

Enquête 2019 sur les enjeux socio-culturels des exploitants des salles de cinéma

9^{ème} Rencontres du Sud, 18^{ème} Rencontres Patrimoine/Répertoire de l'AFCAE, BoxOffice France
Master 1 Culture et Communication parcours Arts et Techniques des Publics -
Avignon Université

© rawpixel.com/FreePik

Cette synthèse présente les principaux résultats de l'enquête de terrain réalisée sur les publics professionnels des Rencontres du Sud, des Rencontres de l'AFCAE et des abonnés BoxOffice France. Plus précisément, l'objectif était de produire de la connaissance sur les métiers de l'exploitation cinématographique, peu étudié en sciences humaines et sociales. Cette étude s'inscrit en continuité avec l'enquête menée en 2018. La récolte de données s'est faite à partir d'observations, d'entretiens et de deux questionnaires.

Typologie du métier : du terrain aux questionnaires

Pour cette enquête, deux questionnaires ont été réalisés. Un questionnaire de dix questions a été administré pendant la manifestation des Rencontres du Sud et aux Rencontres de l'AFCAE afin de mieux connaître les publics présents. Un deuxième questionnaire a été conçu pour être envoyé sur la liste de diffusion de BoxOffice France. Le premier questionnaire com-

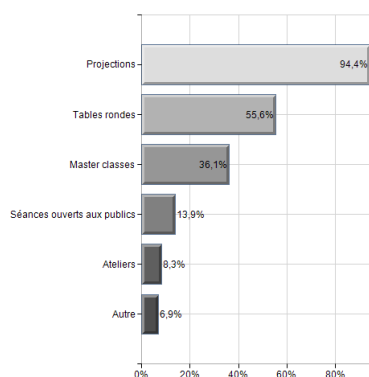
Depuis 2013, le Master Culture et Communication, mention Arts et Techniques des Publics d'Avignon Université est en partenariat avec un festival de professionnels de l'exploitation cinématographique, les Rencontres du Sud. Cette année, ce dernier s'est associé aux Rencontres Patrimoine et Répertoire organisées par l'AFCAE (Association Française des Cinémas d'Art & Essai). En questionnant les festivaliers de ces Rencontres, ainsi que les exploitants abonnés au magazine BoxOffice France, l'objectif est de rendre compte d'une typologie du métier d'exploitant, leur rapport à l'éducation, au cinéma de patrimoine et surtout à l'évolution du secteur notamment depuis l'arrivée des plateformes SVOD (Subscription Video On Demand, pour Vidéo à la demande par abonnement en français).

Cette enquête est réalisée sous la direction scientifique d'Emmanuel Ethis, Damien Malinas, Émilie Pamart, Stéphanie Pourquier-Jacquin et Raphaël Roth, membres du laboratoire Culture et Communication d'Avignon Université.

prend 215 répondants qui ont participé aux Rencontres du Sud et 80 personnes qui ont participé aux Rencontres de l'AFCAE. Cet échantillon permet d'obtenir des données représentatives du public de l'événement. Que ce soit pour les Rencontres du Sud ou celles de l'AFCAE, ces données révèlent que ces publics sont majoritairement des professionnels de l'exploitation (29,1% des répondants). L'échantillon se compose à 59,2% d'hommes et

à 40,8% de femmes. Agés en moyenne de 52 ans, les exploitants présents gagnent entre 1500€ et 2499€ pour 43,7% d'entre eux. Ils déclarent être venus à ces événements pour "préparer la programmation de [leur.s] salle[s]" (62,8%) et pour "rencontrer les autres professionnels" (58,1%). Par ailleurs, ils ont majoritairement plébiscité les projections (97,7%) et les tables rondes (55,8%).

