

Atelier sur l'accompagnement des films en salle

Organisé par Cinéphare & SCALA le 09/09/2016 dans la cadre de journées de prévisionnement au cinéma Atlantic de La Turballe et en partenariat avec l'ACID (Association du Cinéma Indépendant pour sa Diffusion) représenté par **Fabienne Hanclot** (déléguée générale), **Patrice Chagnard** (réalisateur) et **Mehran Tamadon** (réalisateur).

Introduction

L'accompagnement des films en salle n'est pas une question nouvelle mais, dans un contexte beaucoup plus tendu depuis quelques années, dû entre autre à l'augmentation du nombre de sorties, l'augmentation du nombre de films programmés dans les salles (sur très peu de séances pour la plupart d'entre eux), et une situation financière plus critique pour un certain nombre d'acteurs de la filière (« petits » distributeurs, associations dédiées à l'action culturelle cinématographique, réalisateurs), et, enfin, à un moment où le travail d'animation des salles sera peut-être mieux valorisé dans les dossiers Art & Essai (Cf. les préconisations du rapport de Patrick Raude sur le soutien des films Art & Essai, mais rien ne dit aujourd'hui qu'elles seront suivies par CNC), la question prend de plus en plus d'importance et se traduit entre autre par une sollicitation plus grande des cinéastes et un recours de plus en plus systématique à la mise en place de séances uniques.

Qu'entend-t-on par « accompagnement des films » ?

Parmi les acteurs de ce « dispositif », il y a tous ceux que l'on peut appeler les « prescripteurs ». Il s'agit de tous les professionnels qui formulent, proposent et mettent en place des outils d'accompagnement.

Les distributeurs qui produisent des documents, parfois pédagogiques pour les sorties JP, fournissent aux salles des contacts d'intervenants, organisent une tournée avec une partie de l'équipe du film, mettent en place des partenariats avec des associations, etc.

Les associations nationales (AFCAE, GNCR, ACID, ADRC), régionales (comme Cinéphare) ou départementales (comme SCALA) qui ont pour mission de « soutenir » un certain nombre de films dans l'année, et qui, d'une manière générale, fournissent les mêmes services que les distributeurs mais en les renforçant et en les mettant à disposition de manière privilégiée au sein de leur réseau. Elles sont soucieuses d'inciter les salles à programmer les films soutenus et pour cela elles apportent une plus value (label) et des outils supplémentaires (comme les journées de prévisionnements). Elles sont aussi soucieuses de proposer une offre qualitative à destination du public.

Depuis le passage au numérique les outils se sont encore développés puisqu'il est maintenant possible de diffuser des films courts proposant un entretien avec un cinéaste, voire un échange via Skype...

Pour l'essentiel ces outils concernent des films ne disposant pas d'un marketing suffisamment conséquent pour qu'ils s'imposent « naturellement » sur le marché. Sans ces outils, le spectateurs n'a que très peu de chance d'avoir entendu parler de ces films.

Un certain nombre de films sont donc d'une manière ou d'une autre accompagné mais, signalons-le quand même au passage, pas tous... Chaque semaine nombreux sont les films qui ne bénéficient ni de marketing ni de soutiens ni d'accompagnements spécifiques et qui passent complètement inaperçus. Il y a des films encore plus « fragiles » que ceux qui sont soutenus et/ou accompagnés.

Il y a donc, semble-t-il, principalement trois enjeux : un enjeu de communication (l'accompagnement est un outil de promotion du film), un enjeu économique (l'accompagnement est une plus value susceptible d'attirer plus de public, de générer plus d'entrées), et un enjeu d'éducation à l'image (il s'agit aussi d'apporter aux exploitants des clefs pour les aider à mieux « adhérer » à un film et donc à être en capacité de mieux en faire la promotion, et aussi d'apporter des clefs au public pour l'aider à mieux « comprendre », s'approprier un film).

Du côté des salles de cinéma...

Les salles de cinéma reçoivent ces films parce qu'elles les ont demandés. Elles sont intéressées par ces films justement parce que les outils mis à disposition sont susceptibles de leur permettre de communiquer, d'inciter à leur tour leurs spectateurs à venir découvrir ces films, et enfin d'animer leur salle. Elles sont aussi incitées à faire ce travail de programmation et d'animation pour

satisfaire aux critères du dossier Art & Essai.

Elles sont aussi régulièrement sollicitées par des associations, des structures locales souhaitant renforcer leur programme d'animation par la programmation d'un film quand elles ne démarchent pas elles-mêmes une structure de leur territoire pour programmer tel ou tel film dans de meilleures conditions.

Pour autant, et ce sont des pratiques qui sont observées par le rapport de Patrick Raude, la salle de cinéma se contente parfois d'être seulement un acteur passif dans la programmation de ces films. Si elle n'a aucune obligation on peut penser néanmoins qu'elle a des devoirs. Ces devoirs relèvent de la communication, de l'exposition et de la visibilité du film, de l'accueil et de l'animation. Tout particulièrement lorsqu'un cinéaste parcourt la France de séance en séance sans aucune rémunération.

Il apparaît au bout du compte, et même si l'accompagnement des films représentent pour les différents acteurs du dispositif un coût parfois non négligeable, qu'il y a dans ce domaine une convergence d'intérêt entre les prescripteurs et les salles : obtenir des résultats quantitatifs (les entrées en salle) avec des moyens qualitatifs...

Willy Durand

WARM (entreprise culturelle)

www.warm-ed.fr