

ADAPTATION DES MODÈLES DE DISTRIBUTION ET DE PROMOTION DURANT LA CRISE DE LA COVID-19

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION.....	2
1. LES FESTIVALS.....	3
A. L'ANNULATION.....	3
B. L'ÉDITION EN LIGNE.....	3
LE MODÈLE RÉDUIT.....	4
LE PARTENARIAT.....	4
2. LA VIDÉO À LA DEMANDE ET L'ÉDITORIALISATION.....	6
A. LA MISE À DISPOSITION GRATUITE DES ŒUVRES.....	6
LA PROMOTION DES CINÉMATOGRAPHIES NATIONALES.....	6
L'ACTION DES CINÉMATHÈQUES.....	7
B. LE CHOIX DE L'ULTRA-ÉDITORIALISATION.....	8
LA VALORISATION ET RECOMMANDATION DU CINÉMA NATIONAL.....	8
L'ANGLE PÉDAGOGIQUE.....	9
L'ANGLE HISTORIQUE.....	10
C. L'ORGANISATION D'ÉVÉNEMENTS EN LIGNE.....	10
3. LA SALLE ET SES ALTERNATIVES.....	11
A. LE SAUT D'UNE FENÊTRE À L'AUTRE.....	11
LES SORTIES DIRECT-TO-VOD.....	11
L'AUTO-DISTRIBUTION DES ŒUVRES EN LIGNE.....	12
LES LIMITES DES SORTIES DIRECT-TO-VOD.....	14
LES VENTES EXCLUSIVES AUX PLATEFORMES SVOD.....	15
B. LES SALLES DE PROJECTION VIRTUELLES ET LE SOUTIEN AUX SALLES.....	15
LES SALLES VIRTUELLES.....	15
LE SOUTIEN DES PLATEFORMES AUX SALLES DE CINÉMA.....	16
4. LES MARCHÉS ET ÉVÉNEMENTS.....	18
A. LE MODÈLE HYBRIDE : FESTIVAL ET MARCHÉ.....	18
B. LES MARCHÉS.....	19
LISTE DES INITIATIVES PAR PAYS.....	21

INTRODUCTION

Au-delà des mesures gouvernementales de soutien aux entreprises du secteur du cinéma, la crise de la Covid-19 s'est également traduite par un processus d'adaptation des modèles de distribution et de promotion des œuvres cinématographiques. Organisées rapidement ou s'appuyant sur des dispositifs préexistants, des initiatives numériques de nature différente et aux objectifs variés ont été mises en place. Ces actions naviguent entre la volonté de proposer à tout prix une alternative en ligne à un événement annulé et les véritables dispositifs visant à renforcer la découvrabilité des œuvres cinématographiques, en l'absence des salles de cinéma.

Du côté des festivals, en dépit des nombreux reports dans le meilleur des cas et des annulations dans le pire, la mise en place d'une édition en ligne a souvent été un moyen d'éviter les deux premières options. Loin d'être la copie virtuelle de l'événement physique, ces éditions numériques ont souvent été le fruit d'un travail d'adaptation : la sélection a été réduite, les projections limitées et les marchés, lorsqu'ils existent, repensés. Pour les festivals qui devaient avoir lieu en mars et avril 2020, la déclinaison numérique a dû être reformatée et mise en place dans des délais restreints. En raison des impératifs techniques, des coûts engendrés et des problématiques de droits, nombre de ces festivals ont opté pour une édition en ligne réduite. Dès lors, se pose la question des intentions : l'édition virtuelle est-elle plus qu'un élément de communication ?

Du côté de la distribution des films, la fermeture des salles de cinéma a largement remis en cause la chronologie traditionnelle. Dès lors, les distributeurs ont dû bouleverser leurs modèles afin de sauver leurs sorties lorsqu'il n'était plus possible de les reporter.

Pour les films dont la carrière en salle s'est précipitamment interrompue, le passage en vidéo à la demande a été retenu par certains distributeurs. La question s'est posée avant d'autant plus d'acuité pour les films dont la sortie était imminente et le report complexe, sinon impossible, du fait des frais déjà engagés. Cependant, afin que ce glissement anticipé des fenêtres d'exploitation soit bénéfique et permette de limiter les pertes économiques, les distributeurs ont dû définir de véritables stratégies de sortie en ligne et les options ont été nombreuses : séances en salle de projection virtuelle, vidéo à la demande « premium » (PVOD), vidéo à la demande transactionnelle (TVOD), revente tous droits exclusifs à des plateformes de vidéo à la demande par abonnement (SVOD)...

La multiplication de l'offre de vidéo à la demande a renforcé l'attention portée à l'événementialisation et l'éditorialisation. Si la consommation des œuvres en ligne a crû mécaniquement avec les mesures de confinement, la valorisation et la mise en avant des catalogues a été plus que jamais nécessaire. Sans dispositifs spécifiques, les films, en particulier les productions les plus fragiles, risquaient d'être invisibilisés sur les plateformes, y compris pour les nouveautés. Si la densification de l'offre en vidéo à la demande pourrait renforcer l'effet de « longue traîne », il n'est pas garanti que l'ensemble des œuvres trouvent leur public en ligne comme elles pourraient le rencontrer dans le cadre d'une exploitation classique. Dans ce cadre, bien que le travail de promotion pour les nouvelles sorties repose également sur les distributeurs, les plateformes de vidéo à la demande ont dû jouer un véritable rôle pour promouvoir leur catalogue dans sa diversité.

1. LES FESTIVALS

A. L'ANNULATION

Face à l'impossibilité de réunir des spectateurs en salle, de nombreux festivals ont décidé d'annuler purement et simplement leur édition 2020.

La position du festival de Munich (Allemagne).

À ce titre, la position du festival de Munich a été éclairante. En effet, celui-ci a décidé d'annuler totalement son édition 2020, sans report ni proposition d'une édition en ligne¹. La décision de ne pas reporter le festival a été motivée par le calendrier, déjà dense, des festivals de cinéma en Allemagne. Par ailleurs, le festival de Munich a souligné que la mise en place d'une édition digitale du festival impliquait un travail complexe de négociation des droits (requérant un service juridique au sein des équipes du festival) et risquait d'exposer les œuvres au piratage. S'il est aisé de proposer une offre digitale aux professionnels de l'industrie (via des dispositifs tels que Cinando), la mise en place d'une plateforme grand public est beaucoup moins aisée. Au-delà des considérations techniques et tarifaires, se pose également la question de l'éditorialisation et de la mise en valeur des œuvres, notamment des plus fragiles, dans le cadre d'une édition en ligne d'un festival.

Malgré tout, le festival de Munich a décidé de créer un festival éphémère durant l'été 2020. À défaut de la tenue de son festival traditionnel, Munich proposera des séances en drive-in avec une capacité de 500 spectateurs pour 200 voitures². Les journalistes disposeront d'un accès en ligne aux œuvres ainsi qu'à des interviews sur Zoom.

Le label « Sélection Officielle » du Festival de Cannes (France).

Après plusieurs annonces de report de sa 73^e édition, le festival de Cannes a finalement été contraint d'annuler son édition physique. Pour autant, les équipes du festival ont malgré tout souhaité valoriser le travail de sélection réalisé en attribuant un label « Festival de Cannes – Sélection officielle » à 56 films. Si cette sélection abandonne les catégories traditionnelles (Compétition, Un certain Regard, Hors compétition, Séances de minuit, Séances spéciales), ce label est néanmoins éditorialisé en plusieurs catégories : « Les fidèles », « Les Nouveaux venus », « Premiers films », « Comédies ». Cannes compte par ailleurs accompagner les films labélisés, en partenariat avec d'autres grands festivals où ils pourront être projetés.

B. L'ÉDITION EN LIGNE

Malgré les contraintes évoquées par le festival de Munich, de nombreux festivals ont décidé de les dépasser et de proposer une alternative numérique à leur édition physique.

Les stratégies des festivals ont été diverses et ont rempli des objectifs variés : certains festivals ont cherché à coller au plus près de ce qu'aurait été leur édition physique avec un modèle hybride associant projections et marché ; d'autres se sont contentés d'une édition en ligne réduite avec seulement quelques projections leur permettant d'exister cette année malgré le contexte. Alors qu'en temps de crise l'union fait la force, d'autres événements ont décidé de s'associer pour proposer une offre digitale.

