## Comment promouvoir les films de patrimoine auprès des jeunes de 15-25 ans ? Le cas des cinémathèques, des distributeurs indépendants et des salles commerciales indépendantes

#### Adrien Fondecave

Mémoire en vue de l'obtention du Master 2 Management des Organisations Culturelles de l'Université Paris Dauphine PSL

Formation continue

Sous la direction d'Iris Deniozou

Remis le 23 août 2023 (mis à jour le 4 septembre 2023)



Année universitaire et Promotion 2022-2023

# **Sommaire**

So	mmaiı	re		2
Re	merci	eme	nts	5
Ré	sumé.			6
Int	roduc	tion		7
	1.	Le «	Cas Tanaka »	7
			roblématique de ce mémoire : la promotion du cinéma de patrimoine auprès d 15-25 ans	
,	3.	Défii	nition des termes de la problématique	14
	3.1.		Le cinéma de patrimoine	14
	3.2.		Les cinémathèques	17
	3.3.		Les distributeurs de films	17
	3.4.		Les salles commerciales indépendantes	18
	3.5.		Les jeunes de 15-25 ans	18
	3.6.		La promotion du cinéma de patrimoine auprès des jeunes de 15-25 ans	19
	4.	Les	grands axes de ce mémoire	22
1.	Le s	ecte	eur du cinéma de patrimoine et les jeunes de 15-25 ans	24
	1.1.	Le s	ecteur du cinéma de patrimoine	24
	1.1.1		La patrimonialisation du cinéma : du patrimoine au marché	25
	1.1.2	2.	Le marché du cinéma de patrimoine	27
	1.1.3	3.	Les acteurs clés du cinéma de patrimoine	30
	1.1.4	١.	La transmission du cinéma de patrimoine, un enjeu clé	59
	1.2.	Le p	ublic des 15-25 ans	60
	1.2.1		Quel public pour le cinéma de patrimoine ?	62
	1.2.2	2.	Quelques tendances clés des pratiques culturelles des jeunes de 15-25 ans	63
	1.2.3	3.	Les jeunes de 15-25 ans et le cinéma aujourd'hui	76
	1.2.4 ans a		Pour conclure : trois mouvements de fond dans le rapport des jeunes de 15- culture et au cinéma	
2. pa			tégies déployées par les professionnels pour promouvoir le cinéma suprès des jeunes de 15-25 ans	
:	2.1.	Méth	nodologie et terrain d'étude	87
	2.1.1		Méthodologie	87
	2.1.2	2.	Terrain d'étude : professionnels rencontrés	90
			stratégies déployées par les professionnels pour promouvoir le cinéma auprès des jeunes de 15-25 ans	
	2.2.1 intére		Innover dans la programmation et choisir des films autour de thématiques ent les jeunes	

	2.2.2.	105	a nui
	2.2.3. culturelle	Ne pas hésiter à adopter une approche transdisciplinaire et partir de référer es qui parlent aux jeunes pour leur faire découvrir des films moins faciles d'a 107	
	2.2.4.	Evénementialiser les ressorties de films de patrimoine	111
	2.2.5.	L'indispensable médiation	. 116
	2.2.6.	Faire contribuer les jeunes : co-programmation et ateliers de mise en prat	tique
	2.2.7.	Du bon usage des réseaux sociaux	. 126
	2.2.8.	Les jeunes parlent aux jeunes : faire appel à leurs pairs	. 128
	2.2.9.	Recourir à des influenceurs suivis par les jeunes mais bien le doser	. 130
	2.2.10.	Encourager les dispositifs d'éducation à l'image	. 133
	2.2.11. innovan	Constituer des groupes de réflexion et d'action pour développer des protes	•
	2.2.12.	Agir sur le prix des séances et des activités associées	. 136
3.	Limites 139	de la promotion du cinéma de patrimoine et quelques recommandat	ions
3	3.1. Lim	ites de la promotion du cinéma de patrimoine	. 139
	3.1.1. l'effet «	Le manque de reconnaissance du cinéma de patrimoine par le grand pul films en noir et blanc » ou « vieux films »	
	3.1.2.	Un manque de visibilité du cinéma de patrimoine à la télévision	. 141
	3.1.3.	Un besoin inépuisable de médiation et de contextualisation	. 143
3	3.2. Que	elques recommandations complémentaires	. 144
	3.2.1. autour d	Mobiliser tous les acteurs du secteur pour réhabiliter le cinéma de patrim l'une vaste campagne de communication	
	3.2.2. patrimoi	Mobiliser les acteurs du secteur pour un retour significatif du cinémant ne sur les chaînes de France Télévisions	
	3.2.3. de diffus	Solliciter davantage l'avis des jeunes et accroître leur participation aux act sion et de promotion des films de patrimoine	
Со	nclusion		. 157
Bib	liograph	ie	. 162
1	. Pér	iodiques	. 162
	1.1.	Articles de revues	. 162
	1.2.	Articles de journaux ou de magazines	. 163
2	2. Livr	es	. 165
	2.1.	Livres	. 165
	2.2.	Chapitres de livres	
3	s. Rap	pports	. 168
	3.1.	Rapports d'organisations et études	. 168

3.2.	Rapports annuels	170
4.	Conférences et présentations	170
5.	Mémoires et thèses	171
6.	Documents audiovisuels	172
6.1.	Documents vidéos	172
6.2.	Documents audios	173
7.	Sites et pages Internet	174
8.	Dictionnaires, encyclopédies et Wikipédia	176
8.1.	Dictionnaires en ligne	176
8.2.	Wikipédia	176
Index de	es films cités	178
Annexe	s	184
1.	Entretiens – Tableau de synthèse	184
2.	Grille d'entretiens – Archives de films / Cinémathèques	185
3.	Grille d'entretiens – Distributeurs de films	187
4	Grille d'entretiens – Salles de cinéma	188

## Remerciements

Je souhaite remercier ici un certain nombre de personnes sans lesquelles ce mémoire n'aurait pu voir le jour.

Je remercie tout d'abord Céline Michaïlesco et Hélène Orain, dirigeantes du master Management des Organisations Culturelles à l'Université Paris Dauphine PSL, pour m'avoir fait confiance et m'avoir permis d'effectuer ce master. J'ai vécu grâce à vous une année très riche, aussi bien sur le plan professionnel que personnel. Une année inoubliable. Merci.

Je remercie Christine Barthout et Amélie Ducros, qui ont joué un rôle précieux dans la vie de ce master.

Je tiens ensuite à remercier ma Directrice de mémoire, Iris Deniouzou, qui a été exceptionnelle. Je lui dois beaucoup, et nos échanges se sont toujours faits de manière constructive, dans la bonne humeur. Merci beaucoup Iris, you're the best!

Je remercie Jean-Emmanuel Papagno, enseignant à Dauphine PSL, pour ses conseils et pour son cours de Production et Politiques audiovisuelles, qui a été très plaisant et très intéressant à suivre.

Je remercie aussi le Professeur Pierre Maclouf, dont les précieux conseils m'ont accompagné avant et pendant cette année de master. Merci beaucoup pour votre soutien, Professeur.

J'adresse un merci profondément reconnaissant à l'ensemble des professionnels que j'ai interrogés, qui m'ont fait confiance en parlant librement, et qui m'ont accordé de leur temps précieux. Dans l'ordre chronologique des personnes que j'ai rencontrées, je remercie Annelise Landureau, Stéphanie-Emmanuelle Louis, Emilie Cauquy, Elvira Shahmiri, Samantha Leroy, Loris Dru-Lumbroso, Jean-Fabrice Janaudy, Sarajoy Mercier, Pauline Vallet, Rodolphe Lerambert, Eugénie Filho, Jean-Baptiste Viaud, Matthieu de Faucal, Anne-Laure Brénéol-Ithurralde, Fabien Gaffez, Pauline de Raymond, Elodie Imbeau, Mylène Frogé, Mathieu Guilloux, François et Jean-Max Causse, Gérald Duchaussoy, Anne Huet et Alan Chikhe.

Je remercie notamment de nouveau Rodolphe Lerambert, ancien du master, avec qui j'avais échangé en début d'année, afin de réfléchir aux prémices de ce qui allait devenir ce mémoire. Merci beaucoup pour votre temps et vos conseils, Rodolphe.

Je n'oublie pas Chloé et Raphaël, merci de vous être prêtés à cet exercice... et merci pour votre enthousiasme !

Je remercie ensuite mes parents, pour leur soutien indéfectible, ainsi que mes deux frères. Je remercie aussi mon grand-père, qui a suivi avec attention et curiosité cette année de master.

Un grand merci à l'ensemble de la promotion du master, ça a vraiment été un très grand plaisir de vous côtoyer cette année! Et merci pour cette belle entraide, qui nous a fait traverser ensemble, collectivement, ces moments parfois difficiles.

Je remercie plus particulièrement pour leur soutien François, Louise, Pauline, Solène et Suzy, ainsi qu'Anne-Claire et Sébastien, membres de notre groupe de travail de choc en Gestion de productions culturelles! Je n'ai pas la place pour citer toutes les autres personnes de la promotion, mais une fois encore, merci à chacune et chacun d'entre vous.

Je remercie enfin mes amis pour leurs encouragements constants : Thierry, Clara et Edouard, Xavier, Elise, Ziyed, Anita, Maxance, Laurane, Amaury et Adriana.

# Résumé

Aujourd'hui, les films de patrimoine (sortis en salles il y a plus de 20 ans) représentent 30% de l'offre de films mais seulement 1,5% des entrées en salles, selon une étude du CNC de 2022. Malgré cette fréquentation peu élevée au regard de l'offre foisonnante, les professionnels du cinéma de patrimoine se rejoignent pour affirmer que c'est un marché, de niche certes, mais qui se porte bien. Toutefois, en creusant le sujet, je me suis rendu compte qu'il se heurte à un écueil : le vieillissement de son public. En effet, le public des films de patrimoine, en salles, à la télévision, en DVD/Blu-ray ou sur les plateformes de streaming, se concentre sur les adultes de plus de 30 ans. Du fait de raisons multiples que je détaillerai dans ce mémoire, un enjeu clé émerge : comment attirer le public des 15-25 ans, plutôt versatile et indépendant dans ses choix culturels, mais constituant les cinéphiles de demain, vers le cinéma de patrimoine ? Je présenterai donc dans ce mémoire les stratégies déployées par les cinémathèques, les distributeurs indépendants et les salles de cinéma indépendantes pour promouvoir ces films de patrimoine auprès des jeunes de 15-25 ans, ainsi que leurs limites.

Mots clés : film de patrimoine, jeune de 15-25 ans, cinémathèque, distribution de films, salle de cinéma

# Introduction

#### 1. Le « Cas Tanaka »

Le 16 février 2022, je suis dans la file d'attente du cinéma Le Champo<sup>1</sup>, célèbre salle du Quartier Latin, à Paris, spécialisée dans la projection de films anciens. Après plusieurs années de pandémie du Covid-19, des confinements à répétition et la fermeture des cinémas sur de longues périodes, je retrouve enfin le plaisir de découvrir des films en salle. J'attends pour aller voir le long métrage *Mademoiselle Ogin* de Kinuyo Tanaka (1962).

Ce film m'intrigue : il paraît que Kinuyo Tanaka était l'une des toutes premières femmes réalisatrices au Japon. Elle était également actrice, elle fut même, probablement, la plus grande actrice japonaise de tous les temps. Elle a joué dans plus de 200 films, dont d'immenses chefs-d'œuvre, avec les plus grands cinéastes japonais² : Kenji Mizoguchi, dont elle fut l'actrice fétiche, Yasujirô Ozo, Mikio Naruse, Hiroshi Shimizu, dont elle fut un temps l'épouse, Keisuke Kinoshita, Masaki Kobayashi, Kaneto Shindô, Kon Ichikawa, Hiroshi Inagaki...

Mais ce n'est que très récemment que le public français a (re)découvert qu'elle fut aussi réalisatrice. En effet, elle a réalisé 6 longs métrages, à une époque où il était impensable qu'une femme soit cinéaste, dans une société aussi patriarcale et conservatrice que le Japon des années 1950-1960<sup>3</sup>. Beaucoup d'hommes, notamment Kenji Mizoguchi, dont elle était pourtant la protégée, lui ont mis dans bâtons dans les roues. D'autres, au contraire, l'ont soutenue, comme Ozu ou Naruse. Par sa force de caractère, par son courage, son abnégation, mais aussi son aplomb, Kinuyo Tanaka a fini par s'imposer. Mais depuis son décès, en 1977, elle a comme été rayée de l'Histoire... Pendant des années, plus personne n'entend parler de ses 6 longs métrages, ou presque...

C'est seulement en 2019 que naît le projet de la faire redécouvrir, et notamment en France<sup>4</sup>. La société de distribution Carlotta Films, spécialiste de la diffusion des films de Yasujirô Ozu, acquiert les droits de *La Lune s'est levée*, second long métrage réalisé par

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Site internet du cinéma Le Champo : <a href="https://www.cinema-lechampo.com/">https://www.cinema-lechampo.com/</a>

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Page Wikipédia française consacrée à Kinuyo Tanaka, très complète et labellisée « bon article » en 2019 : Kinuyo Tanaka. (2023, 17 août). Dans *Wikipédia*. https://fr.wikipedia.org/wiki/Kinuyo Tanaka

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Vincent, P.-A. (2022). Kinuyo Tanaka : Réalisatrice de l'âge d'or du cinéma japonais. Paris. Carlotta Films.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Paul-Boncour, V. (2023, mars). Kinuyo Tanaka, réalisatrice de l'âge d'or du cinéma japonais en 6 films – En ce début de 6° semaine au cinéma, retour sur les coulisses d'un succès ! *Carlotta Films*. <a href="https://carlottafilms.com/wp-content/uploads/2022/03/CAS-TANAKA.pdf">https://carlottafilms.com/wp-content/uploads/2022/03/CAS-TANAKA.pdf</a>.

