



DES CINÉMAS POUR TOUS

COMMENT ORGANISER UNE BONNE EXPOSITION DES FILMS INDEPENDANTS « DE LA DIVERSITÉ » A PARIS

PRINCIPE GENERAL

L'idée directrice est de mettre en place une expérience pilote sous l'égide de la Mairie de Paris, que rejoindraient la région IDF et le CNC dans un second temps, qui permettrait d'assurer aux films indépendants une meilleure couverture sur l'ensemble des quartiers parisiens et pérenniserait des durées d'exposition plus longues, nécessaires à la vie des films.

En offrant aux spectateurs parisiens à la fois une offre plus variée dans tous les quartiers et une visibilité des films sur plusieurs semaines, l'expérience vise à modifier sur le long terme les comportements actuels : une forte fréquentation en première semaine suivie d'un effondrement très important les semaines suivantes, allant de pair avec le découragement de certains spectateurs qui, n'arrivant pas à suivre la cadence, préfèrent renoncer à la salle.

Au delà du maillage et de la pérennisation d'une exposition suffisamment longue, il s'agit de renforcer, voire recréer dans certains cas, le lien de proximité des spectateurs avec les salles indépendantes de leurs quartiers.

LES DIVERS PROBLEMES AUXQUELS CETTE EXPERIMENTATION CHERCHE A REPONDRE :

La concentration de l'exploitation sur certains titres rend l'accès aux salles très difficile pour un grand nombre de films dits « de la diversité », soit ceux sortant sur moins de 4 salles à Paris. Cette difficulté prive de fait le public de nombreux quartiers de Paris à ces films.

La non visibilité en amont des distributeurs et exploitants des dates de sortie et plans de sortie, (nombre et horaires des séances, etc.) empêche toute visibilité pour le public de la sortie à venir de ces films. Impossible de prévoir d'aller voir tel ou tel film ou même d'en connaître l'existence lorsque ce dernier est daté du lundi pour le mercredi.

Le rythme effréné du marché et la durée de vie réduite des films en cas de résultats non immédiatement probants contraignent ces films à petite sortie à un retrait rapide des salles ou à des continuations sur des séances rares et souvent matinales, privant là encore une partie du public de l'accès à ces films. Le bouche-à-oreille dont on sait l'importance pour un film bénéficiant de peu de moyens de promotion ne peut donc se faire.

MODALITES :

Durée de l'expérimentation

La durée prévue de l'opération est de 1 an, afin de s'appliquer à un corpus significatif de films et d'offrir une bonne lisibilité des pratiques et de l'effectivité des évolutions engendrées par l'opération.

Quels films ?

Les films pouvant entrer dans le dispositif doivent sortir sur moins de 40 copies en nationale avec un maximum de 4 salles à Paris.

Les films seront soumis par leurs distributeurs à un comité composé d'exploitants, de distributeurs, d'un coordinateur ACID, de cinéastes et de spectateurs ACID qui reçoivent les films, et votent par un système de vote pondéré, à définir. La régularité des commissions reste à déterminer.

Les films devraient être soumis à la commission suffisamment en amont pour dater et annoncer les sorties des films entrant dans le dispositif au minimum trois mois à l'avance.

Le nombre de films pouvant bénéficier du dispositif sur la première année reste à déterminer.

Quelles salles et quels distributeurs?

Tous les distributeurs et les salles indépendantes peuvent demander à entrer dans le dispositif en s'engageant à respecter les principes de l'expérimentation.

Les salles dites « de continuation » pourraient intégrer le dispositif seulement après les premières semaines d'exploitation.

Comment ça marche?

L'expérimentation repose à la fois sur un principe d'engagements croisés distributeur / exploitant, et sur une communication spécifique.

L'idée des engagements croisés distributeur / exploitant est de partir sur le principe d'un nombre de séances équivalent à un plein programme sur deux semaines, décomposé en une multiprogrammation intelligente et concertée, permettant à la fois un maillage plus large, mais aussi une durée plus longue d'exposition.

Par exemple, au lieu de sortir sur trois salles deux semaines en plein programme, un film pourrait sortir sur une salle en plein programme deux semaines minimum, et quatre salles en demi programme pendant quatre semaines. Soit un maillage plus large, cinq salles au lieu de trois, dans des quartiers où le film ne serait pas aller, et une durée totale de quatre semaines contre deux.

Cet engagement croisé distributeur/exploitant fera l'objet d'un accord ferme survenant trois mois avant la sortie, afin de mettre en place le travail d'animation, communication et médiation nécessaire. Aucune déprogrammation ne pourra survenir.

