante que l'opéra dont tout le monde parle. L'opéra c'est mille entrées, l'Université populaire c'est 20 000 entrées. Ça n'a donc aucune commune mesure. »[216]

Cet appétit culturel devrait donc rassurer les exploitants de salles labellisées qui voit leur public vieillir ou se raréfier. Le premier film de Xavier Dolan *J'ai tué ma mère*, qui avait été programmé dans l'un de ces rendez-vous, a rassemblé cent six spectateurs, ce qui était le meilleur résultat de la journée, face aux films inédits. Pour François Aymé, cet accompagnement valorise les films plutôt que de le concurrencer. Utiliser du temps de séance en salle s'avère être payant puisque les spectateurs se déplacent au Jean Eustache, qui se différencie des autres salles avec sa spécificité. D'autre part, l'équipe a une véritable visibilité sur la fréquentation avec le système d'inscription en début d'année.

Plusieurs salles Art et Essai se lancent également dans l'Université populaire. Le Gallia à Saintes établit sa saison de conférences d'octobre à mai. Le cubisme, les séries et la politique, un goûter philosophique autour des monstres ou encore « penser la catastrophe » avec une musicologue sont au programme, avec, à chaque fois un film en miroir. Le Cinématographe à Château-Arnoux dans la région de Marseille, le Louxor à Paris et d'autres salles se sont également engagés dans cette démarche. C'est le cas de l'Écran à Saint-Denis qui s'est associé à des universitaires sociologues, l'association Science Pop, pour monter des événements autour de débats citoyens. Dans cette configuration l'Écran n'hésite pas à évincer la séance cinéma :

> « On fera des rendez-vous régulier où il n'y a aura pas forcément un film. On est donc dans du hors film. On a reçu Alain Badiou récemment sur le thème *les jeunes et la politique*. Il est venu faire une conférence, un jeudi soir, il y avait 200 personnes et il n'y avait pas de film. On a appelé ça *De l'autre côté de l'Écran*. C'est l'esprit d'une université populaire. Ça aurait pu se passer dans un amphithéâtre. Il y a eu un débat évidemment mais il a quand même parlé une heure tout seul. Ces 200 personnes c'est un potentiel. […] On sait déjà que Régis Debray va venir. Selon moi, on est complètement sur du hors film. Et on joue ce rôle que

[216] Annexe n°4 : Entretien avec François Aymé, p.174-175.

ne joueront pas les multiplexes, qui est de pouvoir faire autre chose que du cinéma et de d'incarner un rôle de dynamique sociale et politique. »[217]

Subversion suprême, cet événement ne met pas en exergue l'objet film ! Pourtant l'Écran est complètement représentatif d'une salle pour cinéphiles : détention des trois labels, de celui d'Europa Cinéma, adhérente du RADI pour la diffusion de courts métrages, membre du réseau Cinémas 93, du GNCR (Boris Spire en est le Président), équipe composée d'une programmatrice cinéma (en plus de la direction), d'une programmatrice jeune public, d'un médiateur. La salle est clairement engagée dans la défense d'un cinéma d'auteur avec – entre autres – l'accueil du Panorama des cinémas du Maghreb et du Moyen-Orient… Et passe trois opéras filmés. Preuve en est que l'identité de la salle Art et Essai est vaste et qu'il ne paraît donc pas incohérent d'ouvrir sa programmation à d'autres types de contenus, quitte, parfois, à évincer le film du projet. Boris Spire ne fait pas autre chose que de miser sur le potentiel retour des spectateurs de la conférence sur une autre proposition du cinéma. Les deux cents personnes sont effectivement un potentiel pour la salle, comme sont celles qui auraient déserté la salle et seraient tentées d'y revenir après avoir passé la porte pour un opéra ou un ballet.

3. Cinéma et nourriture

Autre subversion au regard de l'image des salles Art et Essai, la tendance qui consiste à proposer des repas pendant la séance de cinéma. La restauration à la place est plutôt associée aux nouvelles expérimentations de cinémas « haut de gamme » qui sont d'ailleurs plutôt développées à l'étranger : le réseau Everyman Cinema au Royaume-Uni ou encore l'Astor Film Lounge à Berlin propose ce concept qui associe le confort exceptionnel des salles, avec des sièges souvent en cuir, munis de repose-pieds et de tablettes. Il est possible de commander un repas ou une boisson, servis directement à la place du spectateur. Le multiplexe EuropaCorp à Aéroville en est l'exemple français. Alors qu'un cinéma Art et Essai renvoie une image souvent austère, dans laquelle la nourriture – le popcorn ! – est proscrite, Le Balzac à Paris et l'Écran à Saint-Denis ont pourtant expérimenté la possibilité de manger dans la salle. Pour Boris Spire, il s'agissait d'un événement exceptionnel pour accompagner la projection de séries, nous en avons parlé : le

[217] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.192.

« plateau télé » au cinéma. Jean-Jacques Schpoliansky a, quant à lui, établi des partenariats avec des grands chefs (Pierre Gagnaire, Frédéric Simonin), pour accompagner la sortie de certains films très à propos, comme *Entre les Bras* (Paul Lacoste 2012), un documentaire sur les chef triplement étoilé Michel Bras.

4. Le film ne suffit pas ?

Ces exemples d'initiatives à l'œuvres dans des salles Art et Essai, couplé au sujet qui nous intéresse – le hors film – mènent à penser que l'œuvre cinématographique ne suffit plus à faire vivre une salle de cinéma. Ce constat s'applique à tout type de salle, multiplexes, salles moyennes, en périphérie, en centre-ville ou en milieu rural. François Aymé, exploitant mais aussi témoin des évolutions du secteur en tant que Président de l'AFCAE l'observe : « il y a beaucoup d'exploitants qui sont conscients que si on continue à exploiter de manière traditionnelle, si on se limite à ça on risque de perdre des spectateurs, tout simplement. Il y a une forme d'usure, de lassitude, de banalisation. C'est peut être un des termes qui est important : il ne faut pas que la séance se banalise. Il faut que la séance reste exceptionnelle. Si la séance se banalise, c'est le cinéma qui se banalise et la salle de cinéma qui se banalise. »[218]

L'événement est globalement la réponse apportée par les exploitants. Que cela soit avec le hors film ou les initiatives évoquées plus haut, ce sont les rendez-vous uniques, d'exception, qui évitent aux salles de se banaliser. Nous renvoyons à ce sujet au *Tour d'Europe des cinémas*, d'Agnès Salson et Mikael Arnal et à leur boîte à idées. Une partie consacrée à l'événementiel recense près de vingt-cinq initiatives de salles Art et Essai qui s'essayent à des événements, ponctuels donc, et innovants.

La notion d'événement renvoie à celle de rassemblement, comme l'explique François Aymé :

> « Si demain vous allez voir *Tout de suite maintenant* de Pascal Bonitzer, il y a de fortes chances pour que vous soyez une vingtaine de spectateurs dans une salle de 200 places. Du coup vous n'avez pas l'impression de sortie au sens de sortir pour voir un spectacle avec du monde. Cette impression là vous l'avez quand vous allez à un concert, au théâtre, au one man show d'un humoriste. Cette impression-là vous ne l'avez pas au cinéma. Sauf si vous allez voir la sortie nationale de

[218] Annexe n°4 : Entretien avec François Aymé, p.176.