Kinuyo Tanaka, qui aurait dû être tourné par Ozu, mais dont il a offert le scénario à son amie, pour qu'elle en fasse son propre film. Peu de temps après, en 2020, le projet du Festival de Locarno d'effectuer une rétrospective de l'intégrale des films réalisés par Kinuyo Tanaka, porté par sa Directrice Artistique Lili Hinstin, tombe à l'eau, notamment en raison de l'épidémie de Covid-19... Mais entretemps, l'équipe de Carlotta Films a découvert les 5 autres longs métrages de Tanaka et est tombée sous le charme. Carlotta décide alors de reprendre le projet de rétrospective. La Lune s'est levée est projeté en avant-première au Festival de Cannes 2021, dans la section Cannes Classics. Puis en octobre 2021, l'intégrale des films de Kinuyo Tanaka est projetée au Festival Lumière, à Lyon, pour ce qui constitue l'avant-première mondiale de cette ressortie. Ça y est, le mouvement est en marche... Kinuyo Tanaka repart à l'assaut de la France, puis du monde!

Tout ça, en ce 16 février 2022, je ne le sais pas encore... Je m'aperçois simplement que la file de spectateurs grandit dernière moi, signe que je ne suis pas le seul à être intrigué par ce film et cette cinéaste. Et je ne me suis pas trompé, *Mademoiselle Ogin* est une très belle découverte : la réalisation maîtrisée à la perfection, les actrices et acteurs émouvants, le scénario que l'on pourrait aujourd'hui qualifier de féministe, avec une héroïne forte, aux prises avec une société patriarcale... Ce film regorge de qualités et entre complètement en résonnance avec notre monde de 2022, post #MeToo.

Le 16 février, nous sommes le premier jour de la rétrospective parisienne consacrée à Kinuyo Tanaka. Rapidement, le bouche-à-oreille se répand et les spectateurs affluent. Au bout d'une semaine, la rétrospective des 6 longs métrages fait 10 000 entrées en France. Un mois plus tard, elle atteint les 30 000 entrées, puis bientôt les 40 000 entrées<sup>5</sup>. La rétrospective se diffuse ensuite dans d'autres pays : la Belgique, la Suisse... Le succès de cette rétrospective essaime jusqu'au Japon, où Kinuyo Tanaka est redécouverte et célébrée! Par rapport aux blockbusters américains qui sortent chaque année, cet événement semble une goutte d'eau. Mais pour 6 longs métrages japonais des années 1950-60, en japonais sous-titré en français, réalisés par une femme que personne ne connaît en tant que cinéaste... C'est énorme!

C'est même un succès qui fait date dans le secteur de ce qu'on appelle le « cinéma de patrimoine », ces films anciens, sortis une première fois en salles il y a plus de 20 ans. A tel point qu'on peut parler de « Cas Tanaka », pour reprendre les mots de Carlotta Films<sup>6</sup>. En

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Beauchet, S. (2022, 7 novembre). Coffret Kinuyo Tanaka - réalisatrice de l'âge d'or du cinéma japonais. *DVDClassik*. <a href="https://www.dvdclassik.com/test/blu-ray-coffret-kinuyo-tanaka-realisatrice-de-lage-d-or-du-cinema-japonais-carlotta-films">https://www.dvdclassik.com/test/blu-ray-coffret-kinuyo-tanaka-realisatrice-de-lage-d-or-du-cinema-japonais-carlotta-films</a>.

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Paul-Boncour, V. (2023, mars). *Ibid*.

effet, il s'agit d'un véritable cas d'école. Une réalisatrice étrangère est redécouverte 45 ans après sa mort. L'histoire internationale du cinéma fait un pas en avant et est corrigée de ses oublis tragiques : oui, Kinuyo Tanaka fut une grande cinéaste, et même une cinéaste majeure, que ce soit au Japon ou plus largement dans le monde de la deuxième moitié du 20° siècle. Et le public actuel lui a fait un très bel accueil, signe que son cinéma parle encore aux spectateurs d'aujourd'hui.

En effet, nombre de nos contemporains ou contemporaines seront frappés par la modernité et l'audace du ton des films de Tanaka. Ses héroïnes, les autres personnages et les histoires qu'elle porte à l'écran entrent en résonnance avec nombre des thématiques qui traversent notre monde d'aujourd'hui, en Orient comme en Occident. Ses films, tout en étant fortement ancrés dans un pays et une époque, atteignent une forme d'universalité dans le temps et l'espace. C'est le signe de la vitalité et de la force de ce fameux « cinéma de patrimoine », ces « films anciens » qui sont pour beaucoup oubliés voire perdus aujourd'hui, et qui constituent une part importante du patrimoine mondial de l'humanité. Ces « grands films du patrimoine [qui] nous inspirent pour nous libérer du formatage », d'après Mikael Buch, cinéaste et cofondateur du Director's club de la Société des Réalisateurs et Réalisatrices de films<sup>7</sup>.

On peut aussi se demander ce qu'il serait advenu de cette cinéaste et des films qu'elle a réalisés sans ce travail récent pour les redécouvrir... Une aile d'un musée lui est consacrée au Japon<sup>8</sup>, mais sa filmographie en tant que réalisatrice est beaucoup moins connue que sa carrière d'actrice. On peut ainsi supposer que les films qu'elle a réalisés auraient bien pu rester dans des réserves, progressivement se détériorer et même être un jour définitivement perdus. Car outre que les bobines de films sont très fragiles, la valeur-même d'un film peut s'amenuiser avec le temps, si on l'oublie. L'histoire du cinéma aurait ainsi pu rester inchangée : Kinuyo Tanaka n'aurait pu rester « qu'une » actrice, toute aussi méritante ait-elle été. On aurait pu oublier à jamais son œuvre de cinéaste. Il en va ainsi de beaucoup de femmes cinéastes, qui sont en train d'être redécouvertes (Ida Lupino, Mai Zetterling ou même Jeanne Moreau, car oui, on le sait peu, mais elle aussi a réalisé des films).

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Marcadé, N. (2023, juillet). « Les grands films du patrimoine nous inspirent pour nous libérer du formatage » - Entretien avec Mikael Buch, cinéaste et cofondateur du Director's club de la SRF. *La Lettre du SFCC [Syndicat Français de la Critique de Cinéma]*, (59). <a href="https://www.syndicatdelacritique.com/actualite/les-grands-films-du-patrimoine-nous-inspirent-pour-nous-liberer-du-formatage">https://www.syndicatdelacritique.com/actualite/les-grands-films-du-patrimoine-nous-inspirent-pour-nous-liberer-du-formatage</a>

<sup>8</sup> Site du musée en partie consacré à Kinuyo Tanaka : https://www.kinuyo-bunka.jp/

Bref, sans ce travail de mémoire, de conservation, de restauration, de redécouverte et de promotion, tout un pan du patrimoine mondial de l'humanité peut se perdre à jamais. C'est ce qu'on a vu dans les années 1930, quand le cinéma est devenu parlant : on a jeté à la poubelle beaucoup de films muets, définitivement perdus, car considérés comme obsolètes. Et comme la pellicule coûtait cher, on allait même jusqu'à gratter les films afin de les récupérer pour de nouveaux tournages. Ce sont justement des passionnés comme Henri Langlois, cofondateur de la Cinémathèque Française, qui ont sauvé de la destruction un grand nombre de films. C'est d'ailleurs à cette époque, au tournant du muet et du parlant, que sont nées les premières cinémathèques en Occident, comme le rappelle sur son site internet la Fédération Internationale des Archives de Films (FIAF)<sup>9</sup>, qui rassemble les principales cinémathèques du monde entier. Un exemple parmi d'autres de cette époque funeste pour le cinéma muet : sur les 142 films qu'a tournés John Ford, on estime aujourd'hui que 53 ou 54 d'entre eux (selon les sources) sont définitivement perdus<sup>10</sup>... D'où le besoin de transmettre ce patrimoine, notamment aux prochaines générations, qui n'ont pas forcément conscience des richesses qu'il recèle, et qui peuvent laisser se perdre des films inestimables tout simplement car ils n'en connaissent ni l'existence ni l'importance...

J'ai voulu commencer ce mémoire par cette introduction, car le « Cas Tanaka » me semble un très bon exemple des enjeux du cinéma de patrimoine aujourd'hui et des nombreux acteurs de ce secteur qui effectuent un travail formidable pour préserver et transmettre ce précieux héritage à nos contemporains et aux générations futures. J'ai aussi utilisé cet exemple pour rendre hommage à toutes ces personnes qui ont œuvré pour réhabiliter Kinuyo Tanaka. Et enfin, car c'est un plaisir de parler de cette cinéaste si talentueuse, encore trop méconnue du grand public.

Le « Cas Tanaka » permet d'illustrer l'importance de certains acteurs clés et rouages du cinéma de patrimoine. J'ai ainsi parlé d'un distributeur comme Carlotta Films, qui est l'un des leaders indépendants de la distribution de films de patrimoine et un acteur historique de ce marché. J'ai aussi parlé de festivals de cinéma : certains sont consacrés au cinéma contemporain, tout en ayant des sections réservées aux ressorties de films anciens (le Festival de Locarno, le Festival de Cannes et sa section Cannes Classics)... D'autres festivals sont entièrement consacrés aux ressorties de films de patrimoine, tel le Festival Lumière de Lyon, qui s'est imposé en une dizaine d'années comme l'un des plus importants festivals de cinéma de patrimoine au monde. Enfin, j'ai aussi évoqué des salles de cinéma. Certaines

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> Dupin, C. (2013, avril). The Origins of FIAF, 1936-1938. *Journal of Film Preservation*, 88, pp.43-58. <a href="https://www.fiafnet.org/pages/History/Origins-of-FIAF.html">https://www.fiafnet.org/pages/History/Origins-of-FIAF.html</a>

<sup>&</sup>lt;sup>10</sup> Site du Ciné-Club de Caen: https://www.cineclubdecaen.com/realisateur/ford/ford.htm

diffusent des films contemporains et des films anciens, comme certaines salles indépendantes ou certains réseaux de salles. D'autres cinémas sont complètement dédiés aux films de patrimoine, comme le Champo, même si certains, dont-celui-ci, projettent de temps en temps des films récents.

Ainsi, tout un écosystème est (très) actif et perdure en 2023, autour de ces fameux « films de patrimoine ». Malgré cela, il n'aura pas échappé aux lecteurs attentifs que ce secteur est fragile. 40 000 spectateurs, c'est beaucoup pour la ressortie de films des années 1950-60. Mais c'est très peu face aux 1,7 millions de spectateurs réunis en une semaine en France par *Barbie* de Greta Gerwig (2023)<sup>11</sup> et aux 1,1 millions de spectateurs totalisés par *Oppenheimer* de Christopher Nolan (2023) la même semaine. Ou encore par rapport aux 2,6 millions d'entrées engrangées lors de sa première semaine d'exploitation en France par le dernier James Bond, *Mourir peut attendre*, de Cary Joji Fukunaga (2021)<sup>12</sup>, lorsqu'il est sorti fin septembre 2021, pour comparer les chiffres de la rétrospective Tanaka avec un blockbuster sorti à peu près en même temps, à la réouverture des salles post-Covid.

Ainsi, si l'on compare les chiffres des films récents aux chiffres de ceux des films de patrimoine, on peut se poser la question : est-ce que les films de patrimoine intéressent encore les jeunes d'aujourd'hui ?

# 2. La problématique de ce mémoire : la promotion du cinéma de patrimoine auprès des jeunes de 15-25 ans

J'en viens donc à l'interrogation que je souhaite développer dans ce mémoire. Dans ce contexte, je me demande comment faire perdurer ce cinéma de patrimoine et le léguer aux générations futures.

Je souhaite donc étudier la problématique suivante : « Comment promouvoir les films de patrimoine auprès des jeunes de 15-25 ans ? Le cas des cinémathèques, des distributeurs indépendants et des salles commerciales indépendantes ». Pour expliciter ce choix, faisons un zoom arrière, pour examiner la situation du cinéma de patrimoine dans son ensemble.

<sup>&</sup>lt;sup>11</sup> Colon, T. (2023, 26 juillet). Box-office hebdo: Barbie cartonne, Oppenheimer rayonne. *Boxoffice Pro France*. https://www.boxofficepro.fr/box-office-france-barbie-oppenheimer-cinema/.

<sup>&</sup>lt;sup>12</sup> Benedetti Valentini, F. (2021, 13 octobre). Le dernier James Bond domine au box-office mais n'atteint pas les sommets. *Les Echos*. <a href="https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/james-bond-realise-le-meilleur-demarrage-de-lannee-en-france-1354733">https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/james-bond-realise-le-meilleur-demarrage-de-lannee-en-france-1354733</a>.

En 2021, le cinéma de patrimoine, c'est-à-dire les films sortis en première exploitation il y a plus de 20 ans (je reviendrai sur cette définition plus tard), représentait 30% de l'offre de films mais seulement 1,4% des entrées en salles, selon une étude du Centre National du Cinéma et de l'Image Animée (CNC) d'octobre 2022<sup>13</sup>. Malgré cette fréquentation peu élevée au regard de l'offre foisonnante, les professionnels du cinéma en général et du cinéma de patrimoine en particulier se rejoignent pour affirmer que c'est un marché, de niche certes, mais qui se porte plutôt bien.

