

Moins fréquentées, les salles de cinéma cherchent à se réinventer

La Fête du cinéma s'ouvre dimanche alors que les salles font face à une baisse durable, depuis le Covid, du nombre d'entrées. Exploitants et distributeurs cherchent à s'adapter

Dossier réalisé par Julien Rousset
j.rousset@sudouest.fr

Quatre euros la séance, pour tous les films, partout en France, pendant quatre jours, de ce dimanche jusqu'à mercredi : la Fête du cinéma revient pour sa 37^e édition. L'opération mobilise en général trois à quatre millions de spectateurs. Un sursaut plus que jamais attendu par les professionnels, alors que la fréquentation des salles, depuis leur réouverture en mai 2021, stagne à environ -30% par rapport au « monde d'avant » le Covid. Pour les cinq premiers mois de 2022, le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) a comptabilisé 62,09 millions d'entrées en France. Un tiers de moins que durant la même période de 2019.

« On gagnerait à organiser moins de séances mais à les programmer mieux, au bon moment, pour le bon public »

Selon les exploitants, le nombre global de spectateurs n'a pas baissé, mais ils espacent leurs sorties dans les salles obscures. « Pourquoi les Français vont-ils moins souvent au cinéma ? », s'est interrogé le CNC début mai, dans une enquête conduite avec l'institut Vertigo auprès d'un millier de personnes. Quatre raisons surgissent : la perte d'habitude (38%), le prix du billet (36%), le souhait de ne pas porter le masque (33%), la préférence

pour le visionnage de films sur d'autres supports (26 %).

1 Trop chère, la place ?
Les exploitants fixent librement le tarif d'entrée. Il est perçu comme élevé, car il dépasse souvent les dix euros dans les salles de centre-ville en métropole. Mais entre ce prix maximal et le prix ordinaire, il y a un écart : une entrée au cinéma s'élève en moyenne, selon les données du CNC, à 6,70 €, beaucoup de spectateurs bénéficiant de tarifs réduits, d'abonnements... « La place paraît chère, alors qu'elle l'est bien moins que pour d'autres sorties culturelles. Mais les gens comparent, dans leur évaluation, aux offres des plateformes », note Vincent Erlénbach, gérant de l'Utopia à Bordeaux. « Il faut continuer de monter en puissance sur les abonnements et les tarifs préférentiels pour les familles », préconise François Aymé, patron du Jean-Eustache à Pessac (Gironde) et président de l'Association française des cinémas d'art et d'essai (Afcæ).

Certains suggèrent de moduler les tarifs en fonction de l'affluence, à la manière de ce qui se pratique pour les concerts : rabais possibles en cas de non-remplissage. « Le prix est forcément un frein dans le contexte actuel de forte tension sur le pouvoir d'achat. Mais une baisse n'aura que des effets limités, selon Youen Bernard, directeur du cinéma de Saint-André-de-Cubzac (Gironde). Ici, nous proposons depuis quatre ans des tarifs réduits le lundi, qui reste, malgré cela, notre jour le plus faible. » Le sujet est sensible car le



« En 2019, nous comptons 25 entrées en moyenne par séance. À présent, autour de 15... », constate François Aymé, patron du Jean-Eustache à Pessac (33). LAURENT THEILLET / SUD OUEST

billet que vous payez est la petite pierre sur laquelle est bâti, en grande partie, le financement du septième art. 40% du prix va à la salle, 40% au distributeur (Pathé, Disney, Paramount etc), 5%, via la TVA, à l'État, 1% à la Sacem, et 10% au CNC, pour alimenter le fonds de soutien à l'ensemble du secteur.