> *StarWars* le samedi soir. […]. Par contre si vous créez des événements avec du hors film et que vous avez tout à coup 200 personnes pour voir un film Art et Essai qui n'est pas le nouveau Xavier Dolan c'est beaucoup plus valorisant et stimulant pour le spectateur. Il faut créer les conditions pour qu'il y ait – évidemment pas à toutes les séances, ça c'est impossible – ne serait-ce qu'une fois par semaine, et c'est déjà beaucoup, une séance bien remplie, où il y a une ambiance, où les gens sont contents de se retrouver. C'est la dimension sociale du cinéma. Le hors film peut apporter ça. Quand le film ne peut pas l'apporter lui-même il faut le chercher ailleurs, et ça c'est le hors film. »[219]

Paradoxalement, et pour certains tristement, la prise de conscience aujourd'hui révèle que le film de cinéma n'est plus assez rassembleur. C'est donc ailleurs que les exploitants puisent pour maintenir le rôle social du cinéma, quitte à piocher dans des propositions éloignées de leurs activités. Pour Thierry Fontaine, dont l'activité ne concerne plus le cinéma en tant que tel, « ce qui compte c'est le phénomène dingue autour de Florence Foresti : tous ces gens qui veulent communier. Le spectacle était complet, le cinéma avait donc une utilité et c'était formidable. Mylène Farmer ce sont 100 000 spectateurs un même soir, uniquement dans les salles de cinéma (en plus des spectateurs du concert). 100 000 personnes qui vibrent en même temps, alors qu'il s'agissait d'un concert en différé. »[220]. Véronique Boursier confirme que le film n'a plus cette capacité de rassemblement. Elle est souvent sollicitée pour faire un pas de côté par rapport au film : « De plus en plus on est amené à travailler sur des projets proches de l'événementiel. […] C'est lié au fait que de plus en plus les gens qui organisent des choses autour des films – j'utilise le mot "chose" intentionnellement, pour rester floue – se rendent compte qu'il faut qu'il y ait plus qu'un film. Il faut qu'il y ait une proposition supplémentaire »[221] Récemment, le CNC lui-même a commandé des animations à l'association dans le cadre d'une séance de cinéma en plein air pour la réouverture du parc zoologique de Vincennes. Si le plein air est en soit un *événement*, il a semblé au CNC que ce n'était pas suffisant pour attirer les familles.

Alors comment définir l'identité de la salle Art et Essai si la cinéphilie ne concentre plus son cœur de métier ? Philippe Arnera est de ceux que la polyvalence inquiète : pour lui, son métier c'est le cinéma et c'est une spécialité qui requiert des compétences

---

[219] Annexe n°4 : Entretien avec François Aymé, p.176.
[220] Annexe n°7 : Entretien avec Thierry Fontaine, p.212.
[221] Annexe n°6 : Entretien avec Véronique Boursier, p.200.

spécifiques et une réelle expertise. Mais Véronique Boursier craint que : « Si on se cantonne à parler aux cinéphiles, on parlera bientôt tout seul. »[222]

5. Image de la salle Art et Essai

Le fait de passer des contenus non cinématographiques – ou en tous cas n'ayant aucun lien avec le cinéma (opéra, concert, théâtre, sport, e-gaming) – dans une salle Art et Essai peut-il froisser les spectateurs qui viennent dans ce lieu justement pour la ligne éditoriale marquée par la défense d'un certain cinéma ? Au Pax, la séance de cinéma reste un moment sacré : « Nous sommes encore au bénéfice d'une très grande sacralisation de la salle de cinéma chez certains de nos spectateurs, la sortie au cinéma s'est certes banalisée parce qu'ils viennent régulièrement mais ils ne consommeraient pas le film autrement. »[223] Si ces spectateurs ne regardent pas de films ailleurs qu'au cinéma, sont-ils alors prêts à voir autre chose que des films dans leur salle ?

Il n'est pas simple de déterminer une image renvoyée par la salle Art et Essai, cependant, à l'écoute de Jean-Jacques Schpoliansky, de Philippe Arnera et de Boris Spire, on retient que son public « a tendance à avoir un certain âge, comme le constatent beaucoup de collègues des salles Art et Essai »[224]. Un âge qui inquiète une partie de la profession qui s'interroge sur les moyens de renouveler les publics. Autre élément sur la question de l'image, celui qui concerne le prétendu élitisme de ces salles :

> « Dans notre étude des publics, le fait qu'on soit vu comme un lieu pour l'élite, pas pour le commun des mortels avec tout en version originale, qui "sent un peu le sapin", "le film serbo-croate sous-titré", sont des remarques qui reviennent… Ce sont des clichés mais, comme tout cliché, ils correspondent aussi à une part de réalité, ou du moins à une part de réalité qui nous dépasse et qui correspond à quelque chose qu'on renvoie à notre insu. On le sait et ça donne beaucoup de grains à moudre pour notre avenir, notamment sur la ligne éditoriale et sur la programmation. Il faut évidemment se creuser la cervelle là-dessus. Dans une ville comme Saint-Denis ça me questionne beaucoup, parce qu'on fait partie des villes

[222] Annexe n°6 : Entretien avec Véronique Boursier, p.204
[223] Annexe n°9 : Entretien avec Philippe Arnera, p.235.
[224] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.181

> très populaires, avec un niveau social souvent très bas, et très jeune. Une jeunesse qui ne fréquente pas du tout le lieu, ou alors dans le cadre scolaire. »[225]

Renouveler les publics, c'est en grande partie s'adresser aux jeunes. Aujourd'hui la salle Art et Essai est face à plusieurs défi : celui de la concurrence des écrans – nous l'avons vu – et celle liée à l'image renvoyée par certaines salles de proximité. Le mémoire de Samuel Robin *Les cinémas d'Art et d'Essai et les 15-25 ans* donne beaucoup à réfléchir sur la façon dont ces salles sont perçues par les adolescents. D'une part, la cinéphilie des jeunes existe bel et bien mais elle se distingue très clairement de celle des spectateurs Art et Essai. D'autre part, le fait que la salle Art et Essai soit le lieu des sorties scolaires constituent, selon Samuel Robin, un réel handicap. Faut-il alors ouvrir la programmation au e-gaming, comme le propose Jean-Marie Dura : « À défaut ou en complément d'avoir la place ou la volonté de dédier un espace au public jeune, certaines salles pourraient programmer des compétitions de e-gaming pour attirer ou conserver le public jeune, si bien entendu leur identité s'y prête. »[226] Et c'est bien d'identité qu'il est question. Pour compléter sur le e-gaming, (dont nous parlerons plus précisément en troisième partie), il faut savoir que ces rendez-vous autour de tournoi de jeux vidéo ne se prêtent pas à toutes les salles. Véritable phénomène mondial (l'association France eSport, qui a l'ambition de se transformer en fédération, a rencontré le Ministère de l'économie afin de mettre en place un chantier juridique), les compétitions peuvent atteindre six heures, ce qui implique que leur retransmissions trouvent difficilement leur place dans les salles ayant peu d'écran. CGR Events en propose quelques fois et Pathé Live a cessé après quelques tentatives peu fructueuses et a recentré son activité sur des contenus « culturels ». Le e-gaming trouve aujourd'hui sa place dans de très grandes salles. La Paris Games Week, par exemple, a lieu au Parc des expositions de Paris à la Porte de Versailles.

Stéphane Goudet se sent prêt à tenter toutes sortes d'initiatives concourant à faire de la salle de cinéma un lieu de vie et de brassage. Et si des six exploitants rencontrés il est le plus audacieux quand il décide de montrer des matchs de football, il s'inquiète néanmoins des effets d'une trop grande polyvalence :

> « il y a un vrai piège, qui est dans cette histoire de proportion. J'ai envie de faire découvrir le cinéma, des formes variées de cinéma et d'inciter les gens à une

---

[225] Annexe n°5 : Entretien avec Boris Spire, p.191.
[226] DURA, Jean-Marie, *La salle de cinéma de demain*, Op. Cit., p. 7

exigence plus grande que de voir le commun des films qui sortent chaque semaine et dont on sait qu'ils ont peu d'intérêt parfois. Pour travailler cette exigence il y a deux mille manières. Mais si on noie le cinéma dans des contenus diversifiés et que du coup le cinéma n'est plus identifiable comme un lieu de diffusion de la fiction et du documentaire cinématographique, à un moment on perd ses repères ou son âme. Je peux imaginer que tous les mois aient lieu une conférence diffusée ou un événement de Vjing tous les quatre mois. Mais ça ne peut être que parsemé à l'intérieur d'une programmation dont le cœur est vraiment cinématographique. »[227]