Toutefois, en creusant le sujet au fil de mes lectures et de mes rencontres avec des professionnels de ce secteur, je me suis rendu compte qu'il se heurte à un écueil : le vieillissement de son public. Un vieillissement qui est également le lot – et la grande préoccupation – de la plupart des autres champs de la culture.

En effet, le public des films de patrimoine, en salles (commerciales ou cinémathèques), à la télévision, en DVD/Blu-ray ou sur les plateformes de VOD spécialisées, se concentre sur les adultes de plus de 50 ans. Une étude du CNC d'octobre 2021 indique ainsi que les spectateurs de 50 ans et plus sont la classe d'âge qui regarde le plus le cinéma de patrimoine (86,5% des plus de 50 ans regardent des films de patrimoine)<sup>14</sup>.

Du fait de raisons multiples que je détaillerai dans ce mémoire, un enjeu clé émerge : comment attirer vers le cinéma de patrimoine le public des 15-25 ans, plutôt versatile et indépendant dans ses choix culturels (par rapport à leurs parents, j'entends) ?

Quant au périmètre des acteurs du secteur auquel je souhaite me consacrer, j'ai choisi d'abord de traiter les cinémathèques, qu'elles soient publiques ou privées, car ce sont les acteurs historiques de la promotion et de la diffusion du cinéma de patrimoine, avant même que ne se crée un véritable marché. Ces acteurs ont une longue histoire dans la conservation et la monstration des films anciens, et encore aujourd'hui, ils demeurent des acteurs-clés du cinéma de patrimoine. Ils effectuent un travail conséquent pour attirer du public, et notamment les jeunes, souvent dans une logique de service public culturel, en étant liés aux dispositifs d'Education Artistique et Culturelle (EAC) et d'éducation à l'image. Tout ce pan d'institutions constitue un rouage essentiel du cinéma de patrimoine. Sans elles, beaucoup de films

<sup>&</sup>lt;sup>13</sup> Lacoue C. (2022, 20 octobre). *Les films de patrimoine : leur diffusion et leurs performances*. CNC. <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/les-films-de-patrimoine-leur-diffusion-et-leurs-performances">https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/les-films-de-patrimoine-leur-diffusion-et-leurs-performances</a> 1817169

Danard B. (2021, 14 octobre). *La diffusion des films de patrimoine*. CNC. <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/la-diffusion-des-films-de-patrimoine">https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/la-diffusion-des-films-de-patrimoine</a> 1559669

auraient été définitivement perdus et on ne parlerait plus aujourd'hui de cinéma de patrimoine, et encore moins d'un marché...

Ensuite, j'ai choisi de me concentrer également sur les distributeurs et les salles de cinéma commerciales, car ce sont surtout, outre les cinémathèques, ces deux types d'acteurs qui portent le travail de promotion et de communication autour des films qu'ils diffusent. Leurs éléments de communication sont ensuite repris par les autres acteurs du secteur, tels que les festivals, certaines institutions publiques, etc.

Je fais le choix d'étudier en particulier des acteurs indépendants, car ils effectuent un fort travail de communication, compte tenu de leurs moyens limités, par rapport aux majors et autres groupes de distribution ou de salles, qui bénéficient quant à eux de moyens considérables. On peut même avancer que les acteurs indépendants font preuve d'une grande créativité dans ce domaine, compte-tenu de leurs budgets. Je peux par exemple citer le travail exemplaire de distributeurs indépendants comme Les Acacias, Malavida Films, Splendor Films, Carlotta bien sûr, Potemkine et bien d'autres.

De même, un grand nombre de salles indépendantes, dont beaucoup sont labellisées Art et Essai, effectuent un travail incessant pour promouvoir les films de patrimoine. A Paris, certaines sont très connues, comme dans le quartier latin avec le Reflet Médicis, le Champo ou la Filmothèque du Quartier Latin, toutes trois dans la même rue! Beaucoup d'autres cinémas indépendants, à Paris, en Ile-de-France et partout en métropole ou en Outre-mer, œuvrent pour faire connaître et transmettre le cinéma de patrimoine, tout en ayant une santé économique fragile. Pour illustrer cette situation, voici quelques statistiques sur les cinémas Art et Essai, tirées d'une étude récente du CNC:

1 282 établissements sont classés Art et Essai en France en 2021, soit 63,2 % du parc national (2 831 écrans, soit 45,7 % du parc total). ... Les cinémas classés sont majoritairement des petits établissements, le nombre moyen d'écrans dans les établissements classés s'élevant à 2,2 en 2021, contre 3,1 pour l'ensemble des cinémas, avec une majorité de mono-écrans.<sup>15</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>15</sup> Abgrall, C., Jardillier, S. & Lacoue, C. (2023, janvier). *La programmation et les résultats des cinémas classés Art et Essai en 2021*. CNC. <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/programmation-et-resultats-des-salles-art-et-essai 1873384">https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/programmation-et-resultats-des-salles-art-et-essai 1873384</a>

Il me semble donc plus pertinent de me focaliser sur les distributeurs indépendants et les salles de cinéma indépendantes, qui malgré des finances plus modestes que les grands groupes sont des promoteurs importants du cinéma de patrimoine.

### 3. Définition des termes de la problématique

Maintenant que j'ai posé le cadre de la problématique de ce mémoire, venons-en à une définition plus précise des termes qui la composent, afin de mieux cerner quels sont les enjeux que je souhaite traiter ici, et ainsi reformuler le questionnement qui va nous accompagner tout au long de cette démonstration.

#### 3.1. Le cinéma de patrimoine

Tout d'abord, définissons ce qu'on entend par « cinéma de patrimoine » ou « film de patrimoine ». C'est un terme qui est employé par le CNC pour désigner les films sortis en salles pour une première exploitation il y a plus de 20 ans. Il s'agit donc d'une définition « glissante », qui évolue avec le temps : le 1er janvier 2023, un film de patrimoine doit être sorti avant le 1er janvier 2003, le 1er janvier 2024, il devra être sorti avant le 1er janvier 2004. L'institution utilise cette définition pour des raisons fonctionnelles et opératoires : ce type de films et les différents acteurs les promouvant reçoivent des aides spécifiques du CNC, il faut donc bien s'entendre sur la définition de ce que sont ces films, pour spécifier qui peut recevoir des subventions. En outre, elle permet de ne pas rentrer dans des débats sur la qualité artistique et esthétique des films en question. Peu importe le type de film, qu'il s'agisse de *Citizen Kane* d'Orson Welles (1941) ou d'*Harry Potter à l'école des sorciers* de Chris Colombus (2001), pour peu que ces films soient sortis il y a plus de 20 ans, ils appartiennent tous à ce « cinéma de patrimoine ».

J'ai discuté de cette définition avec la plupart des professionnels que j'ai rencontrés, en début d'entretien, car elle pose toujours question aujourd'hui. Si le CNC en a donné un sens particulier, ce terme charrie beaucoup de significations et d'enjeux. A titre d'exemple, voilà ce qu'en disent François et Jean-Max Causse<sup>16</sup>, Co-Directeurs de La Filmothèque du Quartier Latin, célèbre salle de cinéma de patrimoine du 5° arrondissement de Paris.

François Causse: C'est une culture commune, quelque chose qu'il faut préserver, qu'il faut transmettre, tout ce qui n'est pas voué à disparaître en fait. Tout ce qui n'est pas

<sup>&</sup>lt;sup>16</sup> Entretien avec François et Jean-Max Causse, réalisé en présentiel le 19 août 2023.

de l'ordre de la consommation pure et simple. ... Il ne faut pas se transformer en musée non plus...

Jean-Max Causse: Encore que le terme de musée a beaucoup évolué maintenant... François Causse: Oui oui, les musées ont progressé aussi. ... Mais les musées opèrent encore des distinctions, justement, sur le plan du patrimoine. Les choses sont rangées de façon extrêmement précises. Et il y a beaucoup de cloisonnements, entre les époques, entre les styles. C'est dû aussi à la présence physique des œuvres, évidemment. Ce n'est pas la même chose, nous on peut mélanger des films muets et La La Land sans problème.

Bien qu'elle ait un côté plus ou moins « officiel », la définition du CNC n'est pourtant pas clairement visible sur le site internet de l'institution. Il faut pour cela consulter et croiser plusieurs documents récents du CNC, car auparavant l'établissement indiquait que les films de patrimoine correspondaient à des films sortis une première fois en salles il y a plus de 10 ans. La définition récente, avec ce seuil des 20 ans donc, apparaît par exemple dans la dernière étude de l'institution à porter sur le marché du cinéma de patrimoine, sortie en octobre 2022<sup>17</sup>, à l'occasion du Marché International du Film Classique de Lyon, comme de coutume pour ce type d'étude récurrente. La définition est comme « expédiée » page 4, faisant l'objet d'une petite note explicative dans le cadre d'un sondage : « Film de patrimoine : film de plus de 20 ans ». Il faut donc être déterminé pour obtenir une acception un minimum « officielle »... En cherchant bien dans ce même document, on trouve page 15 une définition plus précise, toujours dans une note, en bas de page : « Films de patrimoine : films dont la première date de sortie en salles est antérieure à 20 ans ». Voilà qui devient plus intéressant et plus probant.

Pourtant, certains acteurs du secteur emploient d'autres termes, en complément ou même à la place. Par exemple « films anciens », soit les films après qu'ils soient sortis une première fois en salles, par opposition aux « films frais » (les films qui viennent de sortir et qui sont en première exploitation). L'appellation de « films frais » étant d'ailleurs utilisée à reculons par tous les acteurs que j'ai rencontrés, qui préfèrent parler de « films récents » ou de « films contemporains ». Pour revenir à la définition de « films anciens », elle englobe ainsi des films beaucoup plus récents, sortis il y a 1 ou 2 ans, 5 ans ou 10 ans seulement par exemple. Il suffit juste qu'ils ne soient plus en première exploitation.

<sup>&</sup>lt;sup>17</sup> Lacoue, C. (2022, 20 octobre). *Les films de patrimoine : leur diffusion et leurs performances*. CNC. <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/les-films-de-patrimoine-leur-diffusion-et-leurs-performances">https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/les-films-de-patrimoine-leur-diffusion-et-leurs-performances</a> 1817169

L'appellation « films de patrimoine » est assez récente : les générations précédentes n'employaient pas ce terme. On parlait alors plutôt de « films classiques » ou encore de « films de répertoire ». Mais cette deuxième appellation est devenue désuète aujourd'hui et peut avoir une connotation négative, de films « poussiéreux » et ennuyeux... Ecueil auquel n'échappe pas totalement non plus le terme de « films classiques », le classicisme renvoyant souvent, quel que soit l'art, à quelque chose de figé, sur un piédestal, inaccessible, ou encore d'académique, enfermé dans un style qui ne parlerait plus à des spectateurs d'aujourd'hui...

J'ai posé la question à une spécialiste de l'histoire du cinéma et de sa patrimonialisation, Stéphanie-Emmanuelle Louis, afin de cadrer le périmètre de mon mémoire : quel terme utiliser pour qualifier ces « films de patrimoine » ? Voici ce qu'elle en dit.

Le cinéma de patrimoine existe sur les écrans depuis les années 1920. Il n'a pas toujours connu cette dénomination-là. Ça a été « les films de répertoire », « les classiques », et puis, cette notion de patrimoine, le « patrimoine cinématographique », c'est quelque chose qui se formalise après la Seconde Guerre Mondiale. ... Et puis, la notion de « cinéma de patrimoine », ça c'est vraiment quelque chose qui apparaît dans les années 80-90, plutôt 90<sup>18</sup>.

Pour ma part, je compte retenir la définition du CNC pour deux raisons :

- 1. C'est la définition la plus communément admise dans le secteur. A défaut de consensus, c'est celle qui emporte le plus l'adhésion. Même s'il est encore aujourd'hui difficile de qualifier ce genre de films avec des termes satisfaisants, c'est cette définition qui semble revenir de façon la plus récurrente et comportant le moins de connotations négatives. De plus, c'est la définition de l'institution publique de tutelle du secteur cinématographique en France, elle a donc une portée conséquente.
- 2. Les films récents, sortis il y a 1 ou 2 ans ou même 5-10 ans, sont moins difficiles à promouvoir auprès des jeunes, car ils leur sont directement ou quasi directement contemporains. Il est beaucoup plus difficile de les faire venir à des films d'il y a 20 ou 50 ans, et encore plus à des films muets des années 1895 à 1930. Au lieu de « films anciens », je préfère donc utiliser le terme de « films de patrimoine », pour bien signifier que je me focalise sur les films de 20 ans et plus.

<sup>&</sup>lt;sup>18</sup> Entretien avec Stéphanie-Emmanuelle Louis, réalisé par téléphone le 5 mai 2023.

Maintenant que nous avons défini ce que l'on entendait par « cinéma de patrimoine », venons-en à définir les acteurs de ce secteur que nous allons étudier, à savoir les cinémathèques, les distributeurs indépendants et les salles commerciales indépendantes.

#### 3.2. Les cinémathèques

D'après Le Robert, une cinémathèque est à la fois un « endroit où l'on conserve les films de cinéma » et un « lieu où l'on projette ces films »<sup>19</sup>. Dans ce mémoire, j'entends me concentrer sur la deuxième partie de la définition. C'est-à-dire sur la partie « exploitation » des cinémathèques, soit leur activité de projection de films, ainsi que sur les activités associées, qu'il s'agisse de la programmation des films projetés ou encore de la communication pour informer les spectateurs des films diffusés et les inciter à venir les regarder.