Graphique 1 : Événements auxquels se sont rendus les participants aux Rencontres du Sud et de l'AFCAE

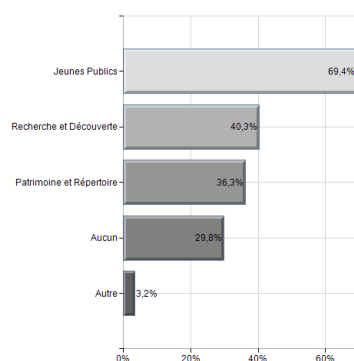


Il faut lire que 94,4% des répondants qui ont participé aux Rencontres du Sud et/ou aux Rencontres de l'AFCAE se sont rendus aux projections.

Le second questionnaire regroupe, avec 53,8% d'exploitants et 14,9% de directeurs général d'exploitation, 68,7% de répondants faisant partie des métiers de l'exploitation. Pour faciliter la lecture, ces deux métiers sont regroupés sous le terme d'"exploitants". Les activités de direction, de programmation, d'administration et d'événementiel sont les fonctions les plus citées par ces derniers. Cette pluralité des fonctions montre la réelle polyvalence de ces métiers. La plupart des exploitations (45,1%) ont une forme associative. La majorité des exploitants interrogés gère un seul établissement (78,2%), mono-écran (38,3%), pour une jauge inférieure à 500 places (62,4%). Dans leurs cinémas, une entrée plein tarif coûte en moyenne 7,38€. Une large part (82,9%) des exploitants interrogés ont un établissement classé "Art et Essai", tandis qu'en France, il n'y a qu'environ 57% d'établissements classés. Les établissements des exploitants interro-

gés ont également des labels : Jeunes Publics (pour 69,4% d'entre eux alors que ce label est obtenu par environ 33% des établissements français), Recherche et Découverte (40,3% alors que ce label est obtenu par environ 16% des établissements français), Patrimoine et Répertoire (36,3% alors que ce label est obtenu par environ 19% des établissements français). Les exploitants qui ont répondu à l'enquête sont particulièrement intégrés aux circuits de classement "Art et Essai" et de labellisation des salles de cinéma.

Graphique 2 : Labels obtenus par les exploitants qui ont répondu à l'enquête



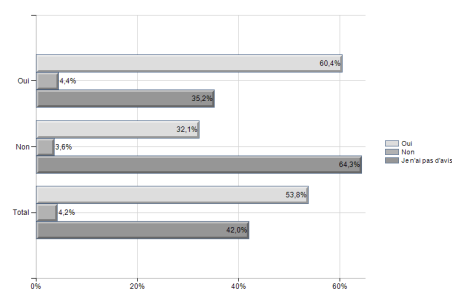
Il faut lire que 69,4% des exploitants qui ont répondu à l'enquête ont un établissement labellisé "Jeunes Publics".

Le patrimoine dans l'exploitation : un engagement cinéophile ?

L'enquête s'est aussi intéressé aux publics de l'AFCAE, ainsi, un intérêt particulier a été porté au regard de l'exploitant sur le cinéma de patrimoine. Il faut remarquer deux tendances distinctes : la majorité des répondants ont la volonté de programmer un cinéma de répertoire, mais il y a également une part notable des répondants qui

fait preuve d'une certaine indifférence et ne porte pas d'avis à ce sujet. L'engouement pour le cinéma de patrimoine représente un phénomène positif pour la majorité des exploitants répondants à 53,7%, mais 42,1% n'ont pas d'avis à ce sujet. Parmi ceux qui y voient un phénomène positif, 60,4% possèdent un livre de cinéma chez eux, témoignant d'une forme de cinéphilie. A l'inverse, ceux ne possédant pas de livres de cinéma n'ont pas d'avis à 64,3%. Ces cinéphiles défendraient le cinéma de patrimoine en projetant majoritairement des films de répertoire, déjà connus du grand public (74,7%) et même méconnus du public (48,4%). Pour les exploitants les enjeux majeurs de la programmation de ces films sont : la valorisation d'un passé cinématographique (67,2%) et l'éducation cinématographique (62,2%).

Graphique 3 : L'engouement positif du cinéma de patrimoine mis en évidence par la possession de livres



Il faut lire que 60,4% des répondants qui possèdent un livre de cinéma chez eux, voient un engouement positif au cinéma de patrimoine, tandis que 64,3% des répondants qui n'en possèdent pas n'ont pas d'avis.