Afin de se différencier et d'affirmer une identité vis-à-vis des multiplexes, les exploitants Art et Essai font des propositions en matière de hors film, à leur façon, comme nous l'avons vu au long de notre troisième partie. Plus généralement, la diversification des activités peut permettre d'affirmer une ligne éditoriale, sans pour autant trahir son identité : « Je pense clairement que ça amène un public différent et que tout ce qu'on pourra faire autour du hors film ou en proposant des choses très différentes, amènera des publics différents. Et par la même occasion une notoriété de la salle. […] Le but de tout ça c'est de faire rentrer les gens dans la salle de cinéma, de dire "là un cinéma existe" et aujourd'hui vous venez voir ça, peut-être que demain vous viendrez voir autre chose »[228]

III. Exemples de propositions innovantes

Notre étude est loin d'être exhaustive. Des initiatives particulièrement innovantes sont répertoriées sur le blog d'Agnès Salson et de Mikael Arnal *Le Tour d'Europe des cinémas* : séries sur grand écran, Digital stories, jeux vidéo, vidéo-clip sont quelques unes des idées de certains exploitants pour redynamiser leur activités. Dans la conclusion de son rapport sur la salle de demain, Jean-Marie Dura parle de version augmentée de la salle de cinéma, particulièrement en raison de l'univers digital qui s'impose de plus en plus autour de nous. Si le numérique est déjà complètement installé dans les cabines de projections, son influence n'a pas fini de modifier nos rapports aux images et les outils à notre disposition. Le hors film ne sera peut-être finalement plus une exception, et c'est peut-être même le film traditionnel qui deviendra marginal.

---

[227] Annexe n°10 ; Entretien avec Stéphane Goudet, p.244.
[228] Annexe n°8 : Entretien avec Clémence Renoux, p.229.

Cette dernière partie convoque quelques initiatives à l'étranger (mais aussi en France) comme autant d'inspirations ou de promesses pour les salles françaises. Elles témoignent d'un secteur en pleine mutation, et rendent la définition du hors film de plus en plus floue.

1. Le e-gaming

Nous l'avons brièvement abordé, le e-gaming (tournoi de jeux vidéo) ne trouve pas encore une position majeure dans les salles de cinéma en France, encore moins dans les salles Art et Essai. Jean-Marie Dura le place pourtant dans sa liste de douze recommandations menant à développer la salle du futur. À la lecture de son étude, il est clair que cette discipline trouve aujourd'hui son essor dans les multiplexes. Par exemple, depuis deux ans, la finale des championnats du monde du *jeu en ligne massivement multijoueur*[229], League of Legend, a été retransmise dans une trentaine de cinémas CGR, en direct depuis Berlin en 2015 et de Los Angeles en 2016. Cette année, décalage horaire oblige, la retransmission a débuté à une heure du matin, une contrainte tout à fait particulière pour une salle de cinéma (l'ouverture de nuit implique évidemment une organisation et des frais inédits). Ce phénomène n'est pourtant pas à sous-estimer : League of Legend réunit soixante-quinze millions de joueurs régulièrement, atteignant parfois en simultané près de huit millions d'entre eux. Le stade de Los Angeles a accueilli vingt mille spectateurs en 2013 et celui de Séoul en a réuni quarante mille en 2014. Quoi de plus logique alors que d'imaginer le potentiel tant en terme de marché que de rajeunissement du public ? Mais comment la salle Art et Essai peut-elle en tirer partie ? Mikael Arnal et Agnès Salson ont répertorié plusieurs initiatives à l'échelle des salles Art et Essai, comme celle du cinéma londonien Deptford. Surfant davantage sur une tendance *vintage*, l'équipe y organise parfois des nuits du jeu vidéo avec des tournois autour de titres emblématiques des années 1990 : Street Fighter ou encore Mario Kart. Le fait que ces événements aient lieu la nuit marque l'intention de ne pas empiéter sur l'activité cinéma tout en jouant sur le caractère festif du concours et garantit une certaine ambiance. Ici, la salle de cinéma est optimisée au maximum : son écran, son projecteur, ses espaces et ses horaires sont utilisés dans toute leur amplitude. Autre exemple sensiblement du même ordre pour fédérer des spectateurs mais surtout pour optimiser son équipement et assurer des recettes : la location

[229] Massively multiplayer online game, soit MMOG.

de salle à destination de joueurs. Le cinéma suisse Cinemont (quatre salles) dans la commune de Delémont propose une programmation généraliste qui offre la part belle aux films Art et Essai porteurs (*Moi, Daniel Blake* de Ken Loach, *Le Client* d'Asghar Farhadi) et qui accueille également des festivals permettant de découvrir des cinématographies plus confidentielles (le Festival du Sud et le Festival du film fantastique). En parallèle, les spectateurs ont la possibilité de louer une salle pour jouer à des jeux vidéos entre amis (quatre personnes maximum) et de profiter de l'équipement Haute Définition du cinéma : « Venez tenter l'expérience du grand écran avec vos jeux préférés! Des sensations incroyables, multipliées à l'infini par la qualité de l'image et du son que seul un cinéma peut vous offrir. »[230]. Les horaires proposés sont clairement les heures creuses d'un établissement cinématographique : vendredi et samedi de 23h à 2h du matin ; samedi et dimanche de 8h à 13h. Cette proposition se distingue d'un travail de programmation et de réflexion sur les « autres territoires de l'image animée »[231], et s'intègre dans la ligne « location » d'un budget d'un établissement. Il faut toutefois noter que l'équipe a décidé d'axer cette possibilité de location exclusivement sur l'activité du jeu vidéo. Le cinéma en fait la publicité sur son site internet ce qui implique que ces créneaux ne sont donc pas réservés aux comités d'entreprises ou aux professionnels, comme c'est souvent le cas dans les privatisations. Il s'adresse à un type de public spécifique : les jeunes *gamers*, qui ont la possibilité de choisir des forfaits de location incluant des pizzas et des bières.

En France, quelques salles Art et Essai s'intéressent peu à peu au jeu vidéo en tant que contribution à une réflexion plus globale sur nos rapports aux images. Elles choisissent souvent des titres porteurs (match de football du jeu FIFA au Lux de Cadillac) mais essaient d'intégrer ces pratiques dans des événements cohérents. Par exemple, le cinéma le Festival à Bègles a la particularité d'être entièrement tourné vers l'animation et les effets spéciaux. Il n'apparait donc pas hors sujet de le voir proposer une course de Mario Kart, figure de proue de la marque Nintendo. Le cinéma d'animation et le jeu vidéo ont évidemment des liens forts, que cela soit dans leurs esthétiques, leurs thématiques et le public qu'ils se partagent. Autre exemple, celui du cinéma Le Café des Images à Hérouville-Saint-Clair dont la politique en matière d'éducation à l'image et les innovations sont particulièrement remarquables : cours d'histoire de l'art ; revue en ligne avec des critiques et des réflexions sur la cinéphilie ou l'actualité du secteur de l'exploitation ; coordination des dispositifs d'éducation à l'image etc. C'est dans cet esprit

---

[230] https://www.cinemont.ch/fr/delemont/vos-evenements/jeux-video.html
[231] ARNAL Mikael, SALSON Agnès, in *Tour d'Europe des cinémas*, Source : http://tourdescinemas.com

de recherche sur les questions de représentation que le cinéma propose un cycle mensuel sur les jeux vidéo : « sa familiarité avec les arts de la représentation, du cinéma, du récit et sa richesse méritent qu'un public se réunisse pour en savourer le spectacle, y jouer, en discuter, y réfléchir. »[232]

Le jeu vidéo étant exclu du calcul des droits via la TSA, il ne paraît guère crédible d'imaginer que des cinémas ayant peu de salles envisagent d'organiser des séances de tournoi – séances en l'occurrence très longues – à la place des créneaux réservés aux films. Il est donc peu probable que les salles Art et Essai prennent le pas sur les multiplexes asiatiques ou anglais qui ont la capacité d'accueillir un très grand nombre de spectateurs de e-gaming. Mais ces établissements pourraient sans complexe inclure dans leur programmation des événements ponctuels autour du jeux vidéo (conférence, thématiques) afin de s'ouvrir à une culture de l'image qui touchent 52,1% des foyers français[233].