#### 3.3. Les distributeurs de films

Le métier de distributeur de film est peu connu du grand public. Pourtant, il s'agit d'un maillon essentiel dans la chaîne de production et de diffusion d'un film, au même titre que les producteurs ou les exploitants de salles. Laurent Creton, professeur à l'Université Paris III Sorbonne Nouvelle et spécialiste de l'économie du secteur cinématographique, donne une définition précise et complète de ce qu'est un distributeur dans l'un de ses ouvrages :

Professionnel dont la fonction d'intermédiation consiste à mettre en valeur les films dont il a la charge. Il négocie les droits du film avec le producteur, puis commercialise son droit d'exploitation auprès des salles de cinéma. Assurant la fourniture des supports et l'organisation de la promotion, il cherche à optimiser la sortie du film, son exploitation en salles et la rencontre du public. S'il en a obtenu les droits, le distributeur peut également exploiter le film sur les marchés de la vidéo et de la télévision<sup>20</sup>.

Le distributeur a donc deux rôles complémentaires. Il est à la fois un éditeur, au même titre que dans le domaine de l'édition papier (livres, bandes dessinées...) : il cofinance des films et est un interlocuteur-clé des producteurs et réalisateurs lors de la création d'un film. C'est à ce titre que certains distributeurs, regroupés dans l'ex-Syndicat Français des Distributeurs de Films (SFDF) l'ont renommé en Fédération Nationale des Éditeurs de Films (FNEF), mettant davantage en valeur leur rôle et métier d'éditeurs. Cette volonté d'être

<sup>&</sup>lt;sup>19</sup> Le Robert. (s. d.). Cinémathèque. Dans *Le Dictionnaire Le Robert en ligne*. Consulté le 17 août 2023 sur <a href="https://dictionnaire.lerobert.com/definition/cinematheque">https://dictionnaire.lerobert.com/definition/cinematheque</a>.

<sup>&</sup>lt;sup>20</sup> Creton, L. (2020). L'Economie du cinéma en 50 fiches, 6e édition, Paris, Armand Colin.

reconnus davantage comme des éditeurs que comme des distributeurs a été confirmée par Frédéric Moget, Directeur Général de Paramount Pictures France, lors d'une conférence organisée par Stéphane Debenedetti et ses étudiants à l'Université Paris Dauphine PSL, en janvier 2023<sup>21</sup>.

Second grand rôle d'un distributeur : c'est également un « diffuseur ». C'est lui qui va « diffuser » à large échelle un film, que ce soit en passant par des salles de cinéma ou par d'autres médias, comme la vidéo ou la télévision. Le distributeur est ainsi responsable des supports matériels de diffusion des films dont il a les droits : fichiers DCP pour l'exploitation numérique de films en salles, copies physiques pour les films sur pellicule (beaucoup plus coûteuses...), support physique de type DVD/Blu-ray si le distributeur est aussi éditeur vidéo... Le distributeur s'occupe également du marketing et de la communication pour promouvoir les films de son catalogue, c'est d'ailleurs une de ses activités principales. Cela passe notamment par la confection des fameuses bandes-annonces ou de l'affiche du film, qui sont des piliers essentiels de la promotion des films auprès du public.

#### 3.4. Les salles commerciales indépendantes

Nous allons également nous intéresser aux salles commerciales. Par ce terme, j'entends les salles de cinéma qui ne relèvent pas de cinémathèques. Je fais le choix de me concentrer sur les salles commerciales indépendantes, ne faisant pas partie de grands réseaux ou de grands groupes, comme indiqué plus haut, pour étudier celles qui ont une politique soutenue de promotion des films de patrimoine, compte tenu de leurs moyens financiers plus modestes.

#### 3.5. Les jeunes de 15-25 ans

Tout art se destine à un public. Le cinéma est ainsi indissociable de ses spectateurs, il en va de même pour le cinéma de patrimoine. Comme mon objectif est d'étudier comment intéresser les jeunes à ce type de films, je me dois de préciser pourquoi je souhaite me concentrer sur le public des 15-25 ans. Trois raisons m'ont conduit à faire ce choix :

1. J'exclus volontairement le public plus jeune des enfants allant jusque 15 ans, puisque l'offre à destination des jeunes enfants et des scolaires est très structurée, et les

<sup>&</sup>lt;sup>21</sup> Dacco, C., Debenedetti, S., Lévêque, J., Mas, A. & Moget, F. (2023, 23 janvier). *Cinéma, Salle, Public* [Conférence] Master Management des organisations culturelles en formation initiale, UE « Actualités culturelles », à l'Université Paris Dauphine PSL. <a href="https://www.linkedin.com/posts/master-234-management-des-organisations-culturelles-universit%C3%A9-paris-dauphine-psl activit%C3%A9-dumaster-hier-le-master-activity-7023644040021606402-3lQe/">https://www.linkedin.com/posts/master-234-management-des-organisations-culturelles-universit%C3%A9-paris-dauphine-psl activit%C3%A9-dumaster-hier-le-master-activity-7023644040021606402-3lQe/</a>

parents jouent un rôle important pour guider leurs enfants vers des films de patrimoine. On peut citer par exemple les dispositifs « Ecole et cinéma » ou « Collège au cinéma », qui fonctionnent de façon efficace depuis un certain nombre d'années<sup>22</sup>.

- 2. Je préfère m'attarder sur les jeunes de 15-25 ans, car c'est à cet âge que l'on développe ses goûts personnels en matière de culture et de cinéma, que l'on devient autonome, capable de formuler un avis, et donc que l'on commence à forger sa cinéphilie. C'est un âge particulièrement clé, car les jeunes de cet âge seront les cinéphiles de demain : s'ils vont au cinéma c'est par goût et non par obligation. En revanche, c'est aussi un public très sollicité par différentes activités, culturelles ou non. On sait qu'ils sont friands d'internet, des réseaux sociaux et des smartphones, c'est donc un public plus difficile à attirer vers le cinéma, et plus encore vers le cinéma de patrimoine.
- 3. Enfin, je préfère faire débuter la tranche d'âge de mon étude à 15 ans, âge où en général on est au lycée, en Seconde, par souci de commodité et d'homogénéité, pour ne pas avoir à traiter le dispositif « Collège au cinéma », qui porte aussi sur des adolescents plus jeunes. J'évoquerai donc plutôt, entre autres, le dispositif « Lycéens et apprentis au cinéma » et le dispositif plus récent « Étudiant.e.s au cinéma ». D'autre part, je fais terminer la tranche d'âge de mon étude à 25 ans, car comme me l'a fait remarquer Elvira Shahmiri<sup>23</sup>, Responsable d'exploitation, développement des publics et action culturelle à la Fondation Jérôme Seydoux-Pathé, à cet âge on bénéficie encore de tarifs préférentiels, c'est donc un âge particulièrement ciblé et encore considéré comme « jeune », ce qui est moins le cas des 26-35 ans, qu'on peut davantage caractériser comme de jeunes actifs, voire des actifs tout court. Il faut bien poser une limite à ce qu'on entend par des « jeunes » pour mon étude, car la notion de jeunesse est relative et discutable, il est donc nécessaire de trancher, malgré le côté arbitraire de la chose.

#### 3.6. La promotion du cinéma de patrimoine auprès des jeunes de 15-25 ans

Maintenant que nous avons défini ce qu'est le cinéma de patrimoine, quels en sont les acteurs que nous allons étudier et pourquoi je compte me concentrer sur les jeunes de 15-25 ans, il me reste à définir un autre terme important de la problématique. Nous allons nous

<sup>&</sup>lt;sup>22</sup> De récents bilans sont consultables sur le site internet de ces dispositifs, regroupés sous le nouveau nom d'*Archipel des Lucioles* : <a href="https://www.passeursdimages.fr/documentation-ecole-et-cinema">https://www.passeursdimages.fr/documentation-ecole-et-cinema</a>
<sup>23</sup> Entretien avec Elvira Shahmiri, réalisé en présentiel le 8 juin 2023.

intéresser dans la suite de ce mémoire à la promotion du cinéma de patrimoine. Par le terme de promotion, j'entends les différents moyens de transmettre aux jeunes une compréhension et un goût pour le cinéma de patrimoine. Ces moyens sont souvent composites et recoupent différentes disciplines : cela va de la médiation culturelle appliquée au domaine du cinéma à l'éducation à l'image, en passant par le marketing culturel, la communication ou encore la sociologie des publics.

J'en profite pour citer Anne-Sophie Marchal, Responsable de la médiation culturelle au Château de Gruyères et spécialiste de la médiation culturelle, dont les propos me paraissent éloquents<sup>24</sup>:

J'aimerais que les structures culturelles assument que la communication et la médiation sont des domaines qui ne sont pas en guerre. Au contraire, on a besoin des deux. Vous pouvez avoir l'offre culturelle de rêve dans votre structure, si elle est mal communiquée, vous n'aurez personne qui viendra, ou qui viendra en tout cas utiliser vos outils, même s'ils sont en ligne.

A l'opposé, il faut se garder d'appliquer des « recettes » marketing et commerciales toutes faites, le secteur de la culture étant spécifique : il est question avant tout d'œuvres, d'artistes, de publics ou spectateurs, plus que de consommateurs. De lien humain, d'émotion, de réflexion.

Je me réfère pour cela à ce que me disait François Causse, Co-Directeur de la Filmothèque du Quartier Latin, en interview.

Il y a l'expérience collective et puis il y a l'expérience cinéphilique. C'est-à-dire la relation avec une œuvre, qui ne soit pas simplement un produit de consommation. Qui ne soit pas simplement l'application de recettes, qui ne soit pas simplement une sorte de stimulation mécanique, qui suit des recettes. Mais une œuvre avec une véritable esthétique, une représentation du temps et de l'espace, qui soit une vraie réflexion. Un peu l'inverse des recettes et des films qui sont des coups de poing ou qui sont là pour essayer de solliciter l'émotion de façon complètement artificielle<sup>25</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>24</sup> Lienard, C. (Animatrice). (2022, 17 septembre). Anne-Sophie Marchal - Quel futur pour la médiation culturelle? (No. 1) [Episode de podcast]. Dans Omnia Tips. Omnia Culture. <a href="https://podcasters.spotify.com/pod/show/omnia-culture/episodes/1---Anne-Sophie-Marchal---Quel-futur-pour-la-mdiation-culturelle-e1qthua">https://podcasters.spotify.com/pod/show/omnia-culture/episodes/1---Anne-Sophie-Marchal---Quel-futur-pour-la-mdiation-culturelle-e1qthua</a>

<sup>&</sup>lt;sup>25</sup> Entretien avec François et Jean-Max Causse, réalisé en présentiel le 19 août 2023.

Le tout est donc de trouver un équilibre entre les différentes approches. Ces multiples manières de transmettre le cinéma de patrimoine au public des 15-25 ans se cumulent : elles sont complémentaires, toutes participent à faire connaître les films anciens auprès des spectateurs d'aujourd'hui. Je n'entends donc pas me focaliser seulement sur l'une d'entre elles, mais plutôt examiner les différentes possibilités à disposition des cinémathèques, des distributeurs indépendants et des salles commerciales indépendantes pour faire connaître le cinéma de patrimoine aux adolescents et aux jeunes adultes.

Toutefois, je souhaite me placer dans la perspective de la « construction d'un public » et non de sa « captation », selon les termes posés par François Aymé, ex-Président de l'AFCAE, dans un édito de novembre 2017<sup>26</sup>.

En effet, les professionnels que j'ai interrogés ne sont pas des experts du marketing et le revendiquent. Ce sont avant tout des passionnés, qui œuvrent dans une logique éditoriale et de programmation, cherchant à transmettre leur passion et l'héritage commun des films du passé. C'est ce que me disait Anne-Laure Brénéol-Ithurralde, co-fondatrice, Directrice Artistique et Directrice Pôle Cinéma de Malavida Films, société indépendante de distribution de films :

Alors nous, je dois dire que chez Malavida on n'est vraiment pas du tout des gens qui viennent, dans l'équipe, du commerce, du marketing, d'études de ce type-là... On est vraiment une bande de cinéphiles de pur cinéma, d'art on va dire. ... Nous on vise le maximum de public possible, le plus large possible<sup>27</sup>.

Pour autant, ils utilisent certains outils du marketing, sans forcément le savoir ou du moins l'exprimer ainsi : il leur arrive par exemple de segmenter certains de leurs publics, comme le public des enfants et de leurs parents, auxquels ils vont proposer des films spécifiques. Ils utilisent également les outils les plus modernes de la communication, qu'elle soit physique avec de « l'événementialisation », via des animations inventives ou plus classiques, ou digitale, avec un usage réfléchi des réseaux sociaux.

Mais leur objectif n'est pas de prendre des « parts de marché », de rationaliser économiquement leur stratégie, dans une logique de croissance continue, conduite à travers des ratios de gestion sophistiqués ou financiers. Chez les professionnels que j'ai rencontrés,

<sup>&</sup>lt;sup>26</sup> Aymé, F. (2017, novembre). Capter le public, construire le public. *AFCAE*. <a href="https://www.art-et-essai.org/editos/993633/capter-le-public-construire-le-public">https://www.art-et-essai.org/editos/993633/capter-le-public-construire-le-public</a>

<sup>&</sup>lt;sup>27</sup> Entretien avec Anne-Laure Brénéol-Ithurralde, réalisé en visioconférence (Teams) le 24 juillet 2023.

le qualitatif l'emporte sur le quantitatif (si je peux résumer les choses aussi schématiquement) : il ne s'agit pas tant de multiplier leur public que d'approfondir leur regard et leur cinéphilie, de les faire « grandir en cinéphilie » et en « humanité », quel que soit leur âge. Donc, comme le disait François Aymé : de « construire » leur public.