Le cinéma, une vertu éducative

L'enquête de 2018 interrogeait les exploitants de salle qui

mettent en place à 85,7% des activités dans le cadre de l'Éducation Artistique et Culturelle (EAC). En 2019, 98,9% des exploitants reconnaissent une vertu éducative dans le cinéma et 92,2% y accordent une place dans leur programmation. Cependant 73,3% des répondants n'ont pas connaissance de la charte de l'EAC. Ce résultat est étonnant car les missions quotidiennes de ces professionnels incluent des actions d'éducation artistique et culturelle.

Les exploitants et la SVOD, entre défiance et adaptation

Si une légère majorité des répondants (51,7%), sont d'accord pour dire que les acteurs majeurs de la SVOD (Netflix, Amazon Prime Vidéo, My Canal, etc.) sont devenus incontournables au sein du marché cinématographique, il y a tout de même un refus d'accepter les plateformes SVOD dans leurs formes actuelles chez les professionnels du cinéma. Selon eux, la salle de cinéma, synonyme d'une expérience sociale et collective, s'oppose à la SVOD, caractérisée par son aspect individualiste et consumériste (25,8%), sa responsabilité dans l'accélération de la perte des spectateurs en salle (19%), puis sa contribution à la baisse de qualité des oeuvres (14,5%). Les exploitants jugent ces plateformes non compatibles avec le modèle économique du cinéma français (55,7%), tandis que les professionnels non-exploitants ne sont que 31,9% à partager leur avis, ce qui témoigne d'une inquiétude spécifique au domaine de l'exploitation. Les exploitants

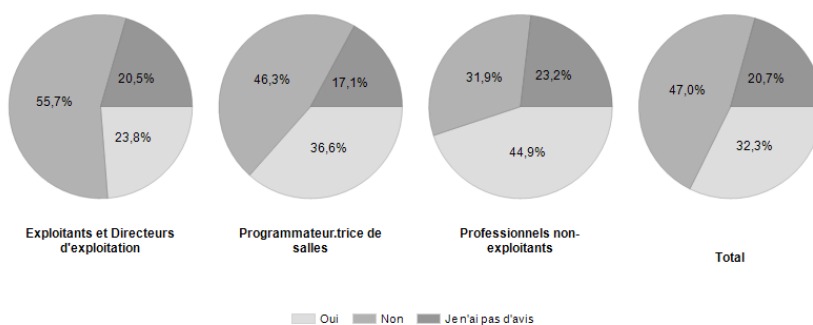
différencient les productions cinématographiques de celles des plateformes SVOD, déclarant à 53,9% ne pas vouloir en projeter dans leur(s) salle(s), pointant leur non-respect de la chronologie des médias. Cette spécificité de la projection en salle est confirmée par le fait que 55,7% des exploitants ne souhaitent pas non plus programmer de soirées dédiées aux séries. Cependant, plus les exploitants sont jeunes, plus ils s'éloignent de cette majorité.

reusement organisées sont des événements associatifs (71,4%) et des soirées dédiées aux films locaux (52,4%), témoignant du lien qu'entretiennent les salles de cinéma avec leur territoire.

La programmation des exploitants

De plus, la grande majorité des exploitants déclare articuler leur programmation autour de la demande du public (86,4%). Cependant, leur goût personnel

Graphique 4 : La compatibilité entre la SVOD et l'économie du cinéma français vue en fonction des métiers du secteur



Il faut lire que 55,7% des exploitants et directeurs d'exploitation estiment que la SVOD n'est pas compatible avec l'économie du cinéma français.