2. Youtube sur grand écran

Upload Cinema est une société néerlandaise qui irrigue plusieurs pays avec son concept : l'organisation de séances de contenus vidéos conçus et diffusé sur internet, dans les salles de cinéma. Originellement proposées dans le cinéma Art et Essai de Uitkijk à Amsterdam depuis 2008, ces séances ont aujourd'hui lieu dans plusieurs villes aux Pays-Bas (Breda, Utrecht, Rotterdam) et dépasse les frontières : Madrid et Istanbul. Tous les deux mois un programme d'une heure trente de vidéos est constitué par l'équipe de programmateurs. Une thématique est annoncée quelques semaines avant, et le public – des internautes – envoie des propositions : vidéos trouvées sur internet, créations, archives, images amateures ou professionnelles, il n'existe pas de limite pour constituer ce programme. Le système collaboratif est renforcé par le principe de communauté puisque le public est encouragé à s'inscrire en tant que membre : cela permet d'obtenir avant tout le monde les billets pour l'événement, de recevoir la newsletter et de devenir membre du jury pour la présélection des contenus. Cet exemple est particulièrement intéressant pour démontrer l'importance de la prescription et du rassemblement autour d'un évènement. Les vidéos inondent la toile et sont accessibles à chaque instant pour toute personne possédant un ordinateur, une tablette ou un Smartphone. Mais il existe toujours un public pour qui le

[232] http://cafedesimages.fr/evenements/soiree-jeu-video-gta-v/
[233] « Bilan 2015 du CNC n°334 – mai 2016 », Op. cit., p. 10

rendez-vous à heure fixe et en compagnie d'autres spectateurs a un sens. Il n'est d'ailleurs pas anodin de noter que ces séances ont bel et bien lieu dans des cinémas, espaces apparemment encore privilégiés pour regarder des images en mouvement.

3. Une distribution indépendante

Aerofilms est une société de distribution de films indépendants tchèque. Avant cela, cette structure exploitait l'Aero, un mono-écran indépendant à Prague (premier membre du réseau Europa Cinéma). Depuis quelques années, Aerofilms a inclus les contenus alternatifs dans sa mission de distribution. Dans son catalogue se trouvent les contenus aujourd'hui classiques que sont l'opéra (Aerofilms distribue le Met) et le ballet mais aussi des propositions musicales que l'ont pourraient associer à l'identité de certaines salles Art et Essai, avec des artistes au style personnel mais néanmoins porteur : Elvis Costello, Arcade Fire, Björk, ou encore The Chemical Brothers. Aerofilms propose également des conférences TED[234] mais aussi des pièces de théâtres, des expositions filmées ou des événements plus populaires comme le e-gaming. Ce distributeur touchent des salles en dehors de la République Tchèque, comme la Slovaquie, la Pologne, la Slovénie, la Hongrie et la Roumanie. En plus des salles de cinéma, Aerofilms peut fournir des contenus à des théâtres, des espaces culturels et même des salles de concert, en s'assurant que l'équipement numérique est à la hauteur. Il ne semble pas exister d'équivalent en France actuellement. Nous avons vu qu'une salle Art et Essai peut avoir accès assez facilement aux contenus hors film via les distributeurs évoqués en début de ce mémoire, mais force est de constater que le marché appartient aujourd'hui à deux grands groupes et qu'une plus large diversité de contenus n'est pas encore disponibles, surtout en matière de musiques actuelles.

[234] Technology, Entertainment and Design : série internationale de conférences organisées par la fondation à but non lucratif The Sapling foundation dont le slogan est « Des idées qui valent la peine d'être diffusées ».

4. Les contenus interactifs

Cela fait déjà quelques années que les contenus interactifs existent sur internet. Depuis son ordinateur ou sa tablette, il est possible de naviguer à l'intérieur d'un film ou d'un webdocumentaire dans l'ordre que l'on souhaite, en suivant un protagoniste plutôt qu'un autre. Les clips musicaux en 360°, comme celui des Naive New Beaters pour leur titre *Heal Tomorrow* donnent la possibilité à l'internaute de choisir où il veut regarder : vers la droite ou la gauche, en haut ou en bas et de sélectionner les parties de l'image qui l'intéresse, en délaissant les autres. Le projet français Digital Stories, développé par l'association les Rencontres Audiovisuelles de Lille, cherche à « montrer ces contenus interactifs en salle de cinéma, avec la possibilité pour tous d'interagir »[235]. Chaque spectateur est muni d'un pointeur laser et se trouve assis, face à l'écran, dans une configuration classique de cinéma. Cet outil, qui peut s'apparenter à une souris d'ordinateur, permet au public de faire des choix face à un contenu filmé :

> « Plusieurs modalités d'interaction sont possibles, par exemple :
>
> - arrêt à l'instant T, avec choix possible entre plusieurs "suites" ; la suite choisie est celle recueillant le plus de pointeurs
> - zone à viser, unique pour l'ensemble de la salle, ou en plusieurs zones, appelant une collaboration du public
> - forme à reproduire collectivement ou individuellement, zone à colorier par les pointeurs devenus crayons virtuels, etc.
>
> Une caméra infrarouge capte la position des pointeurs sur l'image, un logiciel de tracking envoie l'information de ces positions à un logiciel de lecture de l'œuvre qui, en fonction de la méthode de choix, déclenche une des suites possibles. »[236]

Les spectateurs peuvent donc collectivement prendre en main la narration d'un film de fiction ou documentaire, mais aussi prendre part à un jeu vidéo ou interagir avec une œuvre de mapping vidéo. Si cette initiative reste un projet en développement, dont la prochaine étape est la production de contenus, elle peut trouver sa place dans des salles Art et Essai innovantes dont la mission est de faire découvrir des œuvres singulières. En

[235] http://www.digital-stories.fr/fr/
[236] http://www.digital-stories.fr/fr/la-technologie-developee.html

programmant ce genre d'événement, un exploitant peut clairement axer sa communication sur la dimension collective de l'œuvre, qui n'a pas d'intérêt si elle n'est pas appréhendée à plusieurs. D'autre part, il place son public en position active. Cette technologie, qui se trouve à la frontière entre cinéma, art vidéo et performance, témoigne d'un secteur en mouvement. Il démontre par ailleurs la nécessité de continuer à rassembler des spectateurs dans un même espace, autour d'une même œuvre.

5. Des expériences au-delà de l'écran

Les animations n'impliquant ni l'écran de cinéma ni le projecteur ne sont absolument pas nouvelles pour les salles Art et Essai : goûter après un film, concert avant, atelier manuel pour les enfants, conférences (nous avons évoqué les Universités populaires), lectures de contes, sont autant d'initiatives récurrentes pour ces salles qui sont déjà bel et bien polyvalentes. Parce qu'elles ont lieu dans des cinémas, ou parce qu'elles le pourraient, nous avons décidé de pointer quelques initiatives assez radicales. Peut-on les classer dans la catégorie *hors film* ? Rien n'est moins sûr. Dans la catégorie *hors secteur cinématographique* ? L'affirmation ne serait pas plus juste. Elles ont, en tous les cas, l'intérêt de témoigner d'un renouveau en terme de traitement des images animées.

Faisant appel à la vue mais excluant l'écran et le projecteur, la réalité virtuelle apparaît comme une pratique par définition solitaire, puisqu'elle fonctionne avec un casque individuel. Pourtant, le cinéma Wolf dans le quartier de Neukölln à Berlin organise parfois des séances de réalité virtuelle dans l'une de ses salles. Encore plus affirmé, The Virtual Reality Cinema a ouvert au printemps 2016 à Amsterdam. Cet établissement est exclusivement tourné vers cette pratique avec une programmation déclinée en quatre thématiques qui ne sont d'ailleurs pas apparentés à de la fiction : *Scary* (effrayant) pour des contenus réservés aux plus de seize ans ; *Documentaires* pour découvrir en totale immersion une autre culture ou des œuvres d'art par exemple ; des programmes pour le jeune public avec des univers féériques et doux; *Journey* (voyage) qui proposent des contenus liés à l'aventure et à la nature. Comme un clin d'œil au hors film traditionnel, un programme autour d'un ballet, *Night Fall*, a même été spécialement produit et réalisé pour cette salle en partenariat avec le Dutch National Ballet et le chorégraphe Peter Leung qui s'est inspiré du *Lac des cygnes* et de *La Bayadère* (tous deux de Rudolf Noureev et au répertoire de l'Opéra de Paris). En France, une expérience similaire a vu le jour en mai

dernier avec le PickupVRcinema (qui deviendra en janvier 2017 le Diversion cinéma). Plusieurs thématiques sont également disponibles (Frissons, Ouverture et French Touch) pour des programmes de quarante minutes. Seize sièges, et donc seize casques, sont installés et permettent au public de découvrir (pour quinze euros chacun) un de ces programmes. Parmi eux, le film *I Philip*, tournée en 360° et en 3D, programmé au festival de Cannes 2016 dans le cadre du programme Next[237].