2 Trop de séances chaque semaine ?
« En 2019, nous comptons

25 entrées en moyenne par séance. À présent, autour de 15... La fréquentation a sensiblement baissé, et on continue de proposer 20 à 30 séances hebdomadaires pour chaque film, constate François Aymé. Les salles sont souvent vides ou clairsemées, ce qui a un coût de fonctionnement et énergétique, et nous pénalise en termes d'images : les gens disent "personne ne va plus au cinéma". On gagnerait à or-

ganiser moins de séances mais à les programmer mieux, au bon moment, pour le bon public. » Les exploitants partagent en général cet avis. Pas les distributeurs, persuadés que plus il y a de séances, plus il y aura d'entrées pour un long métrage. Or pour obtenir les droits d'exploitation d'un film, une salle doit signer avec le distributeur un contrat qui impose un nombre minimum de séances.

3 Des lieux à transformer ?

« Avec le streaming, les gens peuvent voir le film qu'ils veulent, où ils veulent, quand ils veulent. Mais le cinéma conserve de sérieux atouts : l'exclusivité d'une grande partie des productions, le confort, la dimension collective. Tout cela est indispensable mais n'est pas suffisant. Il faut augmenter la valeur ajoutée de la salle », estime François Aymé.

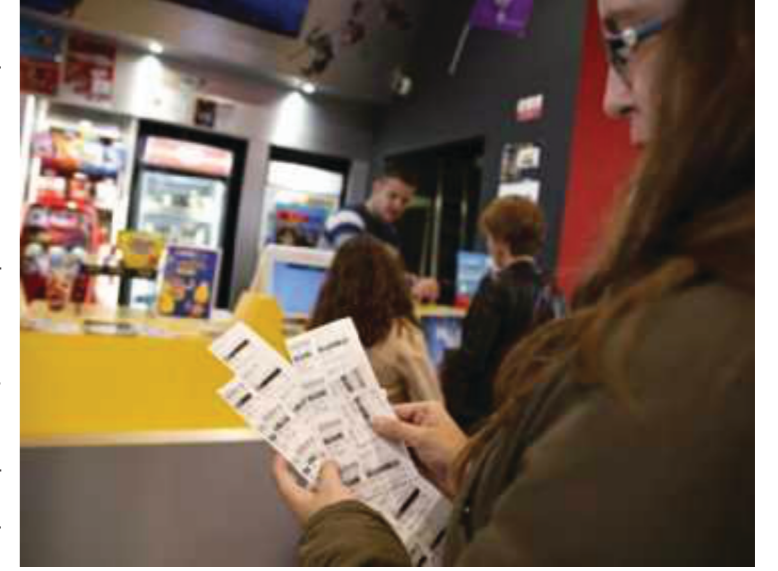
À quoi concrètement peut ressembler cette « valeur

ajoutée » ? Selon quelques exploitants sondés dans la région : des locaux accueillants, un bar ou un café conviviaux, une offre soutenue en conférences, avant-premières, toujours plus de travail en réseau avec les écoles, comités d'entreprise, centres de loisirs, une relation incarnée, chaleureuse avec le public, qui passe par le conseil. « Un peu comme dans une bonne librairie », note-t-on à l'Utopia. « Il faut que les gens soient heureux de se retrouver au cinéma », résume François Aymé.

Face à cette situation, « les cinéastes français très inquiets »

La Société des réalisatrices et réalisateurs de film appelle à une réforme du prix des places et à des campagnes de promotion du cinéma en salle

« L'idée même d'alléger un film en salle disparaît. Il faut se battre parce que la salle est la seule garantie d'une œuvre libre et singulière. Nous vivons un moment décisif et tragique », écrivait récemment le cinéaste Pierre Salvadori (« En liberté ! »). « Dans la cour » pour mobiliser ses collègues, à l'approche de l'Assemblée générale, le 25 juin dernier, de la Société des réalisatrices et réalisateurs de films (SRF). Cette association mobilise 500 professionnels, œuvrant souvent dans le cinéma d'auteur (Catherine Corsini, Bertrand Bonello, Valérie Donzelli, Cédric Klapisch). Rosalie Brun en est la déléguée générale. Interview.