¹ VARIETY, [Cancel Outright or Go Digital? How One European Film Festival Made the Call](#), 14/04/2020

² VARIETY, [Ulrich Thomsen's 'Gutterbee' to Close Munich Pop-Up Fest](#), 26/06/2020

Ces questions et problématiques se sont également posées pour les événements professionnels qui, au-delà de réduire leurs pertes économiques (accréditations, frais engagés), ont cherché à préserver l'économie du secteur en organisant des marchés en ligne.

LE MODÈLE RÉDUIT

Plutôt que faire une croix sur leur édition 2020, certains festivals ont décidé d'organiser malgré tout une édition en ligne. Bien souvent, ces versions en ligne « réduites » des festivals n'ont proposé qu'une partie de la sélection.

Spring Online Film Festival³ (Chine).

Le Festival international du film de Pékin a organisé un festival additionnel en ligne du 1^{er} au 5 mai 2020. Cet événement intitulé Spring Online Film Festival a eu lieu sur la plateforme iQIYI, en partenariat avec le réseau social Sina Weibo. L'accès au film était tarifé à 0,80 € pour les abonnés de iQIYI et à 1,6 € pour les autres.

La programmation incluait 32 titres, dont seulement 5 étaient inédits sur iQIYI : 3 productions américaines (*Marriage Story*, *Judy* et *Scandale*) et 2 films chinois. La projection de *Marriage Story* qui devait sortir en salle en Chine (et dont la sortie en février a été repoussée) a été limitée à 3 000 internautes. Les 27 autres films étaient déjà en ligne sur iQIYI.

Ce festival en ligne a ainsi permis à iQIYI de valoriser des titres déjà acquis. Parmi les films proposés se trouvaient 4 productions et coproductions françaises : *La Promesse de l'aube*, *Diamond Island*, *Heureux comme Lazzaro* et *Mystery*.

INITIATIVES SIMILAIRES

Festival International du Film d'Animation d'Annecy⁴ (France) : Après avoir rejeté l'idée, le Festival d'Annecy a finalement décidé de proposer une édition en ligne. Cette édition virtuelle, du 15 au 30 juin, a proposé une partie de la sélection et fait l'objet d'une compétition et d'un palmarès.

Vues d'Afrique⁵ (Canada) : L'édition 2020 de Vues d'Afrique, rendez-vous du cinéma africain et créole en Amérique du nord, s'est adaptée aux circonstances et a su trouver un partenaire de premier plan pour diffuser les œuvres sélectionnées. En effet, TV5 a offert sa collaboration pour que les festivaliers puissent voir les films gratuitement via sa plateforme www.tv5unis.ca. Les films ont été proposés durant 48 heures selon une grille horaire pré-établie. Cette édition en ligne a permis de réunir plus de 50 000 visiteurs uniques au Québec et au Canada sur TV5, pour 500 000 pages vues.

LE PARTENARIAT

Plein(s) Écran(s)⁶ (Canada).

Plein(s) Écran(s) a décidé de donner carte blanche aux festivals annulés. À partir du mois d'avril, Plein(s) Écran(s) a proposé une offre cinématographique en collaboration avec des festivals de courts-métrages québécois. Le festival Plein(s) Écran(s), qui se terminait en janvier dernier, a enregistré une année record lors de sa dernière édition avec près de 3,7 millions de visionnages. Une carte blanche du festival Vues

³ UNIFRANCE, [Note 6 sur la circulation des films à l'international](#), 29/04/2020

⁴ LA CROIX, [Le Festival d'Annecy, une édition numérique riche et compétitive](#), 15/04/2020

⁵ UNIFRANCE, [Note 4 sur la circulation des films à l'international](#), 16/04/2020

⁶ UNIFRANCE, [Note 4 sur la circulation des films à l'international](#), 16/04/2020



sur mer à Gaspé a ainsi permis au public de visionner une sélection de courts-métrages initialement intégrés à la programmation du festival, qui devait se tenir du 16 au 19 avril à Gaspé. Le concept retenu par Plein(s) Écran(s) était simple : un court par jour du 17 au 19 avril, diffusé pendant 24 heures et à accès gratuit en ligne sur la page Facebook de Plein(s) Écran(s) et en simultané sur celle de la page du festival invité.

We Are One: A Global Film Festival⁷ (Monde).

A l'initiative du festival de Tribeca, 20 festivals de premier plan se sont associés pour proposer un festival en ligne unique sur YouTube, du 29 mai au 7 juin. Les festivals partenaires de l'opération étaient : Annecy, Berlin, Londres, Cannes, Guadalajara, Macao, Jérusalem, Mumbai, Karlovy Vary, Locarno, Marrakech, New York, San Sebastian, Sarajevo, Sundance, Sydney, Tokyo, Toronto, Tribeca et Venise. Accessible gratuitement, le festival proposait des longs et courts métrages des précédentes éditions des festivals partenaires. L'événement, qui a enregistré plus d'un million de vues sur YouTube⁸, a été l'occasion de récolter des dons pour la Fondation des Nations Unies luttant contre la pandémie du coronavirus.

⁷ LE FILM FRANÇAIS, [Vingt festivals majeurs s'unissent pour lancer un événement en ligne](#), 27/04/2020

⁸ YOUTUBE, [We Are One – A Global Film Festival](#)

2. LA VIDÉO À LA DEMANDE ET L'ÉDITORIALISATION

Dès le début de la crise, des mesures de confinement et de la multiplication des fermetures de salles de cinéma, la vidéo à la demande a connu une croissance record. Une partie des spectateurs des salles ont en effet semblé se reporter sur les offres en ligne.

Quelques exemples de plateformes en forte croissance.

Lancée en 2010, Curzon Home Cinema a vu sa fréquentation croître considérablement depuis le début de la crise : le troisième week-end de mars fut de très loin le meilleur de la plateforme depuis sa création (+89 % de vues par rapport au précédent meilleur week-end).

Le service de vidéo à la demande du festival de Göteborg, Draken, a quant à lui vu sa base d'abonnés doubler entre mi-mars et mi-avril.

En Espagne, la plateforme locale Filmin a vu son trafic croître de 50 % et son nombre d'abonnés de 10 % entre mi-mars et mi-avril, date auxquelles les premières mesures de confinement ont été appliquées en Espagne.

MUBI a également connu de bons résultats pendant la pandémie : le nombre d'abonnés a augmenté de 24 % au Royaume-Uni et de 34 % en Irlande au cours de la semaine du 16 mars⁹.

En Russie, la plateforme Okko a vu le nombre de visiteurs augmenter de 41 % entre les 2 premières semaines de mars et les 2 premières semaines d'avril, et le nombre de visionnages de 88 %¹⁰.

A. LA MISE À DISPOSITION GRATUITE DES ŒUVRES

Les acteurs publics (cinémathèques, organismes de promotion) et privés (plateformes de vidéo à la demande) ont multiplié les propositions d'offres gratuites depuis le début de la crise de la Covid-19.

Ces actions temporaires, particulièrement efficaces à court-terme, ne garantissent pas nécessairement un plus grand consentement à payer des publics à leur issue. La mise à disposition gratuite des œuvres semble ici avant tout essayer de profiter du focus sur la vidéo à la demande pour valoriser des contenus jusqu'ici moins consommés ou moins identifiés.

LA PROMOTION DES CINÉMATOGRAPHIES NATIONALES

MyFrenchFilmFestival – STAY HOME Edition (UniFrance, France).

Peu après l'annonce du confinement en France et de la multiplication des fermetures des salles aux quatre coins de la planète, UniFrance a décidé de mettre en place une édition spéciale de MyFrenchFilmFestival, dont la dixième édition avait pris fin le 16 février 2020. Cette « STAY HOME Edition » du festival en ligne de films français a mis à disposition gratuitement durant deux mois 80 courts-métrages et 20 longs-métrages des précédentes éditions. Au total, cette édition spéciale de MyFrenchFilmFestival a enregistré quelques 1,3 million de vues¹¹.