Pour l'instant, ce ne sont donc pas des cinémas qui expérimentent ce nouveau marché. La question fondamentale posée par cette technologie – au-delà de son efficacité ou de sa qualité – est celle du collectif. Quel intérêt y aurait-il à investir dans des équipements très couteux (entre 1 000 et 3 000 euros par casque) et qui demandent un entretien excessif (« nettoyage des lentilles de l'appareil avant chaque séance, lavage hebdomadaire des mousses en contact avec le visage »[238]), alors que l'avenir de ce marché semble axé sur l'usage domestique ? Dans un article du Monde, les co-fondateurs de cette salle française, Brice Rocton, Hadrien Lanvin et Camille Lopato, affirment croire en la dimension collective de la réalité virtuelle : « il s'agit bel et bien d'une "expérience collective". "C'est comme avec le cinéma traditionnel : regarder *Interstellar* seul chez soi ou au ciné avec des amis, ce n'est pas la même chose. On se rend compte que ça déclenche un énorme besoin de communiquer après le film. Et même pendant, il arrive que les gens se tiennent la main." ». Et si pour l'instant ce genre d'initiatives n'entre pas dans les activités d'un cinéma, le secteur regarde de très près ce type d'innovation : « une jeune pousse d'origine française, VRrOOm, a annoncé, le 25 août dernier à Beijing, dans le cadre du plus grand salon d'équipement audiovisuel d'Asie, le lancement du "premier réseau mondial de cinémas en réalité virtuelle" »[239]. Des salles de ce modèle devraient ouvrir en France en novembre 2016, en partenariat avec le réseau de salles CinéMovida. L'objectif est de démocratiser l'accès à la réalité virtuelle, encore trop onéreuse pour les particuliers : « Les cinémas peuvent apporter une solution rentable à la majorité des gens pour qu'ils puissent tester le meilleur de la VR dans un environnement privilégié »[240], annonce Louis Cacciuttolo, fondateur de VRrOOm, anciennement dirigeant de THX. Ces casques pourraient-ils avoir leur place dans une salle Art et Essai ? Si l'on met de côté

---

[237] Plateforme des entrepreneurs innovants du Marché du Film.
[238] TUAL, Morgane, « On a testé… la salle de cinéma en réalité virtuelle », in *Le Monde*, Source : http://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/05/19/on-a-teste-la-salle-de-cinema-en-realite-virtuelle_4922687_4408996.html, 19 mai 2016.
[239] DURA, Jean-Marie, *La salle de cinéma de demain*,Op. cit., p.46.
[240] http://www.vrroom.buzz/fr/actu-vr/business/vrroom-lance-son-reseau-de-cinemas-vr

l'investissement financier nécessaire et qui n'est pas forcément en adéquation avec le modèle économique d'une petite salle, force est de constater que l'art vidéo et le cinéma expérimental pourraient s'insérer dans un projet Art et Essai avec les casques de réalité virtuelle. Les salles Art et Essai pourraient également faire appel à leur expertise en éducation à l'image pour accompagner les publics dans l'approche de ces nouveaux supports de diffusion mais aussi pour aborder ces nouveaux contenus qui ne relèvent pas forcément la fiction ou du documentaire au sens strict.
Enfin, sans même faire appel à l'image et de façon beaucoup plus artisanale, notons qu'en Belgique, en Suisse et au Danemark, des salles programment des événements exclusivement tournés vers l'audition. Les spectateurs se réunissent pour écouter des reportages radiophoniques (au cinéma Gloria à Copenhague), de nouveaux albums prêts à sortir (au Bellevaux à Lausanne) ou des créations sonores (au Nova à Bruxelles).

Depuis le début des années 2000 s'est amorcée une véritable révolution dans le domaine très large de l'accès aux informations, et donc de l'accès aux images. Les salles de cinéma n'échappent pas à ces bouleversements : puisque les images sont partout, les établissements cinématographiques ont-ils la légitimité à en être le temple ? Le hors film n'est qu'une petite partie du morceau émergé de l'iceberg que représente le numérique dans notre quotidien. Il est l'une des menaces qui pèse sur les salles, autant qu'il en est l'une des solutions. S'ils s'appuient sur le rapport de Jean-Marie Dura, les exploitants y verront par anticipation la version augmentée de la salle de cinéma. Deux voies semblent s'ouvrir à eux : soit accepter que l'établissement cinématographique devienne polyvalent, un espace de loisirs et de culture où se rencontreront une grande diversité de public pour une grande diversité de contenus. Soit se démarquer avec une identité très forte en se spécialisant un maximum. À l'instar des petits commerces alimentaires de proximité qui se ne commercialisent qu'un type de produit ou de production (le café, le circuit court, la bière artisanale), les exploitants qui revendiquent une expertise pourront peut-être attirer le public effrayé par la vastité et en recherche d'une spécialité et d'une ligne éditoriale claire.
Que les exploitants de salles Art et Essai se rassurent, il semble que l'appétit culturel existe toujours.

CONCLUSION

L'ambition d'utiliser la salle de cinéma comme réceptacle à toute sorte de contenus a un siècle. Avant même l'invention du cinéma, les ingénieurs et inventeurs cherchaient à enregistrer le réel et à le retransmettre, en direct ou différé, vers une multitude de lieux auprès d'une multitude d'auditeurs. L'avancée technique en matière de retransmission dans les salles de cinéma trouve principalement son origine dans des enjeux économiques avec l'objectif, dès le début du XXème siècle, de toucher un maximum de public tout en réduisant les coûts. La dématérialisation est également un enjeu fort dès les années 1930. Nous retiendrons particulièrement la *Theater TV* de cette période et les espoirs des studios hollywoodiens qui voyaient en la retransmission en direct « un moyen de réduire les frais d'édition par la suppression des copies d'exploitation de leurs films, de diversifier les activités de leurs circuits et enfin d'augmenter le prix des places ».[241] Si le cinéma a été menacé par la télévision dans la deuxième partie du XXème siècle, le vœu consistant à les réunir en une télévision géante a été formulé par certains acteurs de l'exploitation et se trouve presqu'exaucé avec l'usage du hors film aujourd'hui.

Le terrain a été rendu favorable par deux circonstances principales : la première est l'équipement numérique des salles. Si le secteur de la production avait déjà enclenché le processus, il a fallu attendre le début du XXIème siècle pour que la qualité de projection soit au niveau du 35 mm et rende acceptable le passage des salles de cinéma à la projection numérique. Les objectifs formulés dans les années 1930 ont alors été rendus possibles : un point d'émanation du contenu / suppression de la pellicule (dont la manipulation engageait trop de frais) / possibilité de diffuser toute sorte de contenus / augmentation du tarif des places. La seconde raison concerne la disposition du public à accepter ce genre de propositions. La généralisation de la diffusion de contenus hors film intervient en même temps que les usages des spectateurs se modifient : accès à tout type de contenus, sur de multiples supports. La salle de cinéma se trouve désacralisée, les définitions sont brouillées entre tous les formats audiovisuels disponibles. En réaction, des salles de cinéma acceptent d'ouvrir leur champ d'intervention et axent une partie de leur travail sur l'événement, la rareté, et sur la valeur conviviale du rassemblement dans un lieu à un horaire précis.

---

[241] CRETON Laurent, KITSOPANIDOU Kira, *Les salles de cinéma : enjeux, défis et perspectives*, Op. cit., p. 153.