Rosalie Brun propose d'expérimenter « pendant un ou deux mois, un tarif unique » au cinéma. SUD OUEST

Dans quel état d'esprit s'est déroulée cette assemblée générale ?

Nous sommes très inquiets. Mais nous sommes persuadés aussi qu'il y a des moyens d'agir, grâce à des politiques publiques adaptées. L'histoire l'a montré. L'affluence dans les salles a déjà connu une chute, plus spectaculaire encore, dans les années 1980. Certains pensaient qu'elle était irréversible. Mais la filière s'était pleinement redressée dans les années 1990, grâce notamment aux obligations faites aux chaînes d'investir dans le cinéma.

Que peuvent faire les pouvoirs publics ?

D'abord promouvoir le cinéma à travers des campagnes de communication insistantes sur la différence entre l'expérience vécut dans une salle obscure et le visionnage d'un film sur un écran chez soi sur une plateforme. Le gouvernement et Emmanuel Macron lui-même ont annoncé des investissements massifs, à l'horizon 2030, dans la filière, mais ont tendance à peu prononcer le mot « cinéma », préférant dire « fictions », « audiovisuel », « contenus »... Or, notre conviction est qu'il faut mettre l'accent sur la spécificité de l'expérience en salle. Il faut aussi créer les conditions d'une baisse du prix de la place au cinéma. C'est crucial pour faire revenir le public.



Rosalie Brun. ALEXANDER GRAEFF

L'affilié du cinéma peut-elles entendre sur un discours commun face à cette crise de la fréquentation ?

C'est compliqué car chacun a tendance à parler depuis sa position, et ses intérêts. Les distributeurs ont des divergences avec les exploitants, par exemple. Construire une stratégie commune, c'est l'un des enjeux de ces prochains mois.

Comment ?

Pourquoi ne pas expérimenter, pendant un ou deux mois, un tarif unique comme pendant ces quatre jours de fête du cinéma, de 4 euros ? En prévoyant un accompagnement en cas de pertes, et en faisant le pari qu'avec cette baisse notable du tarif, le surplus de fréquentation pourrait compenser. Ou pourquoi ne

pas imaginer des cartes illimitées, comme il en existe dans certains réseaux de salles, qui pourraient s'utiliser dans un maximum d'établissements de l'Hexagone ? Ou un prix unique pour chaque film, comme pour le livre ?

Une quinzaine de longs métrages sortent chaque mercredi, est-ce raisonnable ? N'ya-t-il pas trop de films ? C'est un raisonnement que nous, réalisatrices et réalisateurs, ne pouvons pas entendre. Il s'agit de culture, de création, de diversité. C'est comme si on disait : « il y a trop de peintures, trop de sculpture... »

Sensations fortes et confort maximal : la galaxie « premium »

Des établissements misent sur des équipements immersifs pour reconquérir une partie du public. Exemple au CGR à Bordeaux, qui aménage une salle Immersive Cinema Experience (ICE)

Les aspirateurs ronronnent. Des cartons hauts comme des êtres humains barrent une partie de l'entrée. Séquence travaux ce jeudi au CGR Le Français, au cœur de Bordeaux. L'établissement, qui reste ouvert, a entrepris le toilettage de ses douze salles, et la transformation radicale de l'une d'entre elles, appelée à devenir une salle Immersive Cinema Experience (ICE).

Le nombre de places a été réduit de moitié, il passe de 196 à 78. Une rangée sur deux a été supprimée, de sorte à libérer le maximum d'espace pour chaque spectateur. Les sièges sont remplacés par des fauteuils club, équipés de chargeurs de téléphone, assortis de repose-

pieds. Les dossiers s'inclinent en appuyant sur un bouton. Quarante enceintes sont en cours d'accrochage sur les murs et au plafond pour que le son se démultiplie tous azimuts. Pendant une séance, des effets sonores pourront surgir de tel ou tel haut-parleur, depuis la gauche, la droite, l'arrière...