Rappelons également que le cinéma, comme beaucoup d'arts, repose sur une économie de prototype : chaque film constitue un projet unique, que l'on ne peut reproduire à l'identique dans sa conception-même et dont la diffusion répond à des logiques complexes, propres aux secteurs culturel et cinématographique. Les logiques d'économies d'échelle et de rendements de masse lui sont donc difficilement applicables, comme l'avait démontré en son temps William Baumol<sup>28</sup> dans le cadre du spectacle vivant et comme le rappelle dans ses divers ouvrages Laurent Creton<sup>29</sup>, spécialiste de l'économie du cinéma et de l'audiovisuel.

Par conséquent, je ne m'en tiendrai pas à une analyse strictement économique, gestionnaire et marketing de la promotion du cinéma de patrimoine. Je vais m'en remettre à la seconde acception du terme « promotion », tel qu'il est rappelé par Le Robert<sup>30</sup> : « 2. Encourager, provoquer la création, l'essor de (quelque chose). » Une précision qui me semble importante, car aujourd'hui, du moins dans les industries créatives comme le cinéma, c'est plutôt l'acception la plus récente de ce terme qui a pris le pas sur les autres : « 3. Promotionner (un produit). »

#### 4. Les grands axes de ce mémoire

Maintenant que j'ai détaillé la problématique de ce mémoire et que j'en ai défini les termes, je vais présenter les grands axes qui vont structurer la suite de ce document.

Dans un premier temps, je vais présenter un bref panorama du marché du cinéma de patrimoine. Avec cette partie, je souhaite poser le cadre et la situation du marché du cinéma de patrimoine aujourd'hui, qu'il soit commercial ou non. Je souhaite ainsi évoquer les différents acteurs du cinéma de patrimoine et le marché qu'ils constituent, ce qui permettra de comprendre, pour la suite du mémoire, comment ces acteurs entendent promouvoir ce cinéma auprès des jeunes de 15-25 ans. Je consacrerai également une sous-partie au public

<sup>&</sup>lt;sup>28</sup> Baumol, W. J. & Bowen, W. G. (1966). *Performing Arts : The Economic Dilemma*, Cambridge (Mass.), MIT Press.

<sup>&</sup>lt;sup>29</sup> Creton, L. (2020). L'Economie du cinéma en 50 fiches, 6e édition, Paris, Armand Colin.

<sup>&</sup>lt;sup>30</sup> Le Robert. (s. d.). Promouvoir. Dans *Le Dictionnaire Le Robert en ligne*. Consulté le 17 août 2023 sur <a href="https://dictionnaire.lerobert.com/definition/promouvoir">https://dictionnaire.lerobert.com/definition/promouvoir</a>.

des 15-25 ans, en analysant leurs pratiques culturelles au sens large, puis par rapport au cinéma et au cinéma de patrimoine.

Ensuite, j'aborderai une partie qui constitue le cœur du mémoire et mon étude de terrain. Elle me permettra d'analyser les grands axes des stratégies déployées par les professionnels du cinéma de patrimoine pour attirer les jeunes de 15-25 ans. J'en profiterai également pour illustrer ces stratégies avec des exemples, grâce aux entretiens que j'ai pu mener avec des acteurs du secteur.

Enfin, dans une dernière partie, je souhaite évoquer plusieurs limites à ces stratégies déployées par les professionnels du cinéma de patrimoine, inhérentes à ce type de cinéma en tant que tel. En effet, les films les plus anciens, des années 1960, 1950, 1940, et plus encore les films muets d'avant les années 1930, nécessitent de redoubler d'efforts pour les transmettre aux jeunes générations. La promotion de ce cinéma ne va pas de soi, au contraire, et nous verrons que l'action de chacune et chacun des professionnels de ce secteur est essentielle pour sa survie. En regard de ces limites et en complément des différentes stratégies que nous aurons listées, je formulerai, pour finir, quelques recommandations, qui me semblent intéressantes à creuser, ne serait-ce que pour aborder les choses sous un autre regard et œuvrer, là encore, à la promotion de ce cinéma auprès des jeunes.

Mais pour l'heure, intéressons-nous plus en détail au secteur du cinéma de patrimoine, à son « marché », et aux pratiques culturelles et cinématographiques du public des jeunes de 15-25 ans.

# 1. Le secteur du cinéma de patrimoine et les jeunes de 15-25 ans

# 1.1. Le secteur du cinéma de patrimoine

Pour qui souhaite effectuer une revue de littérature sur le domaine du cinéma de patrimoine, peu d'ouvrages sont disponibles sur ce sujet, de surcroît en français. C'est un domaine qui est davantage étudié depuis une vingtaine d'années mais qui reste pour le moment relativement confidentiel par rapport au domaine du cinéma dans son ensemble. Je vais donc me baser, dans cette partie du mémoire, principalement sur des études (CNC, etc.) et les témoignages des professionnels que j'ai rencontrés. En effet, manquant de données secondaires sur ce sujet, j'ajouterai des données primaires, recueillies lors des entretiens que j'ai menés, afin d'essayer de brosser un portrait le plus complet possible de la situation, tout en essayant de rester synthétique.

Quelques ouvrages, toutefois, me permettront d'étayer mon propos, qu'il s'agisse d'ouvrages généralistes sur le cinéma ou d'un ouvrage spécialisé sur la patrimonialisation du cinéma, dirigé par l'historien Christophe Gauthier<sup>31</sup>, qui rassemble les écrits de certains des spécialistes francophones de ce domaine et qui présente l'état de la recherche aujourd'hui. Des articles de chercheurs, de professionnels et de journalistes, ou encore des documents audiovisuels (podcasts, vidéos sur Internet...) complèteront le tout.

Je tiens à apporter une précision liminaire. L'histoire de la patrimonialisation du cinéma et du cinéma de patrimoine, ainsi que leur étude, sont intrinsèquement liées à l'histoire du septième art. Elles comportent aussi bien des enjeux artistiques, esthétiques, historiques qu'économiques, qui préoccupent bien des chercheurs depuis les débuts du 20° siècle. Le but de ce mémoire n'est pas d'en retracer l'intégralité, ce qui serait peine perdue devant l'ampleur de la tâche, que plusieurs thèses ne pourraient épuiser... Je vais donc évoquer ces enjeux de façon schématique et forcément incomplète, mon propos étant de me concentrer sur le rapport entre le cinéma de patrimoine et les jeunes de 15-25 ans. Je ne peux toutefois m'abstraire de tracer les grands enjeux de ce secteur et des acteurs qui le composent, pour mieux comprendre leur lien avec ce jeune public.

<sup>&</sup>lt;sup>31</sup> Gauthier, C. (dir.) (2020). *Patrimoine et patrimonialisation du cinéma*, Paris, Ecole Nationale des Chartes.

#### 1.1.1. La patrimonialisation du cinéma : du patrimoine au marché

Le terme de « cinéma de patrimoine » est indissociable du phénomène de patrimonialisation du cinéma. On date officiellement la naissance du cinéma en 1895. C'est un art qui est donc un peu plus que centenaire, avec 128 ans d'existence en 2023. Ce qui en fait un art encore « jeune », dont la patrimonialisation s'est faite par étape et est encore en construction aujourd'hui. Pour plus d'informations, je renvoie aux travaux de Stéphanie-Emmanuelle Louis<sup>32</sup> et Christophe Gauthier, spécialiste de l'histoire du cinéma. Ce dernier retrace le processus de patrimonialisation du cinéma dans un article de l'ouvrage collectif réalisé sous sa direction. Il indique ainsi que :

Le « patrimoine cinématographique » est une expression tardive née dans les années 1980, au moment où la France met en place le plan national de sauvegarde des films anciens – dit aussi « plan nitrate » et visant à la sauvegarde sur support safety de l'ensemble des films conservés dans les trois principales archives et cinémathèques de France : Paris, Bois-d'Arcy et Toulouse<sup>33</sup>.

Pour continuer sur le sujet de la naissance du concept de « cinéma de patrimoine », Christophe Gauthier indique que le processus de patrimonialisation cinématographique repose historiquement sur trois piliers :

- 1. Le « volet théorique » : « discours historique » qui se base sur des « textes critiques, voire des publications » ;
- 2. Le « volet spectaculaire » : peut-être le plus connu pour les cinémathèques, qui consiste à programmer des films, à les diffuser, avec des rétrospectives ou des expositions ;
- 3. Le « volet archivistique » : qui est aussi « le plus tardif à se mettre en place », consistant à mettre en place des catalogues et des collections, aussi bien de films que d'éléments « non-film » (costumes, scénarios papier, photographies...).

Christophe Gauthier définit plus précisément le terme de patrimonialisation, en se basant sur les travaux de Jean Davallon, pour qui cette notion renvoie au :

<sup>&</sup>lt;sup>32</sup> Louis, S.-E. (2016, juin). Des cinémathèques au patrimoine cinématographique. Tendances du questionnement historiographique français. *1895 - Revue d'Histoire du Cinéma*, 79, 50-69. <a href="http://journals.openedition.org/1895/5167">http://journals.openedition.org/1895/5167</a>

<sup>&</sup>lt;sup>33</sup> Gauthier, C. (2020). Le processus de patrimonialisation du cinéma. Dans Gauthier, C. (dir.). *Patrimoine et patrimonialisation du cinéma* (pp.29-44). Paris, Ecole Nationale des Chartes.

Processus par lequel un collectif reconnaît le statut de patrimoine à des objets matériels ou immatériels, de sorte que ce collectif se trouve l'héritier de ceux qui les ont produits et qu'à ce titre il a l'obligation de les garder afin de les transmettre<sup>34</sup>.

Jean Davallon a élaboré un modèle de processus de patrimonialisation qu'il qualifie de « communicationnelle », structuré en plusieurs « gestes » ou grandes étapes successives qui transforment un « objet commun » en un « objet patrimonial », d'après les termes de Christophe Gauthier :

Depuis l'intérêt initial porté à l'objet (premier geste) à la transmission aux générations futures des objets patrimoniaux, instaurant de la sorte une relation entre le présent et le passé (cinquième geste), en passant par la production de savoir sur l'objet et son monde d'origine (deuxième geste), la déclaration du statut du patrimoine, sous la forme d'une énonciation publique ou d'un statut juridique (troisième geste), et l'organisation de l'accès collectif à l'objet patrimonialisé, le plus souvent sous la forme d'exposition (quatrième geste)<sup>35</sup>.

Christophe Gauthier indique toutefois que le concept développé par Jean Davallon est insuffisant pour rendre compte du processus à l'œuvre dans le cadre du patrimoine cinématographique, qui a conduit à l'établissement récent d'un marché économique. Il construit donc un modèle assez similaire, mais introduisant la notion de « marché » et comportant cinq phases également<sup>36</sup>:

- « L'industrie » : phase « d'essor économique d'un nouvel objet » reproductible en masse (film, disque, jeu vidéo, livre...).
- « L'artification » : phase où un discours historique, esthétique et critique sur l'objet se déploie, participant à le qualifier progressivement d'œuvre d'art. C'est dans cette phase que ce type d'objet va faire son entrée au musée.
- « La légitimation culturelle » : phase durant laquelle l'objet, après avoir intégré la sphère des beaux-arts lors de la phase précédente, intègre également le champ académique et universitaire, tout en continuant de faire l'objet de pratiques muséales.

<sup>&</sup>lt;sup>34</sup> Davallon, J. (2014, novembre). A propos des régimes de patrimonialisation, enjeux et questions. Dans *Patrimonalização e sustentabilidade do patrimonio ; reflexão e prospectiva*. Lisbonne. IHC. https://shs.hal.science/halshs-01123906

<sup>&</sup>lt;sup>35</sup> Gauthier, C. (2020). Le processus de patrimonialisation du cinéma. Dans GAUTHIER, C. (dir.). *Patrimoine et patrimonialisation du cinéma* (pp.29-44). Paris, Ecole Nationale des Chartes. <sup>36</sup> Gauthier, C. (2020). *Ibid*.

- « L'intervention publique » : une intervention plus ou moins tardive selon les cas, qui
   « prend en considération la collecte, la conservation et la restauration de l'objet patrimonialisé, en l'occurrence le film ».
- Enfin vient « le marché » : il inclut « la diffusion commerciale des films après restauration, la création d'un marché du film ancien, voire, dans le cas d'objets destinés à une consommation individuelle le jeu vidéo par exemple –, l'apparition, d'une cote dont les ventes publiques soutiennent les évolutions ».

Ainsi, depuis les débuts du cinéma, cet art s'est peu à peu structuré et institutionnalisé, puis s'est patrimonialisé, avant que le cinéma de patrimoine ne devienne un véritable marché. Dans le même ouvrage dirigé par Christophe Gauthier, Natacha Laurent, historienne du cinéma et ancienne Directrice de la Cinémathèque de Toulouse, a étudié comment ce marché du cinéma de patrimoine s'est récemment constitué et quels en sont les enjeux aujourd'hui<sup>37</sup>.

#### 1.1.2. Le marché du cinéma de patrimoine

Pendant longtemps, le cinéma de patrimoine était l'apanage des cinémathèques, des salles de reprise et des ciné-clubs. Le support principal de projection de ces films était les copies physiques, rares, coûteuses et fragiles. Une première étape vers l'établissement d'un « marché » a été le « Plan nitrate », dans les années 1980-1990<sup>38</sup>. En effet, à l'origine, les œuvres cinématographiques étaient enregistrées sur des films en nitrate, matériau de qualité, mais hautement inflammable et avec une durée de vie d'environ 70 ans. Il a donc fallu transférer en masse les films anciens sur de nouveaux supports, à la fois pour des raisons de préservation des œuvres enregistrées, mais aussi pour des raisons de sécurité (de nombreux et de graves incendies ont été déclenchés par des films nitrates).