⁹ UNIFRANCE, [Note 1 sur la circulation des films à l'international](#), 26/03/2020

¹⁰ UNIFRANCE, [Note 6 sur la circulation des films à l'international](#), 29/04/2020

¹¹ UNIFRANCE, [1,3 million de vues pour MyFrenchFilmFestival STAY HOME Edition](#), 05/06/2020

INITIATIVES SIMILAIRES

Centre cinématographique marocain¹² (Maroc) : Mise à disposition gratuite de 25 films marocains, chacun disponible pendant 48 heures.

Cine Cubano en Cuarentena¹³ (Cuba) : Impulsée par le réalisateur José Luis Aparicio, cette initiative proposait gratuitement des œuvres du cinéma cubain durant le confinement. Ce projet pourrait se transformer en véritable festival en ligne à terme.

DAFilms (Italie) : La plateforme de documentaires et de films expérimentaux DAFilm a proposé un programme spécial « Films for Italy » avec 20 œuvres italiennes. 40 % des recettes de chaque achat ont été reversées aux hôpitaux de Lombardie, les 60 % restants aux ayants droit des œuvres diffusées.

IF Cinéma à la carte¹⁴ (France) : L'Institut Français de Paris a lancé « IF Cinéma à la carte » en partenariat avec le réseau des Instituts français, Alliances françaises et services culturels des ambassades de France. À travers cette initiative, l'Institut Français propose, en ligne, 10 courts-métrages et 10 longs-métrages français et africains gratuitement du 12 juin au 13 juillet 2020.

Somos Cine (RTVE Digital, Espagne) : La plateforme SOMOS CINE, lancée par l'audiovisuel public espagnol, a proposé une soixantaine de longs-métrages espagnols gratuitement durant le mois d'avril¹⁵. Néanmoins, cette offre était exclusivement disponible en Espagne et les films géobloqués dans le reste du monde.

Ondamedia¹⁶ (Chili) : La plateforme chilienne Ondamedia propose plus de 1 500 œuvres audiovisuelles chiliennes gratuitement.

Varilux em Casa¹⁷ (Brésil) : Une cinquantaine de films français des dernières éditions du festival sont proposés aux Brésiliens gratuitement sur la plateforme Looke pendant quatre mois.

Zawya¹⁸ (Égypte) : Partage sur Facebook des films du monde arabe mis en ligne gratuitement par leurs réalisateurs.

L'ACTION DES CINÉMATHÈQUES

La Cinémathèque Suisse¹⁹.

Fermée, à l'image des salles de cinéma commerciales, la Cinémathèque suisse a décidé de proposer à son public plusieurs rendez-vous en ligne en avril : chaque vendredi, un film de sa collection était proposé en ligne, pour une durée d'une semaine.

¹² UNIFRANCE, [Note 5 sur la circulation des films à l'international](#), 23/04/2020

¹³ IPS, [Cine Cubano en Cuarentena : una iniciativa en streaming para alivarnos la vida](#)

¹⁴ INSTITUT FRANÇAIS, [IF Cinéma à la carte](#)

¹⁵ CINEUROPA, [Des films espagnols gratuits sur internet grâce à RTVE Digital](#), 09/04/2020

¹⁶ T13, [OndaMedia: El « Netflix chileno » donde podrás disfrutar películas nacionales totalmente gratis](#), 10/04/2020

¹⁷ UNIFRANCE, [Note 6 sur la circulation des films à l'international](#), 29/04/2020

¹⁸ UNIFRANCE, [Note 1 sur la circulation des films à l'international](#), 26/03/2020

¹⁹ CINEUROPA, [The Italian Screenings event goes online](#), 08/04/2020

Par ailleurs, la Cinémathèque en a profité pour valoriser les trésors de ses collections des courts-métrages restaurés par leurs soins, faisant la part belle aux films d'animation publicitaires et aux actualités.

INITIATIVES SIMILAIRES

La Cinémathèque française (France) : la Cinémathèque française a ouvert une salle virtuelle, Henri, diffusant chaque soir à 20h30 un film restauré de sa collection²⁰. Chacun des films mis en ligne est resté disponible jusqu'à la fin du confinement en France.

La Cinemateca Portuguesa²¹ (Portugal) : la Cinemateca Portuguesa a annoncé le renforcement de sa programmation en ligne pendant la crise avec des films portugais, du contenu pour les jeunes et des essais sur le cinéma.

B. LE CHOIX DE L'ULTRA-ÉDITORIALISATION

La multiplication des propositions en ligne dans le contexte du confinement a concerné à la fois le cinéma mais également d'autres secteurs culturels, tel que la musique (avec l'organisation de concerts en ligne) ou encore les musées (avec des visites virtuelles des expositions et collections).

Face à la profusion des offres numériques, l'éditorialisation est apparue comme un moyen efficace de distinction. Si la création et la promotion de collections d'œuvres partageant une ou plusieurs caractéristiques n'est pas nouvelle, le phénomène d'ultra-éditorialisation semble se renforcer. Au-delà du genre des films, leur nationalité est ainsi un critère d'essentialisation couramment mis en avant. Certaines initiatives, plus originales, ont quant à elles regroupé les œuvres non plus en fonction de leur nature mais en fonction d'une cible ou d'un objectif défini.

LA VALORISATION ET RECOMMANDATION DU CINÉMA NATIONAL

Cine.ar PLAY (Argentine)²².

L'INCAA a proposé aux films nationaux qui avaient déclaré, avant la quarantaine, une sortie au 2^e trimestre 2020 de maintenir l'aide à la distribution en cas de sortie du film directement sur la plateforme de l'INCAA, CINE.AR PLAY. En temps normal, cette aide impose une sortie en salles. Dans le cadre de ce dispositif spécial, les producteurs et distributeurs optant pour un lancement sur la plateforme proposent leur film gratuitement pendant une semaine afin d'accéder à l'aide. Dans un second temps, le film peut rester sur la plateforme au prix de 30 ARS (0,42 €) par transaction, ou bien être retiré pour le sortir en salles plus tard. La plateforme Cine.ar a annoncé avoir triplé son public lors des deux derniers mois.

UniFrance et « Ciné-club Mon Amour »²³ (Monde).

Afin de promouvoir le cinéma français disponible sur les plateformes de vidéo à la demande, UniFrance a lancé l'opération « Ciné-Club mon amour ». Dans le cadre de cette action, des journalistes cinéma internationaux ont choisi de valoriser un ou plusieurs films français disponibles sur les plateformes VOD de leur pays.

²⁰ LE FILM FRANÇAIS, [La Cinémathèque française ouvre "Henri", une 4e salle en ligne](#), 09/04/2020

²¹ UNIFRANCE, [Note 4 sur la circulation des films à l'international](#), 16/04/2020

²² UNIFRANCE, [Note 4 sur la circulation des films à l'international](#), 16/04/2020

²³ UNIFRANCE, [UniFrance présente 'Ciné-Club mon amour' sur les réseaux sociaux](#), 25/05/2020

Respire – Le cinéma français à la maison (Vietnam)²⁴.

Pour le mois d'avril, l'Institut français du Vietnam, en partenariat avec le distributeur vietnamien BHD, a lancé une opération intitulée en vietnamien « Respire - Le cinéma français à la maison ». Il s'agissait d'une offre de 12 films français sous-titrés en langue vietnamienne issus du catalogue de BHD et disponibles en accès libre, gratuit et illimité, sur la plateforme de vidéo à la demande DANET – mais également sur celles de ses partenaires FPT Play et FPT Television.

INITIATIVES SIMILAIRES

FrenchStreams²⁵ (États-Unis) : Le service audiovisuel de l'Ambassade de France aux États-Unis a créé un corner films français sur la plateforme de référencement Telescope. Chaque mercredi, une sélection de 5 films français disponibles sur les plateformes étatsuniennes a été proposée.

Films français sur Qubit²⁶ (Argentine) : L'Ambassade de France en Argentine a lancé une chaîne de films français sur la plateforme locale Qubit avec 29 titres disponibles en vidéo à la demande transactionnelle (TVOD).

Gardons le fil²⁷ (Tunisie) : L'Institut Français de Tunis a proposé une programmation éditorialisée « Gardons le fil » avec trois publications Facebook par jour et une grande thématique chaque semaine (francophonie, enfance, art culinaire...).

IFAL en casa²⁸ (Mexique) : L'Institut Français d'Amérique Latine à Mexico a proposé une sélection « IFAL en casa » sur les plateformes avec pour cible le jeune public.