Bien que des tentatives aient lieu des années 1950 aux années 2000, c'est à partir de 2006 que le marché du hors film s'organise. De nouveaux secteurs d'activité sont créés alors qu'intervient au même moment la crise de l'industrie du disque, menacée par le numérique. Les institutions culturelles, le Metropolitan Opera en premier lieu, voient dans la diffusion de leurs événements une opportunité de rajeunissement de leur image, un renouvellement de leur public et une manne financière. En France, deux circuits d'exploitants créent leur filiale de distribution de contenus hors film : Pathé Live (2008, sous le nom de CielÉcran) et CGR Events (2010, sous le nom de Côté Diffusion). UGC s'associe à FRA Cinéma pour commercialiser sa propre saison d'opéra. Ce sont justement les opéras et les ballets qui sont alors le plus diffusés dans les salles des circuits. D'autres contenus sont testés : retransmissions sportives chez CGR Events, quelques émissions de télévision, concerts de rock, spectacles d'humoristes. Que cela soit du côté des structures culturelles ou des cinémas, l'objectif affirmé est la circulation des publics et la démocratisation culturelle. La recherche d'un nouveau marché financier – pourtant évidente – n'est pas évoqué tel quel. Depuis 2008 et les premières retransmissions du Met en France, le marché a connu une croissance remarquable, passant de 62 000 spectateurs en 2008 à 808 000 en 2015. Pourtant, au regard de l'activité cinéma, ce chiffre témoigne d'une pénétration marginale : pour 2015 ce sont 0,1% des séances, 0,4% des entrées mais 1% des recettes, dû au tarif plus élevé du ticket. Aucune certitude quant au public touché, mais les éléments rassemblés semblent indiquer qu'il s'agit pour l'opéra principalement de séniors, déjà habitués aux œuvres lyriques et que le brassage des publics soit minime. À ce sujet, les modes de communication et d'accueil du public dans les salles des circuits se calquent sur les méthodes des grandes institutions culturelles.

Les salles Art et Essai étudiées qui se sont engagées dans le hors film n'ont le choix de s'associer qu'à trois distributeurs français, dont deux émanent des circuits, et une société américaine. Elles suivent plus ou moins la tendance en choisissant principalement des opéras, dont le public est également plutôt âgé et de catégorie socioprofessionnelle supérieure. Ces salles considèrent néanmoins que leur pratique du hors film se joue à un autre niveau : agissant en véritables « maisons de la culture », souvent dans un principe de mission de service public, elles utilisent les potentialités du numérique pour proposer à leur public toutes sortes de contenus à caractère artistique et culturel : avant séances, entretiens à distance avec des réalisateurs, films d'amateurs ou expérimentaux, séries, ou encore support à des conférences. Aucune de ces initiatives ne sont véritablement rémunératrices ni n'ouvrent de droits pour leurs comptes de soutien.

Pourtant, les sociétés de distributions de contenus alternatifs que sont Pathé Live et CGR Events voient en les salles indépendantes et/ou Art et Essai un marché particulièrement intéressant. S'il a été difficile de déterminer le pourcentage des salles Art et Essai étant actuellement en partenariat avec ces distributeurs, nous savons que l'objectif de Pathé Live est d'atteindre quatre cent salles indépendantes avec son projet de retransmission de la Comédie-Française et CGR Events travaillerait avec au moins trois cent salles hors de son circuit. Les conditions du partenariat sont très simples, à l'image du fonctionnement de la distribution cinématographique (numéro de visa, partage de recettes). Quelques contraintes existent, comme celle – inédite – de l'encadrement du prix du ticket, ou bien celle de la prise en compte des zones du territoire déjà pourvues, la diffusion de contenus hors film n'ayant pas pour vocation à être diluée au milieu de trop de propositions.

Les salles Art et Essai peuvent voir en la diffusion de ces contenus une forme de levier économique du fait du prix du ticket, valant globalement le double de celui du cinéma et par la possibilité de générer des recettes annexes acceptables. Avec le caractère premium de ces séances, la vente de vin ou de champagne peut s'avérer rémunératrice. Le coût de l'équipement numérique – et plus certainement de sa maintenance – peut justifier l'introduction de ces séances dans une ligne éditoriale habituellement dédiée aux films d'auteur.

Un domaine d'expertise des salles Art et Essai est de plus en plus scruté par les distributeurs de contenus hors film : celui concernant le jeune public et plus précisément le public scolaire et les tout petits. Pathé Live se lance dans une stratégie assez agressive avec l'organisation de séances scolaires de la Comédie-Française et le programme *Pathé Live Kids*. En effet, le distributeur a repéré la manne financière que ces séances peuvent représenter, en même temps qu'une demande des enseignants semble effectivement exister.

L'usage du hors film avait créé des crispations, notamment de la part des distributeurs, début 2010. Depuis la parution d'un décret limitant les types de contenus pouvant générer la TSA et parce que le marché est demeuré assez confidentiel, la situation est clairement apaisée. Reste pourtant la question de la cohabitation de ces contenus dans les salles ayant peu d'écrans et pratiquant la multiprogrammation. Les exploitants rencontrés doivent certes parlementer régulièrement avec les distributeurs de cinéma pour justifier l'usage de multiprogrammation pour les films mais le peu de séance qu'ils consacrent au hors film les protège de toute tension supplémentaire.

L'argument le plus mentionné par tous les acteurs du secteur pour justifier l'organisation de séances hors film est la démocratisation culturelle. Néanmoins, le prix des places multiplié par deux, le fait que le territoire français soit bien pourvu en théâtres et structures culturelles et le manque de diversité des contenus proposés nous permettent de douter de l'authenticité de cet objectif. Nous reconnaissons que ces initiatives s'inscrivent dans un travail bien plus large des salles Art et Essai qui est celui de l'animation, de l'ouverture culturelle et de la recherche de public. Les exploitants de ces salles sont au fait des enjeux du secteur, et notamment de celui du vieillissement du public. Force est de constater que l'organisation de séance hors film n'est qu'une des multiples initiatives innovantes pour redynamiser la salle de cinéma.

La volonté de ces exploitants d'ouvrir le champ des possibles s'exprime en effet par le biais d'une quantité d'actions, faisant de leurs salles des festivals permanents : comités de programmation, Universités populaires, restauration à la place ne sont que quelques unes des idées, qui ne convoquent pas forcément le film, pour attirer et fidéliser les spectateurs. Le film de cinéma ne semble plus suffisant pour faire vivre une salle indépendante, qui plus est Art et Essai, et les exploitants ont décidé de mettre en valeur le principe de l'événement.

L'équilibre pour maintenir une identité Art et Essai n'est pas des plus simple à trouver. Si le but est de faire entrer les spectateurs dans la salle, coûte que coûte, les exploitants sont conscients qu'ils doivent maintenir leur domaine d'expertise – la défense d'une diversité de cinématographies – en tant qu'axe majeur de leur salle. Cela ne les empêche pas de s'autoriser quelques échappées, vers la musique, le multimédia et même le sport.

Puisque les cinémas peuvent désormais très simplement accueillir toutes sortes de contenus, les salles Art et Essai se doivent de continuer à innover tout en garantissant au public qu'elles sont les meilleures prescriptrices en matières de qualité cinématographique. L'incursion des nouvelles technologies comme le e-gaming, la vidéo sous toutes ses formes, les œuvres interactives, ou la réalité virtuelle peuvent y trouver une place, à condition peut-être de ne pas tomber dans l'uniformisation. Pour l'instant, le marché est encore ouvert, une place est donc à prendre pour des acteurs indépendants.

Le travail de recherche, les rencontres effectuées et les réflexions qui ont été nécessaires à l'élaboration de ce mémoire ont suscité autant de satisfactions que de frustrations. Dans l'idéal, ce mémoire serait le début d'une recherche se poursuivant à

l'étranger. En effet, il aurait été particulièrement stimulant de pouvoir observer le marché anglais, américain mais aussi asiatique. Cela aurait probablement permis de tirer des conclusions sur le long terme et d'être davantage en mesure de prévoir l'évolution du secteur. L'absence de chiffres plus précis et d'études plus poussées nous a fait défaut. Nous aurions adoré établir une cartographie du hors film, permettant de déterminer quelles zones géographiques sont concernées, où sont les carences et quelles sont les sociologies de public touchés, et celles qui ne le sont pas.

