

UniFrance - Table ronde #7 : les cinémas doivent « créer un meilleur lien avec les spectateurs »

La série des **tables rondes numériques** organisées en anglais par **UniFrance** s'est conclue, mardi 7 juillet, avec une visioconférence à trois intervenants intitulée « **Une nouvelle réalité pour le cinéma ?** ». Parmi les professionnels invités, deux spécialistes de la **vente internationale** en France : **Bérénice Vincent**, cofondatrice de **Totem Films**, et **François Yon**, cofondateur de **Playtime**. Depuis les Etats-Unis, **Anne Thompson**, rédactrice en chef d'**IndieWire**, a alimenté la conversation en qualité d'observatrice historique de la profession.

Le modérateur, **Michael Gubbins**, a organisé cette dernière table ronde comme une **conclusion** des **six précédentes**, pour mettre en évidence les **principaux défis** de l'**industrie cinématographique** au lendemain de la **crise sanitaire**. Un sujet central a été vite soulevé par Anne Thompson : si les **plateformes de VOD/SVOD** ont su profiter de cette crise, c'est parce qu'elles analysent des données sur leurs utilisateurs. Si les distributeurs et les exploitants veulent survivre dans ce nouveau monde, ils doivent « créer un **meilleur lien** avec les **spectateurs** ».

La distribution en salles survivra-t-elle à la crise ?

« Les **habitudes** des spectateurs **ont changé** : ils se sont familiarisés avec la **VOD** ou la **SVOD** et **savent trouver leurs programmes** depuis chez eux. Qui sait quelle sera la **demande** pour le **retour en salles ?** », commente Anne Thompson. Les portes des cinémas américains restent fermées tandis que la crise sanitaire bat son plein outre-Atlantique. Pour cette rédactrice en chef d'un site spécialisé, il n'est **pas certain** que l'**exploitation** retrouve sa **fréquentation d'avant le confinement**, particulièrement dans les établissements spécialisés dans l'**art et essai**. Même parmi les plus solides, beaucoup d'enseignes risquent de mettre la **clef sous la porte**. « Mais si les cinémas **ferment massivement**, comment sortir un film à **250 millions de dollars ?** »

Vu depuis l'**Europe**, où les salles ont rouvert dans **quelques pays**, ce problème a **déjà pris forme**. Comme le rappelle François Yon, si les chiffres sont **relativement rassurants en France**, ils sont **alarmants**

en Allemagne et catastrophiques en Italie, où **seulement 10 % des salles** sont **en activité**, dans un parc mal entretenu. « Les **exploitants** sont **mauvais** dans la **connaissance de leur public**, par opposition aux **plateformes** », explique François Yon, pour qui la situation n'est pas désespérée. Toute la **chaîne de production fonctionne** : les **studios** et leurs **équipes** sont **prêts**. Les **talents** aussi. Les **plateformes** sont **riches** et cherchent des **contenus**. Il n'y a que le secteur de l'exploitation en salles qui pose problème, ce qui va forcer l'**écosystème à se réajuster**.

Rien ne remplacera la version physique des festivals

Les festivals restent un lieu essentiel de **rencontres** et d'**échanges** pour imaginer l'industrie de demain. Bérénice Vincent et François Yon mesurent mieux que personne la pertinence de la numérisation de ces événements au lendemain du premier **Marché international du film en ligne de Cannes**, qui s'est déroulé du 22 au 26 juin. Bérénice Vincent est heureuse d'avoir été au centre de l'attention avec son film **Gagarine** (en sélection officielle de Cannes 2020), mais doit se rendre à l'évidence : « Le Marché du film en ligne a **concentré l'attention** sur un plus **petit nombre de films**, ce qui est **mauvais pour l'industrie**. » Elle rappelle que rien ne remplacera la possibilité d'organiser une **première sur grand écran** pour les équipes de films sélectionnés, particulièrement pour les œuvres **d'art et essai**. « Il faut retrouver des marchés physiques au plus vite. Rien ne remplace le **buzz de la Croisette**. »

Pour François Yon, le métier de la **vente internationale** doit se montrer créatif pour que l'industrie fonctionne mieux. « En étant au croisement des métiers, nous pouvons faciliter l'industrie en **anticipant les choses** », explique-t-il, en prenant l'exemple du film **Goodnight Mommy** (2014) dont Playtime a sécurisé en amont les **droits de remake en langue anglaise**, facilitant son passage **préproduction**. Il se tournera à l'automne. ■