Un premier plan est établi en 1982, mais se révèle insuffisant face à l'ampleur de la tâche. C'est en 1990 qu'est lancé le grand plan de sauvegarde, surnommé « Plan nitrate ». En 15 ans, il va permettre de sauver 13 000 films sur les 25 000 recensés en 1990 au Service des Archives du Film (SAF), à Bois-d'Arcy. Le transfert de support va s'accompagner également d'une restauration physique pour certains films. Ce vaste dispositif permet ainsi la remise en circulation d'un grand nombre de copies de film, dans des conditions de visionnage davantage satisfaisantes.

<sup>&</sup>lt;sup>37</sup> Laurent, N. (2020). Le patrimoine cinématographique est-il soluble dans le marché ? Dans Gauthier, C. (dir.) (2020). *Patrimoine et patrimonialisation du cinéma* (pp. 13-25). Paris, Ecole Nationale des Chartes.

<sup>&</sup>lt;sup>38</sup> CNC. (2019, 30 juillet). Retour sur le « Plan nitrate ». *CNC*. https://www.cnc.fr/cinema/actualites/retour-sur-le-plan-nitrate 1027210

La seconde grande étape, encore plus décisive, est le passage au numérique de l'ensemble des salles de cinéma françaises dans les années 2000-2010, parallèlement à la numérisation croissante des films de patrimoine et à la production numérique de films récents. Cette numérisation massive va notamment permettre deux « avancées » majeures. Tout d'abord réduire les coûts de création d'une copie de film. Alors qu'une copie physique pouvait coûter des milliers d'euros, la création d'un DCP, le fichier numérique qui contient un film, coûte à peine 100 euros :

Le prix d'une copie numérique (50-70 euros) étant dix à quinze fois inférieur à celui d'une copie 35 mm (700-1 000 euros), les distributeurs réalisent sur chaque copie de film une économie en passant au numérique. Ce qui explique l'intérêt des Majors hollywoodiennes, toutes distributeur [sic] de films, certaines au niveau mondial.<sup>39</sup>

Autre « avancée » importante : le numérique permet de restaurer de façon beaucoup plus fine les films, grâce à des outils sophistiqués. On numérise le matériau d'origine, et on obtient une copie digitale qu'on va pouvoir travailler, en nettoyant les dommages du temps et en redonnant tout son lustre aux films anciens, sans toucher au matériel d'origine.

Ces innovations vont apporter des solutions mais aussi créer de nouveaux problèmes. En effet, si le film nitrate a une durée de vie de 70 ans, il semble que les copies numériques aient une durée d'existence moindre, du fait des changements fréquents de standards techniques et des supports de conservations (disques durs, serveurs...) plus fragiles qu'on ne le pense. De plus, en se focalisant sur la restauration numérique des films, on oublie de conserver et de restaurer les copies physiques, qui sont pourtant les plus durables dans le temps. Un autre écueil se surajoute : la tentation de modifier à outrance la copie numérique d'un film, pour l'embellir démesurément, quitte à modifier radicalement les couleurs d'origines, à supprimer toute une partie de l'ambiance sonore, etc. Comme dans le domaine des beauxarts, certains restaurateurs ont « la main lourde » et cela peut complètement altérer la perception d'un film par le public d'aujourd'hui. La restauration numérique des films fait donc l'objet de nombreux débats, qu'ils soient techniques ou scientifiques, historiques et esthétiques.

<sup>&</sup>lt;sup>39</sup> Creton, L. & Kitsopanidou K. (dirs.) (2013). *Les salles de cinéma. Enjeux, défis et perspectives*. Paris. Armand Colin.

L'objet de ce mémoire n'étant pas d'examiner dans le détail ces enjeux, je les écarte pour considérer une conséquence directe de ces innovations : la mise en circulation à grande échelle de copies de films de patrimoine, à coût réduit et restaurées de telle sorte que ces films anciens nous paraissent contemporains, comme s'ils venaient de sortir pour la première fois récemment en salles. Certes, cette restauration numérique est discutable, ou du moins discutée par les professionnels du cinéma de patrimoine. Pour autant, ce processus a permis un nouvel essor du cinéma de patrimoine ces dernières années.

J'ai discuté de ce sujet avec la majorité des professionnels que j'ai rencontrés dans le cadre de ce mémoire. Ils s'accordent tous sur le fait qu'un véritable marché du cinéma de patrimoine s'est formé depuis un certain nombre d'années. Voici ce que m'en disait Emilie Cauquy, Responsable de la valorisation de la collection de films à la Cinémathèque Française :

On voit que depuis 10 ans, il y a un marché du patrimoine qui s'est créé, un marché du film classique. Toutes les sections de grands festivals qui montrent des films restaurés ont cette appellation, « classique », « classics », etc. Evidemment, c'est important pour la Cinémathèque d'en faire partie. Henri Langlois est toujours allé à Cannes, le cinéma qui est en train de se faire l'intéressait. Les dirigeants de la Cinémathèque sont dans cette même démarche.<sup>40</sup>

Depuis quelques années, le CNC publie une étude par an sur le marché du cinéma de patrimoine, souvent diffusée à l'occasion du Marché International du Film Classique de Lyon. L'étude la plus récente date d'octobre 2022<sup>41</sup> et porte sur l'année 2021. Il est intéressant de la croiser avec une autre étude récurrente, l'Observatoire de la vidéo à la demande<sup>42</sup>, pour établir un panorama de la situation actuelle du cinéma de patrimoine.

Ces deux études m'ont permis de construire le tableau suivant, qui agrège quelques chiffres sur le marché du cinéma récent et du cinéma de patrimoine, en France, en 2021 :

<sup>&</sup>lt;sup>40</sup> Entretien avec Emilie Cauquy, réalisé en présentiel le 7 juin 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>41</sup> Lacoue C. (2022, 20 octobre). *Les films de patrimoine : leur diffusion et leurs performances*. CNC. <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/les-films-de-patrimoine-leur-diffusion-et-leurs-performances">https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/les-films-de-patrimoine-leur-diffusion-et-leurs-performances</a> 1817169

<sup>&</sup>lt;sup>42</sup> Lacoue, C. (2023, 27 janvier). *Observatoire de la vidéo à la demande*. CNC. <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/observatoire-de-la-video-a-la-demande--janvier-2023] 1882166

	Nombre de films différents	Nombre de films de patrimoine différents	Audience globale des films	Audience des films de patrimoine	Recettes globales des films	Recettes des films de patrimoine
Salles de cinéma	6 186	1 856 (30%)	93,7 millions d'entrées	1,3 millions d'entrées (1%)	663,7 millions €	4,8 millions € (1%)
TV gratuite	2 250 (estimation)	675 (30%)	NC	NC	NC	NC
Vidéo physique	NC	5 146	39,2 millions d'unités vendues	5 millions d'unités vendues (33%)	245,5 millions € (films et séries) 144,1 millions € (films seulement) (estimation)	NC
VàDA / SVOD	8 018 (estimation)	2 614 (33%)	63,5 millions d'heures de visionnage (estimation)	11,5 millions d'heures de visionnage (18%)	1 530,8 millions € (films et séries)	NC
VàD / VOD (achat et location)	NC	NC	46,2 millions d'unités vendues ou louées	11,6 millions d'unités vendues ou louées (estimation d'après le pourcentage de 2022, à 25%)	215,7 millions € (films et séries) 146,2 millions € (films seulement) (estimation)	NC

Nous pouvons constater que par rapport aux films récents, le cinéma de patrimoine reste un marché de niche : son exploitation en salles, si elle représente 30% des films programmés, ne constitue que 1% des recettes en salles, pour un total de recette de 4,8 millions d'euros en 2021. Ce marché permet toutefois à un certain nombre de sociétés d'y prendre part, comme nous le verrons par exemple avec les distributeurs ou bien sûr les exploitants de salles.

#### 1.1.3. Les acteurs clés du cinéma de patrimoine

L'objectif de cette sous-partie est de brosser un portrait rapide des différents acteurs du cinéma de patrimoine : les acteurs historiques que sont les cinémathèques, les ayants droit (ou cataloguistes), les salles commerciales, les distributeurs, les éditeurs (DVD/Blu-ray), les plateformes de VOD (SVOD, TVOD, AVOD), la presse, les festivals (dédiés au cinéma de patrimoine ou ayant une section « Classics », comme Cannes). L'idée est de brièvement mettre en lumière leur positionnement dans la chaîne de valeur du marché, de montrer quels sont leurs enjeux et comment ils interagissent entre eux. Cela permettra de se rendre compte qu'ils sont tous interdépendants et indispensables pour la survie de ce secteur.

#### 1.1.3.1. Les cinémathèques

Les cinémathèques sont les acteurs historiques de la patrimonialisation du cinéma. Nées dans les années 1930 dans plusieurs pays occidentaux, elles n'ont pas tardé à se regrouper dans un organisme commun, la Fédération Internationale des Archives de Films (FIAF), fondée le 17 juin 1938 conjointement par la Cinémathèque Française, le Reichsfilmarchiv (Allemagne), le British Film Institute (Royaume-Uni), et le Museum of Modern Art Film Library (Etats-Unis).

La Cinémathèque Française est une association loi 1901, créée en 1936 par Henri Langlois, Georges Franju, Jean Mitry et Paul-Auguste Harlé, comme l'indique l'institution sur son site internet<sup>43</sup>. Son objectif premier est de conserver des films anciens, de tous formats et de toutes origines, de les restaurer et de les diffuser auprès du public. Cet objectif sert une ambition : développer la culture cinématographique, en France mais aussi à l'étranger, à travers la FIAF.

D'autres cinémathèques importantes ont vu le jour en France par la suite : la Cinémathèque de Toulouse, fondée en 1964 autour de Raymond Borde, autre figure importante du patrimoine cinématographique en France avec Henri Langlois ; la Cinémathèque de Grenoble, créée en 1962 ; l'Institut Jean Vigo de Perpignan, créé en 1983...

Les cinémathèques ont plusieurs missions autour de la conservation des collections films et non-films : elles les archivent, les préservent des ravages du temps, les restaurent et les projettent, que ce soit dans leurs murs ou dans ceux d'établissements partenaires, auxquels elles prêtent des copies et en reçoivent également, pour les diffuser à leur tour.

L'histoire de la patrimonialisation du cinéma est indissociable de celle des cinémathèques, comme on l'a vu. Ce sont les premiers organismes à avoir conservé des films de manière plus ou moins officielle, avant que les pouvoirs publics ne se saisissent de ces enjeux et soutiennent la préservation des films.

#### 1.1.3.2. Les ayants droit ou « cataloguistes »

Les ayants droit sont les détenteurs des droits liés à des films, qu'il s'agisse de particuliers, ayant hérité d'une façon ou d'une autre de ces droits, ou de sociétés spécialisées,

<sup>&</sup>lt;sup>43</sup> Site de la Cinémathèque Française: https://www.cinematheque.fr/informations-institutionnelles.html

qui acquièrent ces droits et détiennent alors un catalogue de droits audiovisuels, comme l'indique Laurent Creton dans le glossaire de l'un de ses ouvrages<sup>44</sup>.

Certaines de ces sociétés sont parfois connues par le grand public, car elles ont pendant un temps exploité elles-mêmes ces droits à travers la distribution de ces films, ce que certaines font encore. Parmi les plus importants cataloguistes en France, on peut citer TF1 Studio, StudioCanal, SND (Groupe M6), Pathé, Gaumont... On va le voir juste après, ces sociétés comptent pour la plupart parmi les plus importants distributeurs de films en France.

Ce sont des acteurs incontournables du cinéma de patrimoine, car il faut leur accord juridique pour pouvoir exploiter les droits des films qu'ils détiennent en catalogue. Et certains d'entre eux, que ce soient des particuliers ou des sociétés commerciales, portent tout ou partie des coûts de restaurations de certains de leurs films. Ils jouent donc, là aussi, un rôle important dans l'économie du cinéma de patrimoine et dans sa diffusion.

#### 1.1.3.3. Les distributeurs de films

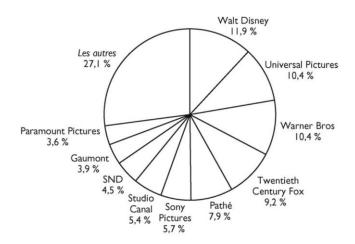
Le marché des distributeurs en France est très concentré autour de quelques acteurs. Si l'on dénombre 144 sociétés de distribution en France en 2018<sup>45</sup>, les 10 premières totalisent 72,9% du chiffre d'affaires, les 134 autres se partageant 27,1% de part de marché... Parmi ces 144 sociétés, 59 d'entre elles n'ont distribué qu'un seul film en 2018 et 53 n'ont pas sorti de film en 2017. Le marché est donc polarisé autour de très grosses sociétés, qui captent la majorité du chiffre d'affaires, beaucoup des autres sociétés étant indépendantes et financièrement fragiles.

Voici un graphique représentant la situation du marché des distributeurs, en France, en 2018<sup>46</sup> :

<sup>&</sup>lt;sup>44</sup> Creton, L. (2020). L'Economie du cinéma en 50 fiches, 6e édition, Paris, Armand Colin.

<sup>&</sup>lt;sup>45</sup> Creton, L. (2020). *Ibid.* 

<sup>&</sup>lt;sup>46</sup> Creton, L. (2020). *Ibid*.



On ne s'en étonnera guère, parmi les 10 plus importantes sociétés de distribution en France, se trouvent les filiales françaises des majors américaines. La force de frappe américaine reste sans égale : ses studios et ses sociétés de distribution restent majoritaires dans le monde et en France. On dénombre tout de même des sociétés françaises parmi ce top 10 : Pathé, StudioCanal, SND (Groupe M6) et Gaumont. Ce sont en quelque sorte les majors françaises : les plus grosses sociétés cinématographiques du pays, représentant un poids économique considérable par rapport aux 134 autres sociétés de distribution.