Écrans latéraux
Une dizaine d'écrans ont été disposés sur les côtés pour prolonger l'image principale, dans un panorama à 300 degrés. « Par exemple, dans "TopGun", on pourra voir un avion entrer par la gauche avant son arrivée sur l'écran principal », explique

Sarah Hadj-Hacène, directrice de l'établissement. Il sera possible de choisir et de réserver sa place en avance. Coût du ticket : 18 euros. Ouverture programmée, selon l'avancement du chantier, entre le 8 et le 13 juillet. L'investissement pour CGR est digne d'une superproduction : le montant des travaux flirte avec le million d'euros.

« Ce dispositif est destiné aux films à grand spectacle, d'action, d'animation, ou musicaux. J'ai vu « Bohemian Rhapsody », le biopic consacré à Freddie Mercury, dans une salle de ce type, c'était incroyable, on avait l'impression d'être à Wembley », note Sarah Hadj-Hacène, peu inquiète sur l'appétence du pu-

blic pour cette façon, enveloppante et sensorielle, de découvrir un blockbuster. « Nos collègues girondins de Villenave-d'Ornon se sont équipés d'une salle ICE il y a quelques années et, face à la demande, ont dû en ouvrir une seconde. »

79 salles

La technologie « ICE » est spécifique au réseau CGR. D'autres groupes ont développé leur propre offre « premium » immersive, comme l'Imax pour Pathé Gaumont. Une poignée de salles en France proposent même des fauteuils 4DX, qui bougent et vibrent en fonction du récit. En 2019, le CNC avait recensé 79 sal-

les « premium » dans l'Hexagone (1,3% des écrans). Principalement dans les grandes villes, avec une forte concentration en région parisienne. « L'objectif, c'est de procurer au public une émotion qu'il ne ressentira jamais sur un canapé devant une tablette », résume Sarah Hadj-Hacène.

« Les salles premium ne sont pas l'avenir du cinéma dans la mesure où nous ne pourrions pas toutes les équiper de cette technologie. Mais elles constituent une petite impulsion qui tire le marché », estimait l'an dernier, interviewé sur le site du CNC, Jean-Baptiste Salvat, directeur du CGR de Blagnac (Haute-Garonne), près de Toulouse.



La salle ICE du cinéma CGR à Villenave-d'Ornon (33). CGR

Les blockbusters dominent plus que jamais

Loin derrière la fusée « TopGun », les Français peinent à trouver leur public. Le point sur la fréquentation dans les salles françaises

Le tassement de la fréquentation à des effets très variables selon les catégories de films. Les blockbusters échappent au marasme. Ils continuent de mobiliser, notamment le jeune public. Plus de 4 millions d'entrées pour « TopGun : Maverick », 2,4 millions pour « Jurassic World », trois millions pour « Doctor Strange in the Multiverse of Madness », sept millions en début d'année pour « Spider-Man : No Way Home »...

Selon les exploitants, ce sont surtout les adultes et plus encore les retraités qui viennent moins au cinéma depuis la parenthèse pandémique, au détriment, principalement, du cinéma français. Echecs pour « Frère et sœur » d'Ar-

naud Desplechin, pour « En même temps » du tandem Kervern-Delphine, pour « Coupeur ! » de Michel Hazanavicius, pour « Les Goûts et les couleurs » de Michel Leclerc... 212000 spectateurs en deux semaines pour « Incroyable mais vrai » de Quentin Dupieux, qui pouvait attendre mieux avec un casting de haut vol et des critiques unanimes. « Qu'est ce qu'on a tous fait au bon Dieu ? » (2,3 millions d'entrées) et « En corps » de Cédric Klapisch (1,3 million) tirent leur épingle du jeu, mais auraient sans doute rassemblé davantage dans le « monde d'avant ».

Tom Cruise dans « TopGun : Maverick ». PARAMOUNT PICTURES