Mon cinéma québécois en France²⁹ (France) : Lancement d'un nouveau portail web de diffusion et promotion du cinéma québécois en France.

Promotion du patrimoine culturel³⁰ (Italie) : Le gouvernement italien a débloqué 10 millions d'euros pour la création d'une plateforme numérique de promotion du patrimoine culturel et du divertissement italien.

L'ANGLE PÉDAGOGIQUE

FilmoTV (France).

La plateforme française FilmoTV a choisi l'angle pédagogique pour mettre en valeur quelques films de son catalogue aux lycéens. Conçu avec deux professeurs, ce programme lie des longs-métrages avec des pans du programme scolaire au lycée.

²⁴ INSTITUT FRANÇAIS DU VIETNAM, [Respire – Le cinéma français à la maison](#)

²⁵ TELESCOPE FILM, [French Streams](#)

²⁶ UNIFRANCE, [Note 5 sur la circulation des films à l'international](#), 23/04/2020

²⁷ INSTITUT FRANÇAIS DE TUNIS, [Gardons le fil](#)

²⁸ INSTITUT FRANÇAIS D'AMÉRIQUE LATINE, [IFAL en casa](#)

²⁹ UNIFRANCE, [Note 6 sur la circulation des films à l'international](#), 29/04/2020

³⁰ UNIFRANCE, [Note 9 sur la circulation des films à l'international](#), 22/05/2020

INITIATIVES SIMILAIRES

Aulafilm³¹ (Espagne) : En partenariat avec Filmin, Aulafilm propose une offre de films pour les scolaires accompagnée de ressources pédagogiques. Filmin a soutenu cette initiative durant la crise en proposant des réductions sur les abonnements.

L'ANGLE HISTORIQUE**Filmin Times (Espagne)**³².

Filmin a anticipé le lancement, le 19 mars, de sa nouvelle plateforme The Filmin Times. Présentée sous forme d'un journal, la plateforme raconte l'histoire de l'Europe en films et en séries.

C. L'ORGANISATION D'ÉVÉNEMENTS EN LIGNE**E-Projection de *Braguino* à l'Institut Français de New-York**³³.

Le French Institute Alliance Française de New York (FIAF) en partenariat avec Le Cinéma Club, plateforme de streaming indépendante, a proposé la projection gratuite de *Braguino* de Clément Cogitore et une discussion en direct avec le réalisateur via Zoom et Facebook Live le 16 avril. Le film était alors disponible gratuitement dans le monde entier et tous les internautes ont pu réserver leur place et participer à cette discussion.

La watch-party d'Anticipate Pictures (Singapour)³⁴.

Le distributeur singapourien spécialisé dans le cinéma d'auteur, Anticipate Pictures, a lancé plusieurs de ses titres en vidéo à la demande sur la plateforme Vimeo, dont *Portrait de la jeune fille en feu* en sorti en salle le 14 février. Les films ont été proposés à la location pour 10 \$ singapouriens (6,5 € environ).

Pour accompagner le lancement de ses titres, Anticipate Pictures a mis en place des *Watch Party* permettant aux spectateurs de louer et visionner le film collectivement puis de participer à un débat mené par une personnalité de la culture. Dans le cas du film de Céline Sciamma, c'est l'écrivaine new-yorkaise Amanda Lee Koe qui a animé la séance.

³¹ EUROVOD, [List of actions from EuroVoD members in the context of COVID-19 restrictive measures](#), 07/04/2020

³² UNIFRANCE, [Note 1 sur la circulation des films à l'international](#), 26/03/2020

³³ FRENCH INSTITUTE ALLIANCE FRANÇAISE DE NEW-YORK, [Projection de *Braguino*](#)

³⁴ UNIFRANCE, Note 3 sur la circulation des films à l'international, 10/04/2020

3. LA SALLE ET SES ALTERNATIVES

A. LE SAUT D'UNE FENÊTRE À L'AUTRE

Alors que la salle de cinéma représente l'une des fenêtres d'exploitation les plus rentables dans l'économie d'un film, s'en priver et passer directement à la fenêtre suivante, c'est-à-dire à la vidéo à la demande, peut-être synonyme d'une importante perte de revenus.

Dès lors, la Premium VOD (PVOD) est apparue comme une solution pour alléger la perte de revenus des distributeurs. La Premium VOD permet la location d'un film récent, pour une durée de 48 heures dans la plupart des cas, au prix d'une place de cinéma (autour de 20 \$ aux États-Unis). Pour autant, comme le souligne Ampere Analysis³⁵, la PVOD requiert un marché de la vidéo à la demande mature pour s'imposer comme une alternative viable dans le contexte. Si la Premium VOD peut fonctionner pour des titres forts dans des marchés où la pratique de la vidéo à la demande est installée, comme aux États-Unis par exemple, les résultats seront beaucoup plus faibles dans des territoires moins habitués à ces pratiques, tels que la Chine, l'Inde ou encore la Russie.

LES SORTIES DIRECT-TO-VOD

Universal, premier *game changer* de la chronologie des médias (États-Unis)³⁶.

Universal Pictures a été le premier studio à rompre la chronologie des médias traditionnelle de mise à disposition en vidéo à la demande 90 jours après la sortie salles, ce qui a provoqué la fureur des exploitants, tant art et essai que multiplexes.

Le studio a ainsi décidé de lancer certains de ses titres récents et à venir sur des plateformes de streaming : *Emma*, *Invisible Man* et *The Hunt*, qui venaient de sortir, sont disponibles depuis le vendredi 20 mars pour 19,99 \$ pour une location de 48h. Universal a également annoncé que la distribution en *day-and-date* du film d'animation *Les Trolls 2 - Tournée mondiale*, l'une des plus grosses sorties d'avril. Les premiers résultats ont dépassé les attentes d'Universal : le film a généré à la fin avril près de 100 M\$ en vidéo à la demande transactionnelle (avec une location à 19,99 \$)³⁷. Pour le studio, c'est un très bon résultat : le précédent film *Les Trolls* (2016) avait réalisé 154 M\$ de recettes aux États-Unis. De plus, la répartition des recettes VOD est plus avantageuse que celle de la salle : Universal récupère environ 80 % des recettes en vidéo à la demande contre environ 50 % pour les recettes salles.

Néanmoins, ce bouleversement de la chronologie traditionnelle par Universal n'a été pas sans causer de problèmes. En Corée, les réseaux CGV et Lotte Cinemas, les deux leaders de l'exploitation coréenne, ont refusé de projeter *Les Trolls 2 – Tournée mondiale* face à cette sortie *direct-to-vod*. L'exploitant AMC a annoncé le 28 avril qu'il allait dorénavant bannir les films Universal de ses salles américaines, mais aussi d'Europe et du Moyen-Orient. Les sorties en 2021 de films Universal tels que *Fast & Furious 9*, *Minions 2 : Il était une fois Gru*, *Tous en scène 2* ou encore *Jurassic World: Dominion* pourraient subir de plein fouet les conséquences de ce bras de fer entre studios et multiplexes.

³⁵ AMPERE, *Is there a future for Premium VOD?*, 04/2020

³⁶ UNIFRANCE, [Note 1 sur la circulation des films à l'international](#), 26/03/2020

³⁷ UNIFRANCE, [Note 6 sur la circulation des films à l'international](#), 29/04/2020

Curzon et l'événementialisation des sorties (Royaume-Uni)³⁸.

Face à la fermeture des salles britanniques, le distributeur Curzon Artificial Eye s'est rapidement tourné vers sa propre plateforme de vidéo à la demande. Habitué aux *day-and-date* sur Curzon Home Cinema, le distributeur britannique a décidé d'appliquer cette stratégie pour une partie de ses sorties à venir. Ainsi, la sortie de *System Crasher* (initialement prévue en salle) sur la plateforme a été un succès important. Curzon a organisé une séance de Q&A en direct sur sa plateforme mais aussi sur Facebook, Twitter et YouTube avec la cinéaste Nora Fingscheidt. Face au succès de ces rencontres virtuelles, Curzon Home Cinema cherche à les développer afin d'événementialiser ses sorties en vidéo à la demande.