Dans le marché du cinéma de patrimoine, le nombre de distributeurs est plus restreint. Les majors françaises ont toutes un catalogue de films de patrimoine. Mais plus familières du lancement en salles de films récents, elles font de plus en plus appel à des sociétés indépendantes spécialisées dans ce domaine pour ressortir en salles, voire en support physique, des films de patrimoine de leur catalogue. C'est par exemple le cas de Malavida qui distribue des films Gaumont (de Louis Malle, Jean Vigo...) ou des Acacias, qui ressortent des films de Sacha Guitry issus des catalogues de Gaumont et TF1 Studio :

On a commencé avec Gaumont et avec Ariane Toscan du Plantier, qui nous a vus passer, défendre nos films comme des enragés, devant le CNC, à la commission d'aides sélectives à la distribution. Et qui a un peu craqué, quand même il faut bien le dire, sur notre façon de les défendre. Et qui a eu envie de travailler avec nous par exemple. Et c'est comme ça que notre grande histoire d'amour avec Gaumont a commencé. Elle continue maintenant avec Jérôme Soulet, qui lui a succédé à la tête du catalogue et avec qui il y a une relation extrêmement privilégiée, de confiance, de respect, d'affection, vraiment, maintenant. Qui fait qu'on a eu la malle au trésor Gaumont qui s'est ouverte. Et quelqu'un qui nous dit « écoutez, nous on ne sait pas bien faire, vraiment ce n'est pas notre métier, de travailler le patrimoine avec un travail

de distributeur comme pour un film récent. On n'est pas équipé pour ça et on aimerait bien le tenter avec vous ». Là c'était le cadeau du ciel. C'est vrai qu'on a mis la tête dedans et là c'était Jean Vigo, tous les films de Louis Malle, plein de films...<sup>47</sup>

On fait une première rétrospective Sacha Guitry au 1<sup>er</sup> novembre. ... Les gens de TF1, StudioCanal, les gens de Gaumont, de Pathé, sont des gens avec qui on travaille tout au long de l'année<sup>48</sup>.

Mais pris en étau entre la production et l'exploitation des films, les distributeurs portent un grand risque quant au succès des films qu'ils promeuvent :

Alors que son rôle est essentiel pour qu'un film existe, la distribution est devenue le maillon faible de la filière cinématographique : la poussée inflationniste des dépenses de promotion et la rotation accélérée des films à l'écran renforcent sa vulnérabilité, tandis que le développement des multiplexes et l'élargissement des débouchés téléaudiovisuels modifient l'équilibre relationnel en sa défaveur.<sup>49</sup>

C'est ce qu'a confirmé Jean-Emmanuel Papagno, ex-Directeur Editorial et Marketing des Editions Montparnasse, dans son cours à Dauphine PSL :

Être distributeur c'est être tout le temps sur la brèche car 8 films sur 10 sont des échecs. Mais les 20% de succès compensent leurs pertes. ... Le distributeur est souvent amené à verser un minimum garanti sur les gains espérés du producteur auquel il est lié par un mandat. Le distributeur acquiert alors le droit de distribution du film. Par contrat, le distributeur s'engage aussi sur un montant de frais d'édition (nombre de copies éditées, plan marketing) pour permettre au film d'atteindre le public le plus large possible. La somme du minimum garanti et des frais d'édition engage totalement le distributeur : un investisseur majeur du projet. L'engagement financier du distributeur est une condition essentielle pour qu'un film se fasse. Il assure une part essentielle de leur financement, via le versement des minima garantis ; l'intervention du distributeur déclenche l'accord des chaînes de télévision et des SOFICA ; l'investissement du distributeur est bien souvent supérieur à 20% du budget du film.<sup>50</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>47</sup> Entretien avec Anne-Laure Brénéol-Ithurralde, réalisé en visioconférence (Teams) le 24 iuillet 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>48</sup> Entretien avec Jean-Fabrice Janaudy, réalisé en présentiel le 28 juin 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>49</sup> Creton, L. (2020). L'Economie du cinéma en 50 fiches, 6e édition, Paris, Armand Colin.

<sup>&</sup>lt;sup>50</sup> Papagno, J.-E. (2022-2023). *Production et Politiques audiovisuelles* [Cours] Master Management des Organisations Culturelles, Formation continue, Université Paris-Dauphine.

En effet, le distributeur acquiert auprès des ayants droit un mandat pour distribuer le film, ce qui est déjà un premier investissement. Il se peut que le distributeur contribue à la restauration du film, ce qui est un investissement de taille. Puis, le distributeur en tire des copies pour les distribuer en salles : autre investissement. Et enfin, le distributeur prend en charge les frais marketing pour promouvoir le film : encore un autre investissement. Le distributeur se rembourse sur les entrées s'il a un mandat pour l'exploitation en salles, ou sur d'autres moyens de diffusion, comme la vidéo (physique, VOD, SVOD...) s'il a pu obtenir d'autres mandats. Il fait donc un pari sur le succès du film. Or on l'a vu, seuls quelques films remportent un vrai succès et permettent de rembourser les films qui ont moins bien ou qui n'ont pas fonctionnés. Cet équilibre reste donc fragile.

Un moyen d'atténuer les risques, pour les distributeurs, est de procéder à une « intégration verticale » de la chaîne de valeur, en développant des activités en amont et/ou en aval de la distribution. C'est bien sûr le cas des grands groupes, comme Gaumont, Pathé, StudioCanal, MK2... Mais c'est aussi le cas de sociétés indépendantes : distribution en salles et édition vidéo pour Carlotta, Malavida ou Potemkine ; production, distribution, édition et presse papier pour Capricci, adossé au groupe So Press ; distribution et exploitation de salles pour Les Acacias/Le Vincennes ou Ciné Sorbonne/La Filmothèque du Quartier Latin... Cela permet à ces acteurs de diversifier leurs sources de revenus, face aux aléas de la conjoncture et à la réussite imprévisible des films.

#### 1.1.3.4. Les salles commerciales

L'exploitation de films de cinéma en salles est presque aussi ancienne que cet art. A l'origine, les projections de films étaient itinérantes et occupaient toutes sortes de lieux (chapiteaux de cirques, baraques de fêtes foraines, théâtres...), mais de façon transitoire. Peu à peu, dans les années 1900-1910, des salles ont été dédiées à la projection de films de cinéma, jusqu'à ce que cela devienne un vrai « business », avec une forte composante immobilière. Depuis lors, l'histoire du cinéma est indissociable de celle des salles. Laurent Creton l'indique d'ailleurs dans l'un de ses ouvrages : « le cinéma se définit d'abord par la salle, lieu destiné à la rencontre des films et du public » <sup>51</sup>. Il complète :

Depuis ses origines, la fonction première et essentielle de la salle a été l'exploitation, c'est-à-dire la valorisation marchande de toute l'activité de la filière cinématographique au travers de la remontée de recettes. A partir des années 1980, cette fonction a

<sup>&</sup>lt;sup>51</sup> Creton, L. (2020). L'Economie du cinéma en 50 fiches, 6e édition, Paris, Armand Colin.

progressivement cessé d'être centrale et la salle se définit de plus en plus, à la mesure du développement des autres marchés associés, autour d'un nouveau rôle : celui de vitrine, de première phase de mise en valeur du film qui participe des lancements promotionnels nécessaires pour une rentabilisation ultérieure<sup>52</sup>.

En effet, alors que pendant des décennies, si l'on voulait regarder un film, il fallait aller au cinéma, différentes innovations techniques et de nouveaux moyens de diffusion ont fait perdre à la salle de cinéma son « monopole » : la télévision, la vidéo (notamment VHS, puis DVD et Blu-ray) ou encore les plateformes de streaming (VOD et SVOD).

Aujourd'hui, la salle conserve un certain prestige et permet de lancer le cycle d'exploitation d'un film, avant que celui-ci continue sa course sur d'autres supports. Son lancement en salles est souvent accompagné d'une campagne de communication conséquente, dont les autres supports bénéficieront par la suite.

C'est en cela que la salle reste un maillon indispensable du cycle de vie d'un film, même si elle a beaucoup perdu de son poids économique. Laurent Creton l'explique dans son livre<sup>53</sup>: entre 1930 et 1957, la fréquentation en France croît quasiment sans interruption, atteignant son plus haut historique en 1957 à 411 millions d'entrées. Depuis, la fréquentation a baissé de façon quasi continuelle jusqu'au plus bas historique de 1992, à 116 millions d'entrées. A partir de cette date, la fréquentation a augmenté progressivement, mais de façon beaucoup plus faible qu'avant 1957, pour atteindre 152 millions d'entrées en 2022, d'après le CNC<sup>54</sup>, au sortir de deux années chahutées par le Covid-19 et les fermetures de salles. L'âge d'or de l'exploitation cinématographique est donc probablement derrière nous, mais la salle a su montrer sa résilience et demeure toujours un passage obligé pour la sortie d'un film, qu'il s'agisse d'un film contemporain ou d'un film de patrimoine d'ailleurs.

De la même façon que pour les films récents, si le marché du cinéma de patrimoine s'est beaucoup développé à partir des années 2000-2010, depuis les années 1980, l'exploitation en salles de ces films a vu son public diminuer considérablement pour se tourner vers d'autres supports. François Causse en témoigne :

<sup>&</sup>lt;sup>52</sup> Creton, L. (2020). *Ibid*.

<sup>&</sup>lt;sup>53</sup> Creton, L. (2020). *Ibid*.

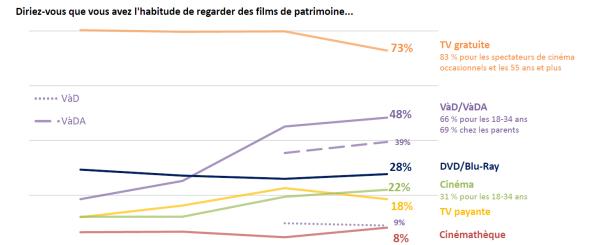
<sup>&</sup>lt;sup>54</sup> CNC. (2023, 2 janvier). A 152 millions d'entrées en 2022, fort rebond de la fréquentation dans un contexte encore atypique. *CNC*. <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/actualites/a-152-millions-dentrees-en-2022-fort-rebond-de-la-frequentation-dans-un-contexte-encore-atypique">https://www.cnc.fr/professionnels/actualites/a-152-millions-dentrees-en-2022-fort-rebond-de-la-frequentation-dans-un-contexte-encore-atypique 1861985</a>

Le marché s'est transformé, parce que je dirais qu'avant on avait des pôles bien définis et un peu à l'image, justement, de l'offre de films, de l'offre électronique, enfin dématérialisée. Il y a eu une dissémination un petit peu du patrimoine. Auparavant, il y avait les salles parisiennes, qui ont réussi à tenir parce que c'est quand même une spécialité de Paris, il y a toute une tradition cinéphilique, en particulier les trois salles de la rue Champollion, qui sont un cas unique, quasiment unique au monde. Les salles parisiennes ont gardé cette tradition. Pour autant, les entrées du patrimoine, notamment à Paris, sont beaucoup moins élevées qu'il y a 40 ans. Quand j'ai commencé à tenir les statistiques des Cinémas Action, un film en réédition, même en sortant sur un petit nombre de salles, sur une ou deux salles parisiennes, en cas de succès, pouvait atteindre les 20 000, les 30 000, les 40 000 entrées. Ce qui est devenu aujourd'hui complètement impossible, c'est de l'ordre de la science-fiction. Et le record en matière de patrimoine, il est détenu justement par Jean-Max [Causse] et Jean-Marie Rodon, son associé de l'époque, qui avaient ressorti, vous en avez peut-être entendu parler, The Shop Around the Corner, d'Ernst Lubitsch. Qui était sorti une première fois à la Libération sous le titre Rendez-vous. Qui n'avait jamais été réédité, même si Lubitsch est un auteur très populaire et adoré des cinéphiles. On n'avait jamais revu ce film et ca a été une véritable révélation que sa redécouverte. Qui a attiré quand même 140 000 spectateurs, près de 150 000 spectateurs, rien que sur Paris, avec deux salles de sortie, qui étaient l'Action Christine et le Mac-Mahon. Là c'était vraiment le phénomène, il y a eu un bouche-à-oreille extraordinaire... Je me souviens même d'une actrice qui est arrivée dans une émission, à la télé, et qui s'est mise à parler de The Shop Around the Corner, puisqu'elle était sous le charme, elle sortait de la projection. ... C'était en 1985 me semble-t-il. Mais là ça a été un peu l'apothéose, on va dire le record, et un peu le début d'un déclin, d'une certaine manière, pour les entrées du patrimoine. Aujourd'hui, sur Paris, quand un film fait 3 000 entrées, on juge que c'est plutôt bien. Alors qu'il y a 40 ans, c'était 20 000, pour donner une idée.55

En effet, le public s'est reporté en partie sur les autres moyens de visionnage des films : télévision gratuite, qui reste le premier moyen de visionner des films de patrimoine en 2022<sup>56</sup>, vidéo physique, VOD, SVOD...

<sup>&</sup>lt;sup>55</sup> Entretien avec François et Jean-Max Causse, réalisé en présentiel le 19 août 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>56</sup> Lacoue C. (2022, 20 octobre). *Les films de patrimoine : leur diffusion et leurs performances*. CNC. <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/les-films-de-patrimoine-leur-diffusion-et-leurs-performances">https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/les-films-de-patrimoine-leur-diffusion-et-leurs-performances</a> 1817169



2022

Voici un graphique tiré de l'étude CNC du 20 octobre 2022, qui illustre cette tendance :

Base : 925 Français âgés de 18 ans et visionnant des films de patrimoine « souvent » ou « de temps en temps ».

