

UniFrance - Table ronde #2 : le confinement, une « carte blanche pour innover » dans le cinéma

La série des **tables rondes numériques** organisée en anglais par UniFrance s'est poursuivie, mardi 2 juin, avec une visioconférence à cinq intervenants sur les sorties de films : stratégies innovantes et nouveaux modèles économiques, modérée par le consultant et journaliste britannique **Michael Gubbins**.

Les professionnels invités étaient tous des experts de la question de l'**exploitation** et de la **distribution** du **cinéma indépendant** dans différents pays : le **Royaume-Uni** avec **Louisa Dent** de Curzon, les **Etats-Unis** avec **Richard Lorber** de Kino Lorber, l'**Italie** avec **Andrea Occhipinti** de Lucky Red, le **Canada** avec **Ariane Giroux-Dallaire** de mk2 Mile End et la **France** avec **Radu Mihaileanu**, représentant les cinéastes de l'ARP.

La question centrale abordée par cette visioconférence a été celle de l'accord entre l'**exploitation physique et numérique d'un film**, et le **bouleversement des fenêtres de sorties** dans chaque pays concerné. Tandis que le confinement a habitué une grande partie du public mondial à regarder un film chez soi, comment faire **cohabiter**

■ ■ ■ comme **Bacurau** de Juliano Dornelles et Kleber Mendonça Filho ou de **Une grande fille** de Kantemir Balagov a pu se poursuivre pendant le confinement, au tarif de **12 dollars la séance**.

A ce sujet, Louisa Dent tient à rassurer la profession : les **deux types d'exploitation** peuvent **cohabiter** sans problème. « Ce sont deux publics qui ne se **cannibalisent pas** », assure-t-elle, rappelant que l'**accompagnement du public** et l'**éditorialisation** sont des **outils essentiels** pour **fidéliser** son public. En Italie, Andrea Occhipinti explique que la **VOD** peine encore à **trouver son équilibre**, mais s'accorde tout de même à dire que si les exploitants espèrent voir leur **public rajeunir**, ils devront se tourner d'une façon ou d'une autre vers le numérique, même si l'**exploitation physique** reste un **objectif commun**.

Au Canada, la plateforme Mile End de mk2 s'est justement développée sur l'ambition d'apporter les **films de cinéma** dans les **domiciles des spectateurs**. Mais Ariane Giroux-Dallaire reste consciente qu'une grande partie de son public risque d'être **déstabilisé** par ce **nouveau mode de consommation** : « Il faut aussi veiller à **garder le contact** avec notre **public** et leur donner les **outils** pour **utiliser nos plateformes**, ainsi que pour savoir où **trouver nos films**. »

Un projet de e-cinéma à l'étude

Radu Mihaileanu, ancien président des cinéastes de l'ARP, a

la **salle de cinéma** et les **plateformes numériques** ? Loin de se montrer méfiant, le panel s'est rapidement mis d'accord sur la **nécessité de réinventer le modèle économique** pour faire **coexister** ces deux options. Richard Lorber a rapidement parlé du confinement comme une « **carte blanche** pour innover », avant d'insister : « Il faut se défaire de l'**antagonisme** entre le **numérique** et le **physique**. »

Distributeurs et exploitants doivent se tourner vers le numérique

De Kino Lorber à Lucky Red en passant par Curzon, tous les représentants des enseignes le disent : il faut se tourner vers le numérique pour **ne pas laisser les plateformes SVOD prendre tout le marché**. « Ce n'est pas pareil que l'expérience physique, mais le **complément financier** est tout à fait **significatif** », explique Richard Lorber, dont la plateforme numérique a été mise au point juste avant le début de la crise sanitaire. Grâce à elle, la distribution de films

expliqué qu'un **projet** est actuellement à l'étude au **ministère de la Culture**, ainsi qu'au **CNC**, pour encourager les cinémas à développer leur plateforme numérique **sans trop bouleverser la chronologie des médias**. Cette idée serait de permettre aux exploitants qui auraient **cumulé un certain nombre de points** (déterminés par l'**exposition** qu'ils auraient **offerte à un film** donné) d'exploiter un titre sur leur plateforme dans un **périmètre délimité** par des informations de **géolocalisation**, afin de ne pas empiéter sur le **territoire** d'un **autre cinéma** exploitant le même film. Cette idée, originale, permettrait aux cinémas de **garder le contrôle économique** des films qu'ils exploitent et aux œuvres diffusées d'**atteindre un plus large public** sur l'ensemble du territoire français. « Mon cinéma peut ainsi devenir à la fois une **librairie de quartier** et **Amazon** qui diffuse très largement », synthétise le réalisateur du *Concert*, en surnommant cette initiative la « **Theatrical Catch-Up** ».

Mais l'importance de la **chronologie des médias** reste capitale et le système français doit continuer à prioriser un **encouragement de la diversité** et **protéger les producteurs indépendants**. C'est pourquoi Radu Mihaileanu a rappelé l'importance de la **transposition de la directive SMA** en France, afin d'inscrire dans la loi l'obligation pour les services de streaming de réinvestir dans la production et dans la diffusion d'œuvres européennes. Louisa Dent et Andrea Occhipinti ont d'ailleurs loué le système français et rappelé que leurs pays gagnent toujours à s'en inspirer. ■