Cette multiprogrammation qualitative se ferait en fonction des souhaits des uns et des autres, avec l'aide du coordinateur de l'opération, qui s'efforcera notamment d'élargir au maximum le périmètre de diffusion du film. Idéalement, tous les quartiers devraient pouvoir proposer un film entrant dans le dispositif au moins sur quelques séances, et s'assurer d'une présence dans plusieurs salles parisiennes sur au minimum 1 mois.

A terme, il sera sans doute nécessaire pour les salles investies dans le dispositif de consacrer une de leur salle à l'opération.

Pour soutenir les films, l'opération mettra en place des outils spécifiques de communication ainsi que des opérations régulières de médiation avec le public, détaillés plus bas.

Une fois les engagements souscrits entre distributeurs et exploitants, les films seront annoncés dans les outils de communication pour un mois mais les séances, elles, seront annoncées de manière hebdomadaire ou bi-hebdomadaire de manière à pouvoir faire un bilan régulier de quelles séances sont les plus appropriées dans tel ou tel quartier et pour tel ou tel film. Cette analyse sera menée conjointement par les exploitants et le coordinateur de l'opération.

S'il s'engage plusieurs mois en amont sur une date précise de sortie, l'exploitant gardera donc la souplesse de choisir les horaires des séances quelques semaines avant la sortie, et au cours de son exploitation.

Tout en apportant une aide supplémentaire aux programmeurs en terme de communication et de médiation, l'expérience devrait permettre de diminuer la pression sur les quelques salles parisiennes qui exposent déjà ces films et sont sur-sollicitées chaque semaine.

Du côté des distributeurs, le gain d'une exposition sur la durée sur un plus grand nombre de salles, sortant ainsi les films de l'image de « petit film » ghetto qui caractérise souvent les films sortant sur peu de salles parisiennes, sera assortie d'un renoncement partiel au plein programme.

CHARTRE – ENGAGEMENTS CROISES :

Pour les distributeurs :

- possibilité de présenter au comité un nombre x (restant à définir) de films / an
- engagement 3 mois en amont.
- engagement à ne pas proposer le film à des salles qui entreraient en concurrence avec l'exploitant qui s'est engagé en amont sur la même zone de chalandise si un enthousiasme soudain naît sur le film quelques semaines avant sa sortie.
- engagement à accompagner les opérations de médiation dans les salles.

Pour les salles :

- engagement 3 mois en amont.
- aucune déprogrammation de film ou de séance possible, quels que soient les résultats
- passage des bandes annonces des films et de l'expérimentation 2 mois en amont
- aucun achat d'espace payant pour ces films
- engagement à promouvoir et accompagner les films du dispositif

Le projet sera piloté par un coordinateur « neutre » servant de médiateur entre les salles et les distributeurs afin de veiller à la bonne exposition des films du dispositif. Ce coordinateur assurera également un travail d'analyse hebdomadaire des chiffres liés à l'opération.

ANIMATION, COMMUNICATION et TRAVAIL SUR LES PUBLICS

La multiprogrammation « positive » (type réseau Utopia) n'étant pas encore ancrée dans les habitudes parisiennes, il est crucial d'accompagner ce nouveau mode de programmation par un travail important d'animation, de communication et de recherche de publics.

Il s'agit également de travailler le rapport spécifique du spectateur à sa salle de proximité.

Il est primordial qu'un rapport de confiance s'installe entre un ou plusieurs programmeurs participant au dispositif et le spectateur, dans l'esprit d'une sorte de « festival permanent ».

Communication :

- Un support de communication (type "gazette Utopia"), disponible dans des versions papiers et web, qui permettrait une mise en commun de textes pertinents, suscitant le désir, ainsi qu'une lisibilité de la programmation sur plusieurs semaines pour les spectateurs.

Sur le moyen / long terme, ce support est un élément primordial de fidélisation des spectateurs à l'opération.

- Un portail Internet via un partenariat avec un site

- Une communication Ville de Paris via ses outils habituels (affichage ville, gazette municipale, film annonce etc)

Travail auprès des publics :

- Soutien en terme de médiation auprès des salles. Plusieurs médiateurs seraient salariés sur l'opération afin de faire relais auprès des publics, accueillir les spectateurs, animer les débats, mais aussi prêter main forte au programmeur de la salle dans l'analyse des chiffres, et faire remonter ces chiffres vers le coordinateur de l'opération

- L'ACID peut mobiliser son réseau de spectateurs via quelques actions ciblées (visionnement des films en amont pour devenir ambassadeurs etc.)

- Une mobilisation du public scolaire avec les CIP ?

A terme : financement d'un emploi de médiateur pour chaque salle (en partenariat avec la région IDF) ?

Animation :

- Avant-premières afin d'activer le bouche à oreille

- Rencontres régulières autour des films, de l'idée de découverte, dans toutes les salles sur plusieurs semaines.

- Soirées animées par des spectateurs ambassadeurs etc