INITIATIVES SIMILAIRES

En Chine, deux grandes productions ont décidé d'annuler leurs sorties en salle et de sortir directement en ligne : *Lost in Russia* de Xu Zhen sur la nouvelle plateforme Bytedance en accès gratuit et *Enter the Fat Dragon* avec Donnie Yen sur iQiyi et Tencent Video en accès payant. *Lost in Russia* a cumulé plus de 600 millions de vues en trois jours et touché plus de 150 millions de foyers.

Filmin³⁹ (Espagne) : Fort de partenariats préexistants avec des distributeurs tels que Golem, Avalon ou Wanda, Filmin a multiplié les nouvelles sorties en vidéo à la demande durant cette période. À l'image de la sortie de *Matthias & Maxime*, le 27 mars, qui a réalisé le meilleur week-end d'ouverture d'un film de Xavier Dolan en Espagne avec quelques 7 000 vues. Cette sortie *direct-to-vod* a bénéficié d'une importante promotion, notamment du réalisateur lui-même sur les réseaux sociaux auprès de son public espagnol.

Neon et l'exclusivité des sorties VOD⁴⁰ (États-Unis) : Aux États-Unis, le distributeur Neon a fait le choix d'une sortie en vidéo à la demande anticipée de *Portrait de la jeune fille en feu*, sans respecter les délais habituels de la chronologie des médias américaine. Le distributeur américain a rebondi sur le succès de la sortie du film en salle, avortée au bout de quelques semaines par la crise sanitaire. Hulu a bénéficié d'une exclusivité de deux semaines pour cette sortie en ligne.

Sofa Digital⁴¹ (Amérique Latine) : Les distributeurs qui achètent pour toute l'Amérique latine et qui détiennent les droits VOD ont réfléchi à des sorties entièrement numériques. Sofa Digital a ainsi lancé une quarantaine de titres en TVOD en avril : notamment des exclusivités et des films dont l'exploitation a été arrêtée au bout d'une ou de deux semaines comme *Sorry We Missed You* ou *J'accuse*. Imovision, California Filmes ou encore A2 Filmes, tous représentés par Sofa Digital, prévoient des sorties exclusivement en vidéo à la demande.

L'AUTO-DISTRIBUTION DES ŒUVRES EN LIGNE

Alors que leurs clients, les salles de cinéma, restent fermées, de nombreux distributeurs font le choix de distribuer les films de leur *line up* en ligne sur leur propre plateforme.

³⁸ HOLLYWOOD REPORTER, [European Theater Owners Look for Digital Lifeline Amid Virus Crisis](#), 13/04/2020

³⁹ HOLLYWOOD REPORTER, [European Theater Owners Look for Digital Lifeline Amid Virus Crisis](#), 13/04/2020

⁴⁰ UNIFRANCE, [Note 5 sur la circulation des films à l'international](#), 23/04/2020

⁴¹ UNIFRANCE, [Note 1 sur la circulation des films à l'international](#), 26/03/2020

La salle de cinéma virtuelle d'A Contracorriente (Espagne)⁴².

Le distributeur espagnol A Contracorriente a lancé le 8 avril sa propre « Salle de cinéma virtuelle » (salavirtualdecine.com). Ainsi, la société de distribution a décidé de ne pas décaler les sorties prévues courant avril et a lancé les films en TVOD sur sa plateforme en même temps que dans les salles restées ouvertes.

Sur cette plateforme spécifique, la transaction est au prix d'une place de cinéma (6,95 €) et donne accès au film pendant 72 heures sur 4 écrans. L'initiative est soutenue par plus de 75 salles de cinéma espagnoles. Si plusieurs distributeurs espagnols cherchent à s'associer à ce service pour proposer des nouveaux films, A Contracorriente a préféré faire l'essai à l'origine sur ses propres films avant d'élargir ce service.

La salle de cinéma virtuelle True Colours Virtual Cinema (Italie)⁴³.

Le vendeur international True Colours a lancé True Colours Virtual Cinema, une salle de projection en ligne à la disposition de tout opérateur du secteur qui souhaite proposer à son public les titres de catalogue de sa société. Le service est exclusivement dédié aux festivals, instituts culturels, écoles, universités, associations culturelles et tout organisme ou opérateur qui souhaite montrer à son public (dans les limites du territoire acquis), les titres que True Colours représente. Le service a été développé avec le partenariat technique de MYmovies et est actif depuis le 1^{er} mai.

La plateforme VOD de Film Europe : Edisononline (Slovaquie)⁴⁴.

La société de distribution Film Europe – l'un des plus importants distributeurs de films français dans le monde – a lancé une nouvelle plateforme VOD : Edisononline (edisonline.cz/vod).

La société, qui a ouvert un cinéma art et essai l'an dernier à Prague (« Edison »), avait déjà pour objectif de lancer cette plateforme – le confinement a accéléré le processus. Fort de son catalogue, Ivan Hronec, le président, propose près de 100 titres (dont de nombreux titres français, comme *Les Misérables*, *Voir du pays*, *Grave...* et de très nombreuses coproductions, comme *La Grande Bellezza*, *Sunset*, *The Square...*), mais cette offre devrait progressivement passer à 400 d'ici un an. Si les recettes seront partagées avec producteurs, distributeurs et site hébergeant la plateforme, 20 % sont allouées à des institutions ou organismes culturels (cinémas, revues, écoles, théâtres, galeries et festivals) qui ont fermé leurs portes à cause du Covid-19. La plateforme est accessible en République tchèque, Slovaquie et devrait bientôt l'être depuis le Benelux.

INITIATIVES SIMILAIRES

Cine Tonala (Colombie) : La salle art et essai de Bogota a adressé un message à tous ses spectateurs pour leur demander de les soutenir en regardant les productions Tonala sur la plateforme Mowies.

Grandfilm (Allemagne) : Le distributeur allemand a mis en ligne plusieurs de ses films sur sa chaîne Vimeo Supportyourlocalcinema pour une location à l'acte de 10 €. Les revenus sont partagés avec une sélection de salles de cinéma.

⁴² UNIFRANCE, [Note 1 sur la circulation des films à l'international](#), 26/03/2020

⁴³ UNIFRANCE, [Note 6 sur la circulation des films à l'international](#), 29/04/2020

⁴⁴ UNIFRANCE, [Note 7 sur la circulation des films à l'international](#), 07/05/2020

INITIATIVES SIMILAIRES

Le Cinéma Belge à la maison (Belgique) : Face à la crise sanitaire, le Centre national du cinéma et de l'audiovisuel belge (CCA) et la Fédération Wallonie-Bruxelles (FWB) ont lancé la plateforme lecinemabelgealamaison.be. Cette initiative valorise en particulier six longs-métrages belges francophones.

Le Pacte (France) : Le distributeur français a lancé Le Pacte Classic, proposant des œuvres de son catalogue en ligne.

Au Québec (Canada), plusieurs distributeurs (Axia Films, AZ Films, MK2 Mile End ou encore Maison 4:3) ont lancé leur propre plateforme afin de proposer leurs œuvres en ligne.

Modern Films (Royaume-Uni) : Le distributeur britannique a décidé d'une sortie digitale de ses films sur Curzon Home Cinema, BFI Player mais également sur sa propre plateforme.

LES LIMITES DES SORTIES DIRECT-TO-VOD.

Au-delà de l'opposition des exploitants, si les initiatives de sorties *direct-to-vod* se multiplient, elles ne sont pas sans poser d'autres problèmes.

La maturité du marché. La taille du marché est une des premières limites aux sorties *direct-to-vod* : les marchés « peu matures » en vidéo à la demande, ne sont pas forcément adaptés pour telles sorties.

L'acquisition des droits. Par ailleurs, se pose également des problèmes de droits : les distributeurs n'ayant pas toujours acquis les droits VOD sur leur territoire. C'est notamment particulièrement le cas en Amérique Latine où de nombreux distributeurs ne disposent que des droits de distribution en salle.

Le type de film et le plan de sortie. Dans le même sens, tous les distributeurs ne sont pas égaux quant à la possibilité de transformer une sortie salle en sortie vidéo à la demande : selon Academy Two en Italie, quelques distributeurs optent pour la VOD ou la télévision, mais il s'agit des distributeurs qui exploitent des films commerciaux ; il est plus compliqué pour les distributeurs de films d'art et d'essai de conclure de tels accords (et d'en tirer un profit raisonnable)⁴⁵.