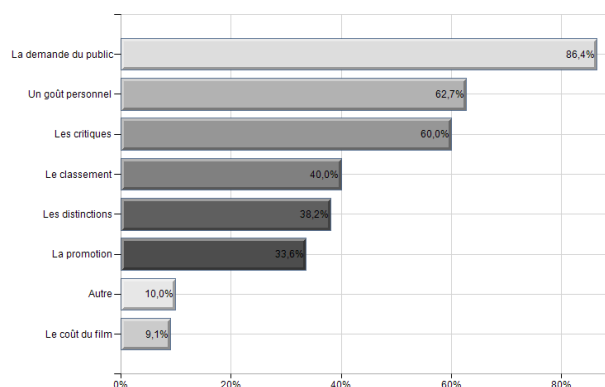
Diversification des activités culturelles proposées par les salles

Face aux nouveaux enjeux posés par l'arrivée des plateformes SVOD, les exploitants semblent diversifier les événements organisés dans leur(s) salle(s). Une large majorité d'entre-eux répondent avoir mis en place des activités scolaires (90,2%), des soirées thématiques (86,9%), des avant-premières (86,1%), des rencontres (67,2%), des festivals (57,4%) et des conférences (50%). Les soirées thématiques majoritai-

(66,3%) et les distinctions des films (41%) sont davantage cités chez les exploitants faisant preuve d'une forme de cinéphilie. Les exploitants non-cinéphiles mentionnent de manière équivalente, à 50%, la promotion du film et leur goût personnel pour choisir leur programmation. Enfin, les exploitants de salles situées en zone rurale accordent davantage d'importance aux critiques (82,1%), et aux distinctions (57,1%) que ceux situés en centre-ville, témoignant de leur attention particulière à construire une pro-

grammation reconnue comme qualitative par des organismes.

Graphique 5 : Les critères de programmation des exploitants



Il faut lire que, pour 86,4% des exploitants le critère de programmation principal est de s'adapter à la demande du public.

Étude menée en partenariat avec l'Équipe Culture et Communication d'Avignon Université, les Rencontres du Sud, les Rencontres Patrimoine/Répertoire de l'AFCAE, la revue Boxoffice France.

Équipe Culture et Communication d'Avignon Université - direction scientifique : Emmanuel ETHIS, Damien MALINAS, Emilie PAMART, Stéphanie POURQUIER-JACQUIN, Raphaël ROTH.

Enquêteurs : Pablo Belime, Raphaëlle Bénard, Camille Bénazet, Sam Bihan, Loïc Castells, Léo Charrier, Julien Chauvet, Vincent Deschamps, Clémence Doux, Axel Dupont, Christlord Foreste, Katya Hodgkinson, Wenyu Kang, Cécile Larrazet, Agathe Le Goff, Sarah Matelot, Jade Miranda Neri, Laurie Panier, Johanna Pracht, Alexandre Spataro, Célia Touharia.

MÉTHODOLOGIE

L'enquête sur les enjeux des salles de cinéma pour les professionnels du secteur s'est partagée en deux parties. Un premier questionnaire de dix questions a été transmis en direct lors des Rencontres du Sud et des Rencontres Patrimoine/Répertoire de l'AFCAE en mars 2019. Il a recueilli 244 réponses à l'aide du logiciel Sphinx. Un second questionnaire a été envoyé par mail après ces événements à leurs participants ainsi qu'à tous les abonnés de la newsletter du magazine BoxOffice France. Nous avons recueilli et décodé, grâce à ce même logiciel, 202 réponses. Des observations, des entretiens et des discussions informels sont venus compléter qualitativement ces données quantitatives.

OUVRAGES DE RÉFÉRENCE

- E. ETHIS, *Pour une po(i)étique du questionnaire*, Paris, L'Harmattan, 2004.
- E. ETHIS, *Sociologie du cinéma et de ses publics*. Paris, Collection 128, Armand Colin, 2014.
- F. DE SINGLY, *Le Questionnaire, L'enquête et ses méthodes*, Armand Colin, coll. « 128 », 2012.
- P. GESSATI, J. CHAPRON, *L'exploitation cinématographique en France*, Paris, Dixit éditions, 2017.
- J.-C. PASSERON, « L'espace mental de l'enquête (I et II) », Open Edition, *Enquête*, 1995-96.