La conception de ce mémoire permet néanmoins une certaine prise de recul vis-à-vis de ce secteur. Dans une activité professionnelle, il est rare de pouvoir s'arrêter pour se concentrer sur une question de fond. Il nous semble que ce mémoire revêt cet usage : réfléchir à nos pratiques, alors que nous agissons souvent en fonction d'une opportunité ou parce que notre voisin le fait.

À la question « si vous dirigiez une salle de cinéma Art et Essai, feriez-vous des séances hors film ? », nous ne pourrions pas répondre dans l'immédiat, tant il nous semble que la décision doit être fonction de nombreux paramètres : où se situe la salle ? Quelle est sa concurrence ? Quels sont les équipements culturels aux alentours ? Quel public souhaite-t-on toucher ? Quel est le modèle économique de la salle ?

À la question d'ordre moral « un cinéma ne doit-il passer que des films ? », nous répondons : non, ce n'est plus possible aujourd'hui.

Mais le jour où tous les cinémas de France seront tellement polyvalents que le film de cinéma y sera minoritaire, alors il redeviendra innovant d'ouvrir une salle destinée uniquement aux œuvres cinématographiques.

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES

BARROT Olivier, BOULDOUYRE Alain, Voyages au pays des salles obscures, Editions Hoëbeke, Paris, 2006, 127 p.

BESSE Alain, Salles de projection, salles de cinéma, Dunod, 2007, 262 p.

BONVOISON Smara, FOREST Claude, VALMARY Hélène, Figures des salles obscures – Des exploitants racontent leur siècle de cinéma, Nouveau Monde éditions, 2015, 488 p.

CLADEL Gérard, FEIGELSON Kristian, GÉVAUDAN Jean-Michel, LANDAIS Christian, SAUVAGET Daniel, (sous la direction de), Le cinéma dans la cité, Editions du Félin, Paris, 2001, 236 p.

CRETON Laurent, KITSOPANIDOU Kira, Les salles de cinéma : enjeux, défis et perspectives, Armand Colin/recherches, Paris, 2013, 224 p.

FOREST Claude, L'industrie du cinéma en France. De la pellicule aux Pixels, La documentation française, 2013, 181 p.

ARTICLES

ALLARD Laurence, « Cinéphiles, à vos claviers ! Réception, public et cinéma », in *Réseaux*, année 2000, volume 18, numéro 99, p.131-168

BEGHIN Cyril, « En direct et en relief », in *Cahiers du Cinéma* n°658, juillet-août 2010, p.51 à 54

BEGHIN Cyril « Hors-film *vs* art et essai ? – Entretien avec Jean-Michel Gévaudan, délégué général de l'ADRC », in *Cahiers du Cinéma* n°658, juillet-août 2010, p.53

DACBERT Sophie, « LA 3D fait bouger les lignes », in *Le Film Français* n° 3362 du 26 mars 2010, p. 4

DACBERT Sophie, « Pour ou contre le hors-film en salle ? », in *Le Film Français* n°3373 du 4 juin 2010, p. 6

BERTRAND, Kévin, « Les salles à l'heure du Ballon rond », in *Le Film Français* n°3594 du 4 juillet 2014, p.5

BERTRAND, Kévin, « L'avenir de la salle Recherche à l'étude », in *Le Film Français* n°3646 du 19 juin 2015

BERTRAND, Kévin, « Hors-film – La Comédie-Française à l'écran avec Pathé Live », in *Le Film Français* n°3715 du 30 septembre 2016, p. 12

BERTRAND, Kévin, DEVARIEUX, Sylvain « Après-VPF, Art et Essai et chronologie agitent la filière », in *Le Film Français* n°3715 du 30 septembre 2016, p. 9

BOBEAU Anthony, « La guerre du hors-film aura-t-elle lieu ? », in *Le Film Français* n°3373 du 4 juin 2010, p. 9

FABRE Clarisse, « Football, tennis, opéra, concert de rock… Les salles de cinéma s'ouvrent de plus en plus à des événements », in *Le Monde* du 9 juin 2010

MARCEL, Julien, « Vu des USA – La transition numérique des cinémas en 2015 », in *Côté Cinéma* n°260 du 21 janvier 2015, p.19

PELINARD-LAMBERT François-Pier, « Bigard fait le pari de la captation live », in *Le Film Français* n°3581 du 11 avril 2014, p.8

« Ordre du jour adopté à la clôture du IIIe congrès international de la technique cinématographique *Cinéma et télévision* », in *Le Film Français* n°427 du 17 octobre 1952, p. 6

« Vers une entente cinéma-télévision ? », in *Le Film Français* n°427 du 17 octobre 1952, p. 17 à 20

« Le développement des contenus alternatifs », in *Côté Cinéma* n°242 du 30 avril 2014, p.19 à 21

« Sondage express », in *Côté Cinéma* n°243 du 14 mai 2014, p.34

« A Night in the Opera », in *Côté Cinéma* n°244 du 28 mai 2014, p.4

« 3 cinémas connectés – Séances en simultané », in *Côté Cinéma* n°247 du 9 juillet 2014, p.16

« Sans tambour… Gad Elmaleh en direct du CGR Le Français de Bordeaux », in *Côté Cinéma* n°252 du 1er octobre 2014, p.16

« Le numérique – Rappel du sondage express », in *Côté Cinéma* n°252 du 1er octobre 2014, p.33

« Rencontre avec Frédérique Bredin, présidente du CNC », in *Côté Cinéma* n°277 du 28 septembre 2015, p.10

« Le eSport chez CGR », in *Côté Cinéma* n°279 du 26 octobre 2015, p.21

« "Hors film", peut-on "tout" passer ? », in *Côté Cinéma* n°290 du 28 mars 2016, p. 8 à 12

« CGR EVENTS », in Côté Cinéma hors série du 26 septembre 2016, p. 10

« Salles – circuits et indépendants », in *Guide de l'exploitation 2016-2017*, supplément du *Film français* n°3690 du 15 avril 2016, p.65 à 104

ARTICLES DE PRESSE NUMÉRIQUE

ANKRI, Fanny, « Quand l'Opéra se joue au cinéma », in ina global, Source : http://www.inaglobal.fr/cinema/article/quand-lopera-se-joue-au-cinema, 2 mars 2011

AUGROS, Joël, « Tribulations numériques du Cinéma et de l'Audiovisuel à l'amorce du 21e siècle - La ruée vers l'or. Nouveaux écrans, nouvelles recettes ? », in *Mise au point*, Cahiers de l'Association française des enseignants chercheurs en cinéma et audiovisuel, N°4, Source : https://map.revues.org/634, mai 2012

BANEL, Philippe, « So Royal ! Interview d'Isabelle Fauchet, responsable du cinéma au Royal Opera House », Source : http://www.tutti-magazine.fr/news/page/Interview-Isabelle-Fauchet-Cinema-Royal-Opera-House-fr/, 30 septembre 2012

BERTRAND, Kévin, « Congrès FNCF 2016 - Pathé Live mise sur la Comédie-Française »,Source :http://www.lefilmfrancais.com/index.php?option=com_papyrus&view=article&id=129458&catid=133, 29 septembre 2016

BELL, Anne-Laure, « Le hors film en salle ne pénalisera pas les exploitants », in *Le Film Français*, Source : http://www.lefilmfrancais.com/cinema/104522/le-hors-film-en-salle-ne-penalisera-pas-les-exploitants, 20 janvier 2011

BELL, Anne-Laure, « Le décret hors film contesté par le Bloc », in *Le Film Français*, Source : http://www.lefilmfrancais.com/cinema/104685/le-decret-hors-film-conteste-par-le-bloc, 4 février 2011

FRAIOLI, Bruno, « Les matchs de l'Euro 2016 diffusés gratuitement dans les bars », in *Stratégies*, Source : http://www.strategies.fr/actualites/medias/1021528W/les-matchs-de-l-euro-2016-diffuses-gratuitement-dans-les-bars.html, 31 août 2015