La viabilité économique. La question de la viabilité économique des sorties *direct-to-vod* se pose également : pour Agora en Suisse, le passage direct en vidéo à la demande peut se comprendre pour quelques films très petits qui n'auraient de toute manière pas fait plus que quelques centaines ou milliers d'entrées en salle en temps normal. Sans compter que l'offre VOD est déjà pléthorique et que la plupart des plateformes proposent des offres gratuites⁴⁶.

Le piratage. Enfin, les sorties *direct-to-vod* exposent les œuvres au risque de piratage beaucoup plus rapidement qu'en temps normal.

⁴⁵ UNIFRANCE, [Note 2 sur la circulation des films à l'international](#), 03/04/2020

⁴⁶ UNIFRANCE, [Note 2 sur la circulation des films à l'international](#), 03/04/2020

LES VENTES EXCLUSIVES AUX PLATEFORMES SVOD

Si certains distributeurs font le choix de la vidéo à la demande transactionnelle pour compenser l'absence de carrière en salle de leurs films, d'autres vont encore plus loin dans la chronologie traditionnelle et parviennent à conclure une vente exclusive tous droits avec une plateforme de vidéo à la demande par abonnement. Dans ce cadre, en France, Amazon Prime Video a mené une politique agressive d'acquisition.

Pinocchio et Forte en exclusivité sur Amazon Prime Video (France).

Le film *Pinocchio* de Matteo Garrone a été proposé en exclusivité sur Amazon Prime Video en France à partir du 4 mai 2020⁴⁷. Après une belle carrière en salle en Italie, Le Pacte avait dû repousser la sortie française, initialement prévue le 18 mars 2020.

Pinocchio rejoint ainsi le film français *Forte*, distribué par TF1 Studio, qui avait plus tôt annoncé sa sortie exclusive sur la plateforme d'Amazon⁴⁸.

B. LES SALLES DE PROJECTION VIRTUELLES ET LE SOUTIEN AUX SALLES

LES SALLES VIRTUELLES

Les salles virtuelles aux États-Unis⁴⁹.

Dès le début du confinement aux États-Unis, le modèle de salle virtuelle a été mis en place par plusieurs distributeurs. Film Movement et Kino Lorber, qui possédaient déjà leur propre plateforme de streaming, ont été pionniers en la matière.

Chaque cinéma a ainsi sa propre page et propose une offre de films à ses spectateurs habituels. L'une des clés du succès de ce modèle repose sur la force de promotion des salles et leur capacité à activer leur base de spectateurs fidèles. D'autres distributeurs ont suivi : Distrib Films, Magnolia, Oscilloscope (offre de 10 films), Music Box, Grasshopper, Artmattan Films (offre de 10 films africains).

Le modèle économique est le même que celui traditionnellement accordé à la salle : certaines salles ont des exclusivités sur leur zone géographique et les films ne sont pas disponibles en vidéo à la demande ailleurs que sur les pages des cinémas. Un bouton « *Not in New York? Find your local theater* » permet généralement à chaque spectateur de soutenir son cinéma local. Les salles doivent aussi s'engager idéalement pour un *two-week-run*. Le tarif d'achat d'un film oscille entre 10 \$ et 12 \$, équi-réparti entre l'exploitant et le distributeur. Le spectateur, une fois le ticket acheté, a en général 5 jours pour voir le film. Sans géolocalisation, trop compliqué à mettre en place, le modèle repose sur le réflexe de solidarité des spectateurs par rapport à leur cinéma local.

La plateforme Kino Marquee de Kino Lorber est celle qui a rassemblé le plus de salles de cinéma pour cette opération, avec plus de 150 exploitants partenaires. Près d'une centaine de cinémas ont ainsi programmé *Bacurau*, y compris des réseaux qui n'avaient jamais ou rarement programmé dans le passé

⁴⁷ LE FILM FRANÇAIS, [Le "Pinocchio" de Matteo Garrone en exclu France chez Amazon Prime Video](#), 29/04/2020

⁴⁸ LE FILM FRANÇAIS, [Le film "Forte" sera diffusé en 1ère exclusivité sur Amazon Prime Vidéo](#), 07/04/2020

⁴⁹ UNIFRANCE, [Note 2 sur la circulation des films à l'international](#), 03/04/2020

des films Kino Lorber, comme Landmark ou Alamo Drafthouse. Les premiers retours en termes de box-office semblent encourageants (l'opération a démarré jeudi 19 mars). Les 8 titres proposés entre le 19 mars et le 30 avril ont générés près de 316 000 \$ de revenus : à lui seul, *Bacarau* a réalisé 100 000 \$ de box-office dans 233 salles virtuelles⁵⁰.

INITIATIVES SIMILAIRES

Cinema Virtual (Brésil) : La plateforme brésilienne Looke a mis en place le « Cinema Virtual », plateforme spécifique permettant aux cinémas de proposer les films programmés sur leurs écrans, simultanément sur cette plateforme, au prix d'un billet de cinéma (24,90 R\$). Le spectateur peut choisir le cinéma auquel sera reversé 50 % de la recette nette.

Mojekino.pl⁵¹ (Pologne) : L'association des ciné-clubs polonais a lancé une plateforme permettant de suivre le programme de son cinéma préféré. Au total, 47 exploitants polonais sont partenaires de l'initiative.

Miocinema⁵² (Italie) : Mise en place par plusieurs distributeurs italiens (Bim, Circuito Cinema, Luckyred, MyMovies), la plateforme permet le visionnage de films en lien avec des salles de cinéma. S'y côtoient des films de catalogue (proposés à 3,90 €) et des films récents, tel que *Les Misérables* (proposé à 7 €). Cette plateforme se concentre sur le cinéma d'auteur indépendant.

La Vingt-Cinquième Heure⁵³ (France) : Diffusion en salle virtuelle du documentaire *Grands Voisins* dont la sortie était prévue le 1^{er} avril. Le documentaire a été proposé à horaires fixes aux spectateurs géographiquement proches des salles de cinémas partenaires. Au 14 avril, 1 900 tickets digitaux facturés entre 5 € et 6 € étaient vendus.

Saje Distribution⁵⁴ (France) : Ressortie en ligne de *La Passion du Christ*, récoltant 1 700 billets (facturés à 8 € sur 7 séances).

Wanted Zone⁵⁵ (Italie) : Le distributeur Wanted Cinema a lancé avec MyMovies la plateforme Wanted Zone permettant aux exploitants de créer leur propre salle virtuelle. Chaque cinéma peut ainsi promouvoir sa propre salle virtuelle auprès de son public habituel. Même si les séances ont lieu à horaire défini, le spectateur peut regarder le film en direct ou bien dans les 24 heures suivant le premier accès. Le billet est défini à 6,99 € pour les inédits et 3,99 € pour les films de catalogue. 40 % des recettes nettes reviennent à l'exploitant.

LE SOUTIEN DES PLATEFORMES AUX SALLES DE CINÉMA

Alors que les salles de cinéma de nombreux pays ont dû fermer leurs portes, ces multiples initiatives numériques ont souvent été animées par la volonté de soutenir l'exploitation cinématographique.

⁵⁰ UNIFRANCE, [Note 8 sur la circulation des films à l'international](#), 15/05/2020

⁵¹ UNIFRANCE, [Note 8 sur la circulation des films à l'international](#), 15/05/2020

⁵² CINECITTA NEWS, [MioCinema, cinema d'autore dalla sala alla piattaforma](#), 06/05/2020

⁵³ LE FILM FRANÇAIS, [Salles et V&D font cause commune](#), 17/04/2020

⁵⁴ LE FILM FRANÇAIS, [Salles et V&D font cause commune](#), 17/04/2020

⁵⁵ UNIFRANCE, [Note 9 sur la circulation des films à l'international](#), 22/05/2020

Picl (Pays-Bas)⁵⁶.

Créée en 2017, la plateforme néerlandaise transactionnelle Picl a également connu une croissance record des visionnages depuis le début de la crise. La plateforme entretient des liens étroits avec les salles de cinéma indépendantes et partage une partie de ses revenus avec celles-ci. Picl a conclu de nouveaux partenariats avec des exploitants, lui permettant ainsi d'atteindre près de 90 % des exploitants indépendants néerlandais. Chaque cinéma bénéficie d'une propre page sur Picl. Les spectateurs peuvent y acheter directement leur place virtuelle au prix de 8,50 € pour une location de 48 heures.

