

16 juin 2010 / Libération

Le hors-film entre en salles

Par DIDIER PÉRON, BRUNO ICHER

Mutation . En marge des sorties hebdo, de plus en plus d'exploitants diffusent émissions de télé, concerts et sport.

Au dernier festival de Cannes, la projection de la série télé de Canal + *Carlos*, réalisée par Olivier Assayas, en sélection officielle, dans la grande salle Lumière, fournissait le modèle d'un nouveau type d'événementiel articulant cinéma et contenu audiovisuel. Peu de temps après, les Parisiens étaient conviés dans une salle MK2 à découvrir l'émission *la Nouvelle Star* sur grand écran et en relief. Toutes les salles françaises vont dans les mois à venir opérer leur conversion à la projection numérique. Qu'elles soient dans un multiplexe de grande ville ou seules dans une bourgade, elles vont être en capacité technique de diffuser des programmes autres que le train-train hebdo des sorties de films.

«**Sauvages**». Projection du pilote d'une nouvelle série américaine ou diffusion en direct live d'un concert rock, le numérique autorise une diversification de l'offre qui inquiète une partie des distributeurs de films, notamment les indépendants regroupés sous le sigle Dire, et qui ont dans leurs catalogues des films plutôt «art et essai» Ils ont tiré la sonnette d'alarme, se disant d'ores et déjà «*scandalisés par la multiplication des programmations de contenus non cinématographiques dans les salles, dans des conditions sauvages*». Ils le disent d'autant plus volontiers qu'il leur est demandé de financer à hauteur de 75% le renouvellement du matériel des salles via une contribution numérique dite VPF («Virtual Print Fee» : frais de copie virtuelle), calculée à partir des économies qu'ils réalisent en utilisant une copie numérique (environ 150 euros) au lieu d'une copie 35 mm (1 000 euros).

Les tensions entre distributeurs et exploitants de salles ne sont pas nouvelles, elles correspondent à une crise des écrans, qui ne sont plus assez nombreux pour accueillir les quelque 600 films inédits qui sortent tous les ans en France. La rotation accélérée des films alimente les discussions professionnelles, et ce que l'on nomme désormais le «hors-film», nouveau marché encore balbutiant, fait un peu figure de cerise sur le gâteau.

C'est aujourd'hui que passe en premier examen la proposition de loi qui vise précisément à encadrer ces nouvelles pratiques. Notamment que le «hors-film» ne soit pas une ressource financière qui ne participerait pas aux règles de redistribution établies par le CNC qui, à travers des systèmes extrêmement sophistiqués de taxations et d'aides, a permis de maintenir plus que partout ailleurs une forte diversité des films et un profond maillage du territoire.

Les exploitants, de leur côté, jugent ces cris d'alerte disproportionnés. Le Kinépolis de Lomme (Lille), mégaplexe de 23 salles (le plus grand de France) communiquait sur le succès de ses programmes élargis, «*une multitude d'événements en direct*», annonçant pour la prochaine saison 2010-2011 de l'opéra, des ballets, du théâtre, du rugby, du foot, des concerts, etc.

CielEcran est actuellement l'unique opérateur en France qui fournit du contenu hors cinéma aux exploitants. Depuis son lancement, voici quatre ans, cette filiale d'Europalace (alliance

des deux mastodontes Pathé-Gaumont) a élargi son champ d'action, passant d'une trentaine de salles à une centaine aujourd'hui, auxquelles s'en ajoutent 150 autres un peu partout en Europe (Grande-Bretagne, Allemagne, Espagne...). Le marché progresse donc, même s'il reste encore très marginal : *«Notre credo est de proposer la retransmission de grands événements, culturels ou sportifs, dans d'excellentes conditions et en direct à des publics qui n'y ont pas accès. Cette année, nous avons ainsi connu un grand succès avec le match de rugby entre la France et l'Angleterre, en 3D, lors du Tournoi des six nations. Dans le même registre, nous allons projeter trois matchs de la Coupe du monde, les demi-finales et la finale, en juillet. En dehors de manifestations sportives, nos programmes les plus demandés sont les opéras du Metropolitan Opera de New York et les concerts de rock comme ceux de Metallica, Robbie Williams, Elton John...»*

Partenariat.*«L'ensemble du hors-film représente actuellement 3/1000 des entrées, explique Marc Welinski, le directeur de CielEcran. Dans le meilleur des cas, notre part de marché pourrait s'élever à 0,8%, voire 1%.»* Dans la ligne de mire de la société, l'année prochaine, une montée en puissance, modeste mais effective, concernant la coproduction - un accord de partenariat a été signé avec France Télévisions pour enregistrer des ballets de l'Opéra de Paris. L'agressivité de nouveaux acteurs économiques, le positionnement des chaînes de télé jugeant ou non opportun de se servir des salles pour buzzer leurs nouvelles émissions ou séries, l'impact réel ou fantasmé du hors-film sur la capacité de résistance d'un cinéma d'auteur à la noyade dans un grand bain commun de divertissements audiovisuels, autant de questions en suspens que tous les acteurs professionnels vont suivre à la loupe.