JURGENSEN, Gauthier, « Twin Peaks : la nouvelle saison de David Lynch diffusée au cinéma ? », in Allociné, Source : http://www.allocine.fr/article/fichearticle_gen_carticle 18651502.html, 24 mars 2016

KITSOPANIDOU Kira, AUGROS, Joël, « Tribulations numériques du Cinéma et de l'Audiovisuel à l'amorce du 21e siècle – Introduction », in *Mise au point*, Cahiers de l'Association française des enseignants chercheurs en cinéma et audiovisuel, N°4 Source : http://map.revues.org/859, mai 2012

LAGRANGE Jean-Jacques, « Le projecteur Eidophor, une invention suisse qui va révolutionner le monde de l'image », in *Notre Histoire.ch*, Source : http://www.notrehistoire.ch/article/view/1413/, 15 février 2014

LEDÉSERT Soline, « Du sport et des spectacles au cinéma : ce hors-film qui fait peur au film » in Les *Inrockuptibles*, Source : http://www.lesinrocks.com/2010/03/12/cinema/du-sport-et-des-spectacles-au-cinema-ce-hors-film-qui-fait-peur-au-film-1132835/
12 mars 2010

PÉRON Didier, ICHER Bruno, « Le hors-film entre en salles » in *Libération*, Source : http://www.liberation.fr/ecrans/2010/06/17/le-hors-film-entre-en-salles_957841, 17 juin 2010

QUESNNESSON, Perrine, « La Comédie-Française sur grand écran grâce à un accord avec Pathé », in *Le Film Français*, Source : http://www.lefilmfrancais.com/index.php?option=com_papyrus&view=article&id=127603 4 mai 2016

SILBERT, Nathalie, « Le hors-film suscite toujours des crispations », in *Les Echos*, Source : http://www.lesechos.fr/21/02/2011/LesEchos/20874-130-ECH_le-hors-film-suscite-toujours-des-crispations.htm, 21 février 2011

SCHWARTZ, Arnaud, « Le regard désenchanté de David Bowie », in *La Croix*, Source : http://www.la-croix.com/Archives/2003-09-12/Le-regard-desenchante-de-David-Bowie-_NP_-2003-09-12-190096, 12 septembre 2003

TUAL, Morgane, « On a testé… la salle de cinéma en réalité virtuelle », in *Le Monde*, Source : http://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/05/19/on-a-teste-la-salle-de-cinema-en-realite-virtuelle_4922687_4408996.html, 19 mai 2016

Le conseil d'administration de l'ARP, « Après le hors film dans les salles, les films dans le hors salle ? », Source : http://www.larp.fr/home/?p=3562, 8 juin 2011

« Le Bloc demande en urgence une régulation des salles », in *Le Film Français*, Source : http://www.lefilmfrancais.com/cinema/88588/le-bloc-demande-en-urgence-une-regulation-des-salles, 3 mars 2010

« Hors-film en salle : la FNCF dénonce un faux débat », in *Le Film Français*, Source : http://www.lefilmfrancais.com/cinema/102207/hors-film-en-salle-la-fncf-denonce-un-faux-debat, 1er juin 2010

« Décret sur le hors-film : une avancée pour la diffusion du spectacle vivant et de l'opéra dans les salles de cinéma », communiqué de la SACD, Source : http://www.sacd.fr/Decret-sur-le-hors-film-une-avancee-pour-la-diffusion-du-spectacle-vivant-et-de-l-opera-dans-les-salles-de-cinema.2094.0.html, 21 janvier 2011

« Les distributeurs indépendants refusent de payer pour le « hors-film », communiqué de presse de DIRE – Distributeurs Indépendants Réunis Européen, Paris, le 27 mai 2010

« Et si le Rugby s'emparait de l'Opéra ? », communiqué de presse de DIRE, Source : http://www.distributeursindependants.org/wpcontent/uploads/2011/09/Communiqué-DIRE-Du-Rugby-à-lOpéra.pdf, Paris, le 1er avril 2010

« Contenus alternatifs : la grande invasion ? », Europa Cinéma, Source : https://www.europa-cinemas.org/News/Actualites/Contenus-alternatifs-la-grande-invasion, 21 janvier 2011

DOSSIERS, RAPPORTS, ÉTUDES

« Bilan 2015 du CNC n°334 – mai 2016 », une publication du Centre national du cinéma et de l'image animée, direction des études, des statistiques et de la prospective.

« Décret n° 2011-66 du 17 janvier 2011 modifiant la réglementation relative au soutien financier de l'industrie cinématographique », in *Journal officiel de la République Française*, 19 janvier 2011

« Rapport sur la mise en œuvre de la loi n°2010-1149 du 30 septembre 2010 relative à l'équipement numérique des établissements de spectacles cinématographiques », mars 2012, CNC, p.30

« Liste des établissements classés Art et Essai en 2016 après la commission nationale », Source : *site internet du CNC*, http://www.cnc.fr/web/fr/classement-art-et-essai

« Fréquentation et films en salles », Source : *site internet du CNC*, http://www.cnc.fr/web/fr/statistiques-par-secteur

« Les pratiques émergentes de l'exploitation cinématographique en Europe », rapport de Mikael Arnal et Agnès Salson, mars 2016

« La salle de cinéma de demain, rapport présenté à Mme Frédérique Bredin, Présidente du CNC », Jean-Marie Dura, septembre 2016

« Géographie du cinéma 2015 », septembre 2016, CNC

« Rapport d'activité 2015 », Le Médiateur du cinéma, mars 2016

SITES INTERNET

http://www.tourdescinemas.com
http://eventcinemaassociation.org
https://www.fraprod.fr/offres_cinema.php
http://www.pathelive.com
http://www.pathelive.com/education
https://www.cgrevents.com
http://www.vivalopera.fr
http://www.cinemabalzac-musique.com
http://www.risingalternative.com
http://www.myvue.com/event-cinema
http://www.cnc.fr/web/fr/statistiques-par-secteur
http://festival-aix.com/fr/evenement/projections-en-direct
http://www.cinequartierlibre.com
http://acpaquitaine.com
http://www.ina-expert.com
http://www.scenes-nationales.fr
http://www.comedie-francaise.fr

https://umap.openstreetmap.fr/fr/map/cartocrise-culture-francaise-tu-te-meurs_26647#6/49.611/2.000
http://www.vrroom.buzz
http://www.digital-stories.fr

MÉMOIRES

CLEVELAND Jérôme, *L'élargissement du spectre de programmation dans les multiplexes*, La Fémis, 2012

DAUVERNÉ Mélanie, *Les nouvelles pratiques d'accompagnement des films et des publics*, La Fémis, 2015

KERRAD Jimmy, *La Polyvalence des salles à l'ère du numérique*, La Fémis, 2010

MONCEAU Victoire, *Si tu ne viens pas à l'opéra, l'opéra viendra à toi : les diffusions d'opéras au cinéma, nouveau médium de démocratisation ?* Science Po Rennes, 2013

ROBIN, Samuel, *Les cinémas d'Art et d'Essai et les 15-25 ans*, La Fémis, 2015

VANNESTE Loïc, *Hyperoffre et ligne éditoriale - Dans un marché de plus en plus concurrentiel, comment résoudre le paradoxe qui impose aux cinémas de diversifier au maximum leurs offres pour séduire tous les publics sans pour autant renoncer à une ligne éditoriale lisible ?*, La Fémis, 2010

SOURCES AUDIOVISUELLES

Les Actualités françaises, « Télévision débrief du match de boxe – Robinson », Source : INA http://www.ina.fr/video/AFE85003843, 30 novembre 1950

La SFR, Société des réalisateur de films « La numérisation des salles doit servir le cinéma » réalisé par Romain Blanc-Tailleur,
Source : https://www.youtube.com/watch?v=3wv-oR-pZ3U, 12 mai 2010

Le cinéma, relais du spectacle vivant 1/2, Source : France culture
http://www.franceculture.fr/sociologie/le-cinema-relais-du-spectacle-vivant-12, 21 septembre 2012

Le cinéma, relais du spectacle vivant 2/2, Source : France culture
http://www.franceculture.fr/2012-09-18-le-cinema-nouvelle-plateforme-culturelle-22, 21 septembre 2012