Par ailleurs, Picl a également développé des partenariats avec des festivals, tel que Movies That Matter dont la plateforme a facilité la mise en place d'une édition en ligne.

Draken (Suède)⁵⁷.

Alors que la plateforme suédoise a multiplié les partenariats avec les distributeurs indépendants afin de proposer en vidéo à la demande les films dont la carrière en salle a été interrompue, Draken a également choisi d'en faire bénéficier les exploitants, impactés par la fermeture de leurs salles. Ainsi, les revenus générés par chaque nouvel abonné à Draken ont été partagés à part égale avec les salles de cinéma ayant rejoint le réseau. À la mi-avril, quelques 80 salles de cinémas avaient rejoint le réseau.

Mubi (Royaume-Uni)⁵⁸.

MUBI a proposé au grand public un accès à son catalogue pour une durée de trois mois, au prix de 1 £. La plateforme a par ailleurs proposé à toutes les salles du réseau Europa Cinemas la possibilité de partager un abonnement gratuit de 90 jours à MUBI avec leur public, leurs abonnés et leur personnel. MUBI s'est proposé de créer une page d'accueil sur mesure pour chacune des salles intéressées, avec le logo de la salle et une adresse internet personnalisée à communiquer aux spectateurs, abonnés... La salle peut ainsi établir son offre de films (en accord et en partage de recettes avec les ayants droit), qu'ils soient récents ou de patrimoine.

Les salles Elvire Popesco de l'Institut Français de Bucarest, l'Institut Français d'Italie ou encore la salle Ciné Lumière de l'Institut Français de Londres se sont associés à MUBI dans le cadre de ce dispositif.

INITIATIVES SIMILAIRES

La Baleine (France) : Cinéma marseillais proposant une sélection hebdomadaire de films sur son site internet via la plateforme de Shellac.

La Toile (France) : Lancé en septembre 2017, La Toile a vu son nombre de cinémas partenaires doubler entre mi-mars (60) et début avril (120) et le nombre de transactions exploser (+ 4 900 %). La Toile base son modèle sur un partage des recettes tripartite : ayant droit, salle, La Toile.

⁵⁶ CINEEUROPA, [Dutch platform Picl secures revenues for cinemas and festivals during lockdown](#), 08/04/2020

⁵⁷ HOLLYWOOD REPORTER, [European Theater Owners Look for Digital Lifeline Amid Virus Crisis](#), 13/04/2020

⁵⁸ UNIFRANCE, [Note 2 sur la circulation des films à l'international](#), 03/04/2020

4. LES MARCHÉS ET ÉVÉNEMENTS

A. LE MODÈLE HYBRIDE : FESTIVAL ET MARCHÉ

Pour certains festivals, l'édition en ligne ne manque pas d'ambition et cherche à proposer une alternative numérique fidèle à ce qu'aurait été l'événement physique. En plus de l'organisation de projections en ligne, ces festivals cherchent également à préserver leur marché en maintenant un événement professionnel digitalisé.

Le CPH:DOX⁵⁹ (Danemark).

Initialement prévu du 19 au 29 mars, le CPH:DOX a rapidement choisi de se décliner en ligne plutôt que d'annuler l'événement. Cette édition en ligne a repris le principe compétitif du festival avec un jury en ligne.

Concernant le marché du documentaire, le CPH a mis en place le CPH:MARKET via Cinando du 18 mars au 28 avril. Par ailleurs, conférences et panels ont été maintenus en ligne, ainsi que le CPH:LAB. En complément, CPH s'est associé à Festival Scope pour proposer une partie de la sélection du festival aux internautes danois.

Les résultats de cette édition virtuelle sont positifs : près de 150 films sur la plateforme gérée par Festival Scope, des statistiques très proches de celles de l'événement physique en termes de vente de tickets et la possibilité d'identifier et de localiser les spectateurs.

Le Stuttgart International Festival of Animated Film⁶⁰ (Allemagne).

Le festival de Stuttgart a mis en place d'une édition en ligne du 5 au 10 mai 2020. Cette édition virtuelle hybride était divisée en trois sections : Online Festival Free, Online Festival +, Online Festival Pro.

Online Festival Free, déclinaison gratuite du festival, a regroupé plusieurs courts-métrages par jour mais aussi des interviews, des panels ou encore les cérémonies d'ouverture et de clôture du festival.

Online Festival +, proposé à 9,99 €, a offert une sélection de courts-métrages d'animation en compétition, des courts-métrages des précédentes éditions, mais également quelques longs-métrages de la compétition AniMovie.

Online Festival Pro, proposé à 19,99 €, dédié aux professionnels donnait accès à des masterclass et des conférences mais également à un marché virtuel où pouvaient être visionnés l'ensemble des films soumis à l'ITFS cette année (quelque 1900 titres).

INITIATIVES SIMILAIRES

Sheffield Doc Fest⁶¹ (Angleterre) : Le Festival de documentaire a proposé une version digitale d'une partie du festival et de son MeetMarket (*pitchs*, panels, masterclass...)

⁵⁹ CINEUROPA, [CPH:DOX to move parts of festival online during current coronavirus pandemic](#), 12/03/2020

⁶⁰ CINEUROPA, [Le Festival international du film d'animation de Stuttgart va en ligne](#), 09/04/2020

⁶¹ LE FILM FRANÇAIS, [Coronavirus : Le festival documentaire de Sheffield chamboulé](#), 02/04/2020

INITIATIVES SIMILAIRES

DOK.fest München⁶² (Allemagne) : Le festival de films documentaires le plus important en Allemagne, a proposé une édition en ligne, pour l'occasion rebaptisée DOK.fest München @home. 121 films issus de 42 pays accompagnés de Q&A et d'événements live, ont été mis en ligne à prix réduits (4,50 € par film et 50 € pour un accès complet). Les événements dédiés aux scolaires étaient également accessibles en ligne. Le DOK.forum Industry a quant à lui proposé ses workshops, études de cas et panels selon le même principe.

Visions du réel⁶³ (Suisse) : Grâce à différents partenariats (Festival Scope, Tënk, Doc Alliance, RTS, SRF, RSI), le festival documentaire suisse Visions du Réel est parvenu à proposer une édition en ligne réunissant 134 films, dont 89 premières mondiales. Les œuvres ont enregistré plus de 60 000 visionnages. Dans le cadre de cette édition en ligne du 17 avril au 3 mai, le festival a également mis en place une plateforme professionnelle spécifique réunissant quelques 1300 professionnels.

B. LES MARCHÉS**Sunny Side of the Doc : L'Édition connectée⁶⁴ (France).**

Alors que son édition physique a été annulée, Sunny Side of the Doc a choisi d'organiser une édition en ligne. Organisée aux mêmes dates que le marché initialement prévu (du 22 au 25 juin), L'Édition Connectée du Sunny Side of the Doc vise à préserver le marché international du documentaire de La Rochelle.

Le marché a maintenu son appel à projet pour les sessions de pitch thématiques, dont les présentations seront dédoublées chaque jour. Par ailleurs, Sunny Side a ouvert jusqu'à la fin de l'année 2020 « une vidéothèque numérique où les acheteurs peuvent visionner les programmes présentés par des distributeurs internationaux, et retrouver les projets en développement ». Certains festivals « amis » ont également été invités à y proposer une sélection de documentaires. L'offre de programmes, accessibles moyennant une accréditation de 200 € (au lieu de 590 €), combinait contenus préenregistrés et contenus en direct⁶⁵. Comme à son habitude, le Sunny Side a thématiqué son offre, avec notamment tout un programme autour des documentaires historiques.

Sunny Side a également organisé plusieurs sessions de *Meet the Execs*, « sessions interactives de 30 minutes invitant des décideurs de chaînes, plateformes et institutions culturelles à partager leurs stratégies de programmation, d'acquisition, de coproduction et leurs projets pour la saison à venir ».

Le Marché du Film⁶⁶ (France).

Le Marché du Film de Cannes a eu lieu du 22 au 26 juin 2020 sous la forme d'une édition virtuelle. Dissocié de Cinando, la plateforme marchedulfilm.online a souhaité miser sur l'interactivité et le live. Plus de 10 000 participants ont été recensés lors de cette édition virtuelle.

⁶² UNIFRANCE, [Note 6 sur la circulation des films à l'international](#), 29/04/2020

⁶³ VISIONS DU RÉEL, [Visions du Réel 2020: une édition en ligne généreuse et accomplie](#)

⁶⁴ SUNNY SIDE OF THE DOC, [Communiqué](#), 09/04/2020

⁶⁵ LE FILM FRANÇAIS, [Sunny Side 2020: une édition en ligne et ambitieuse](#), 06/05/2020

⁶⁶ LE FILM FRANÇAIS, [Cannes 2020 : Le Marché du Film détaille son édition virtuelle](#), 17/04/2020

Le Marché du Film a proposé des stands virtuels pour les vendeurs internationaux et les institutions, ainsi qu'un outil de réunion vidéo permettant notamment aux vendeurs de projeter *promoreels* et *trailers* aux acheteurs, de manière sécurisée et fluide. Des projections marché ont eu lieu à horaires précis dans une quinzaine de cinémas en ligne. De nombreux panels et conférences sont également prévus.

Dans le même temps, les studios américains proposeront leur propre édition du marché, sur leur propre plateforme⁶⁷.

INITIATIVES SIMILAIRES

Italian Screenings⁶⁸ (Italie) : Organisé par Filmitalia et l'UNEFA (association des exportateurs de films italiens), Italian Screenings s'est transformé en édition en ligne via Festival Scope Pro. Plus de 40 films ont été projetés, en première mondiale pour nombre d'entre eux.

Marché virtuel DISCOP (Afrique) : Le premier marché virtuel DISCOP, qui a lieu du 1^{er} juin au 31 août, cible 17 pays d'Afrique francophone sub-saharienne. Plus de 250 acheteurs opérant dans la région participent à cette édition inaugurale. Un second marché virtuel, ciblant l'Afrique anglophone et lusophone, aura lieu du 1^{er} août au 31 octobre : plus de 400 acheteurs sont annoncés.

Marché International du Film d'Animation⁶⁹ (France) : Au-delà de son édition numérique, le festival d'Annecy a également mis en place une version digitale de son marché du film d'animation. Sur un total de 14 000 accrédités au festival, le marché a rassemblé plus de 4 100 professionnels. La vidéothèque du MIFA a compté plus de 1 000 œuvres, le double d'une édition habituelle.

MIP TV Online +⁷⁰ (France) : Alors que le MIP TV a dû être annulé quatre semaines seulement avant son lancement, les équipes de Reed MIDEM ont rapidement mis en place une version en ligne du marché, MIP TV Online +. Cette édition en ligne s'est appuyée sur la base de données existante du MIP TV où les utilisateurs peuvent interagir. Un « Ressources Center » assurait la publication des magazines Preview et Daily afin de promouvoir les contenus. Quelques 4 000 professionnels accrédités se sont connectés au marché en ligne.

Roskino⁷¹ (Russie) : Le marché du film russe à destination des acheteurs étrangers a lieu en ligne le 8 juin 2020. Le programme principal de Key Buyers Event: Digital Edition dure quatre jours mais les participants étrangers ont accès aux trailers des projets, à l'enregistrement des sessions et des pitchings pendant quatre jours supplémentaires. Des projets, des films terminés, des séries, des films d'animation sont proposés ainsi que des panels de discussion, de même que des master-classes, des concerts et des interventions.

Series Mania Digital Forum⁷² (France) : La plateforme Series Mania Digital Forum a permis de rassembler les *Co-Pro Pitching Sessions*, le *UGC Writers Campus*, les sessions « *Coming Next From* », la résidence de coécriture franco-israélienne ainsi que 50 séries internationales du programme du festival. Près de 1500 professionnels ont utilisé cette version digitale.

⁶⁷ SCREEN DAILY, [Agency-led Cannes virtual market platform to launch on June 22](#), 16/04/2020

⁶⁸ VARIETY, [Italian Screenings Market Goes Digital in Tie-Up with Festival Scope Pro](#), 15/04/2020

⁶⁹ LE FILM FRANÇAIS, [Annecy 2020 online - Mickaël Marin : "On n'a jamais autant parlé d'Annecy"](#), 20/06/2020

⁷⁰ TV FRANCE INTERNATIONAL, [Du MIP TV au MIP TV ONLINE + : Entretien avec Lucy Smith](#), 08/04/2020

⁷¹ UNIFRANCE, [Note 7 sur la circulation des films à l'international](#), 07/05/2020

⁷² LE FILM FRANÇAIS, [Laurence Herzberg dresse le bilan du premier Series Mania Digital Forum](#), 08/04/2020

LISTE DES INITIATIVES PAR PAYS

Afrique	20	Le Cinéma Club.....	10
DISCOP	20	Neon	12
Allemagne	3, 13, 18, 19	Universal Pictures	11
DOK.fest München.....	19	France	3, 4, 8, 9, 14, 15, 16, 17, 19, 20
Grandfilm	13	Amazon Prime Video	15
Munich.....	3	Annecy.....	4, 5
Stuttgart.....	18	Festival de Cannes	3, 19
Amérique Latine	12, 14	FilmoTV	9
Sofa Digital.....	12	IF Cinéma à la carte.....	7
Angleterre	Voir Royaume-Uni	La Baleine	17
Argentine	8, 9	La Cinémathèque française	8
Cine.ar PLAY	8	La Toile	17
Qubit.....	9	La Vingt-Cinquième Heure.....	16
Belgique	14	Le Pacte.....	14
Le Cinéma Belge à la maison	14	Marché du Film.....	19
Brésil	7, 16	Marché International du Film d'Animation .	20
Cinema Virtual.....	16	MIP TV	20
Varilux em Casa	7	Mon cinéma québécois en France.....	9
Canada	4, 14	Saje Distribution	16
Axia Films	14	Series Mania.....	20
AZ Films.....	14	Sunny Side.....	19
Maison 4:3.....	14	TF1 Studio	15
MK2 Mile End	14	Italie	7, 9, 13, 14, 16, 20
Plein(s) Écran(s).....	4	Academy Two	14
Vues d'Afrique	4	DAFilms.....	7
Chili	7	Institut Français d'Italie	17
Ondamedia.....	7	Italian Screenings	7, 20
Chine	4, 12	Miocinema.....	16
iQIYI.....	4	True Colours Virtual Cinema	13
Spring Online Film Festival	4	Wanted Zone	16
Colombie	13	Maroc	7
Cine Tonala.....	13	Centre cinématographique marocain	7
Movies	13	Mexique	9
Cuba	7	IFAL en casa	9
Cine Cubano en Cuarentena.....	7	Monde	5
Danemark	18	Ciné-club Mon Amour	8
CPH:DOX	18	MyFrenchFilmFestival	6
Égypte	7	We Are One.....	5
Zawya.....	7	Pays-Bas	17
Espagne	6, 7, 10, 12, 13	Picl.....	17
A Contracorriente.....	13	Pologne	16
Aulafilm	10	Mojekino.pl.....	16
Filmin	6, 10, 12	Portugal	8
Somos Cine	7	La Cinemateca Portuguesa	8
États-Unis	9, 11, 12, 15	Roumanie	17
Film Movement	15	Institut Français de Bucarest	17
French Institute Alliance Française.....	10	Royaume-Uni	6, 12, 14, 17
FrenchStreams	9	Curzon Home Cinema	6, 12, 14
Kino Lorber	15, 16	Institut Français de Londres.....	17
Kino Marquee	15	Modern Films	14



**ADAPTATION DES MODÈLES DE DISTRIBUTION ET DE PROMOTION
DURANT LA CRISE DE LA COVID-19**

Mubi	17	Suisse	7, 14, 19
MUBI	6	Agora	14
Sheffield	18	La Cinémathèque Suisse	7
Russie	6, 20	Visions du réel	19
Okko	6	Tunisie	9
Roskino	20	Gardons le fil	9
Singapour	10	Vietnam	9
Anticipate Pictures	10	Respire	9
Suède	17		
Draken	6, 17		