2020

Depuis quelques années, les chiffres restent assez stables pour les sorties en salles. Le phénomène majeur est la progression inverse entre les audiences TV, qui diminuent nettement entre 2021 et 2022, et l'audience de la VOD/SVOD, qui augmente significativement depuis plusieurs années, notamment entre 2021 et 2022.

2021

#### 1.1.3.5. Les chaînes de télévision

2019

Alors que l'écran de cinéma a été pendant un certain temps, dans la première moitié du 20e siècle, le seul moyen de visionner des images animées, et par là de bénéficier de films d'actualités pour s'informer de la marche du monde, peu à peu la télévision l'a supplanté et est devenue un média consommé en masse partout sur la planète. La télévision a même fini par diffuser des films de cinéma, puis à financer de façon toujours plus importante la production de films. Il en a été de même en France.

Au cours des années 1980 et 1990, les chaînes de télévision ont pris une part croissante dans le financement des films français dont la diffusion sur les petits écrans a connu une forte expansion. Les apports financiers des chaînes ont constitué un apport essentiel au développement du cinéma français grâce à un financement plus abondant et plus assuré, mais il en a également résulté quelques effets pervers, cette manne l'ayant fait entrer dans une certaine dépendance vis-à-vis de l'industrie télévisuelle.<sup>57</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>57</sup> Creton, L. (2020). L'Economie du cinéma en 50 fiches, 6e édition, Paris, Armand Colin.

Pendant un certain nombre d'années, la diffusion de films de cinéma sur le petit écran a attiré un grand nombre de téléspectateurs fidèles. Parmi ces films, un grand nombre étaient des films de patrimoine, bien qu'on ne les appelait pas ainsi à l'époque. Des émissions télévisées étaient même dédiées à ce « cinéma de répertoire » ou à ces « films classiques », et sont devenues « cultes », tout comme leurs présentateurs.

Parmi les plus connues, citons le Ciné-Club de Claude Jean-Philippe et Patrick Brion, active de 1971 à 1994 ou Le Cinéma de Minuit de Patrick Brion, créée en 1976 et toujours active, malgré la valse-hésitation de France Télévisions, qui a changé à de nombreuses reprises sa case de programmation ces dernières années et qui l'a interrompue temporairement. Ces deux émissions passent ou passaient des films étrangers de patrimoine en version originale sous-titrée et dans leur format d'origine. Une troisième émission est très connue des téléspectateurs des années 1980-1990 et des cinéphiles : La Dernière Séance, elle aussi sous la direction éditoriale de Patrick Brion, et présentée par Eddy Mitchell. Cette émission portait essentiellement sur le cinéma américain de patrimoine et a été diffusée de 1982 à 1998. Citons une quatrième émission célèbre en son temps : Monsieur Cinéma de Pierre Tchernia et Jacques Rouland, diffusée notamment entre 1967 et 1972.

Aujourd'hui, excepté Le Cinéma de Minuit, mais qui est relégué en deuxième partie de soirée, il n'existe plus de grande émission de cinéma en prime time sur les chaînes gratuites. Il y a tout de même des cases de diffusion de films de patrimoine en prime time, mais dans ce domaine, Arte fait figure d'exception, la majorité des chaînes gratuites diffusant de moins en moins de films à cette heure de grande écoute, encore moins des films de patrimoine sortis il y a plus de 20 ans...

Certes, avec la TNT, le nombre de films diffusés sur des chaînes gratuites a augmenté nettement dans sa globalité, passant de 500 en 1985 à 1 993 en 2018<sup>58</sup>. Mais « ces chiffres masquent la nette diminution de l'offre en première partie de soirée sur les grandes chaînes en clair », d'après Laurent Creton.

Sur TF1, le nombre de cases cinéma en première partie de soirée a diminué tous les ans pendant une décennie, passant de 96 films en 2002 à 49 en 2011. Même phénomène sur France 2 et France 3 dont l'offre cinématographique est en repli : respectivement, de 74 à 52 et de 85 à 65. Pour France 3, leur nombre a continué de

<sup>&</sup>lt;sup>58</sup> Creton, L. (2020). *L'Economie du cinéma en 50 fiches*, 6e édition, Paris, Armand Colin.

se réduire : 45 en 2018. Ce phénomène s'explique par la perte d'audience du cinéma à la télévision. Tant que les films de cinéma constituaient un programme d'exception, fédérateur et générateur d'une large audience, les chaînes avaient tout intérêt à les diffuser largement en première partie de soirée. Dès lors qu'il se confirme que l'attractivité du cinéma s'effrite, la stratégie des chaînes généralistes consiste à investir sur un plus petit nombre de films mieux calibrés, et de redéployer les ressources vers des téléfilms, des séries, des émissions de plateau ou de téléréalité qui leur apportent de meilleurs ratios de rentabilité. La programmation des films de cinéma se déplace ainsi progressivement vers les deuxième et troisième parties de soirée et les chaînes de la TNT. Depuis 2015, TF1 a toutefois augmenté le nombre de films diffusés en première partie de soirée : 72 en 2018. A contrario, M6 l'a réduit, de 57 films en 2009 à 38 en 2018. Arte se distingue nettement des autres chaînes gratuites en diffusant un grand nombre d'œuvres cinématographiques en première partie de soirée, entre 190 et 200 chaque année<sup>59</sup>.

Si l'on estime que promouvoir le cinéma de patrimoine relève d'une forme de service public, au même titre que la promotion des arts et de la culture dans son ensemble, on ne peut qu'être surpris par la stratégie de France Télévisions... ou plutôt son absence de stratégie... En comparaison avec Arte, qui avec un budget bien moindre (le budget d'Arte France en 2023 est de 303 millions d'euros<sup>60</sup>, alors que le budget annuel de France Télévisions est de 2,4 milliards d'euros en 2023<sup>61</sup>, soit près de 8 fois supérieur) assume avec courage son statut de chaîne culturelle et respecte son public. Là encore, on peut revenir à l'opposition entre deux visions évoquée par François Aymé, entre « construire son public »... et simplement chercher à le « capter ».

Cette situation inquiète beaucoup d'acteurs du secteur du cinéma de patrimoine, je l'ai perçu à travers les entretiens que j'ai menés et au fil de mes lectures, car ce sujet revenait souvent. A tel point qu'en 2020, une tribune a été publiée dans Le Monde et sur Internet, incitant France Télévisions à programmer de nouveau du cinéma de patrimoine, si possible plus divers que ce que le Groupe avait programmé en période de Covid, s'en tenant aux poncifs du cinéma français grand public, tout aussi appréciable soit-il<sup>62</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>59</sup> Creton, L. (2020). L'Economie du cinéma en 50 fiches, 6e édition, Paris, Armand Colin.

<sup>&</sup>lt;sup>60</sup> Chiffres disponibles sur le site du Sénat : <a href="https://www.senat.fr/rap/a22-120-41/a22-120-413.html">https://www.senat.fr/rap/a22-120-41/a22-120-413.html</a>

<sup>&</sup>lt;sup>61</sup> Sallé, C. (2022, 28 octobre). France Télévisions va faire des économies sur les programmes. *Le Figaro*. <a href="https://www.lefigaro.fr/medias/france-televisions-va-faire-des-economies-sur-les-programmes-20221028">https://www.lefigaro.fr/medias/france-televisions-va-faire-des-economies-sur-les-programmes-20221028</a>

<sup>&</sup>lt;sup>62</sup> Tribune. (2020, 26 avril). « Retour massif du cinéma sur France Télévisions : souhaitons que cette envie frénétique perdure après le confinement ! ». *Le Monde*.

Le nombre impressionnant de signataires, qui comportent un grand nombre d'acteurs majeurs du secteur, dans toutes ses dimensions (distribution, édition vidéo, salles de cinéma, festivals, cinémathèques, associations, syndicats ou encore critiques de cinéma) montre qu'il s'agit d'un problème profond et d'une grande préoccupation pour ces professionnels. Un certain nombre d'entre eux m'ont ainsi confié devoir une grande partie de leur cinéphilie à ces émissions de cinéma de patrimoine et à ces films diffusés à la télévision dans leur jeunesse. Beaucoup m'ont ainsi dit être cinéphile depuis la préadolescence grâce à la télévision. Parmi les nombreux témoignages que j'ai recueillis en ce sens, je peux citer celui de Jean-Fabrice Janaudy, Gérant de la société de distribution Les Acacias et du cinéma Le Vincennes :

Je suis cinéphile depuis l'âge de 12-13 ans. Je suis d'une génération où j'ai eu accès à Patrick Brion, au Ciné-Club de Claude-Jean Philippe et surtout à tous les films qui passaient sur TF1, France 2, France 3... Et qui étaient des classiques, mais sans qu'on ne nous dise jamais que c'étaient des classiques. On a la chance d'appartenir à une génération où on a été baignés de grands films, sans avoir à faire une démarche particulière. Donc, c'est venu naturellement l'envie de travailler dans le cinéma. 63

Ainsi, c'est un cercle vertueux : plus les jeunes générations seront exposées tôt au cinéma de patrimoine, plus elles vont apprendre à aimer ce cinéma, sans les préjugés que peuvent avoir certains adolescents ou certains adultes face à ces films anciens.

Or tous ces professionnels constatent aujourd'hui que cette courroie de transmission s'est cassée, un fossé s'est installé entre le cinéma de patrimoine et les jeunes générations, même avec les adultes. Bien sûr, la télévision n'a plus le rôle prééminant d'alors, avec l'explosion du nombre de chaînes gratuites, l'émiettement du public réparti sur ces différentes chaînes et l'essor d'Internet et des plateformes de SVOD, actant la diminution du goût pour les programmes en linéaire, au profit des vidéos à la demande. Néanmoins, encore aujourd'hui, Arte fait d'excellents scores avec des films de patrimoine, signe qu'un attrait pour ce cinéma demeure, même chez les plus jeunes, et qu'il est possible de continuer à programmer en prime time des films de patrimoine de qualité avec succès.

https://www.lemonde.fr/idees/article/2020/04/26/retour-massif-du-cinema-sur-france-televisions-souhaitons-que-cette-envie-frenetique-perdure-apres-le-confinement 6037795 3232.html.

L'ensemble des signataires (ainsi que la tribune) sont visibles sur le site de Revus & Corrigés: https://revusetcorriges.com/2020/04/29/pour-une-diversite-du-cinema-sur-france-televisions-enperiode-de-confinement-et-apres/

<sup>63</sup> Entretien avec Jean-Fabrice Janaudy, réalisé en présentiel le 28 juin 2023.

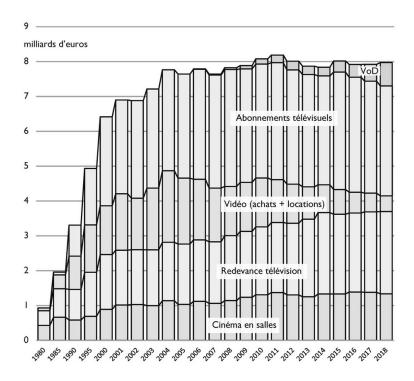
L'idée que ces « classiques-là » s'adresseraient à une niche est fausse. La chambre bleue » de Mathieu Amalric [film de 2014] n'a-t-elle pas rassemblé 2 millions de téléspectateurs sur Arte fin mars ? Et Barry Lyndon de Stanley Kubrick 1,9 million ? A ceux qui voudraient y voir un plébiscite « bobo », faut-il rappeler que 42% du public de cette chaîne (Arte) réside dans des villes de moins de 50 000 habitants et des communes rurales ?<sup>64</sup>

Si les grandes chaînes gratuites ont arrêté depuis un moment de réellement promouvoir le cinéma de patrimoine (sauf Arte, donc), il n'en va pas de même des éditeurs vidéo, qui œuvrent depuis des années à faire connaître les films anciens et les « classiques », d'abord sur VHS, puis sur DVD et Blu-ray.

## 1.1.3.6. Les éditeurs vidéo (DVD et Blu-ray)

Pour retracer un bref historique du marché de la vidéo, je me réfère une fois de plus à l'ouvrage de Laurent Creton, dont voici un graphique éloquent.

Les dépenses des ménages français en programmes audiovisuels<sup>65</sup> :

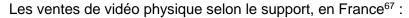


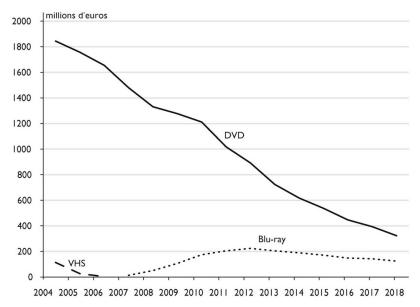
<sup>&</sup>lt;sup>64</sup> Serrell, M. (2020, 27 avril). *Cinéma et télévision publique, un nouvel élan patrimonial* [Emission de radio]. France Culture. <a href="https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/la-theorie/cinema-et-television-publique-un-nouvel-elan-patrimonial-2713672">https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/la-theorie/cinema-et-television-publique-un-nouvel-elan-patrimonial-2713672</a>

<sup>65</sup> Creton, L. (2020). L'Economie du cinéma en 50 fiches, 6e édition, Paris, Armand Colin.

On le voit, le secteur de la vidéo s'est fortement développé depuis les années 1980-1990 avec la VHS, avant d'exploser dans les années 2000 avec le DVD, qui connaîtra son âge d'or durant cette période. En 2004, la consommation des DVD par les ménages français dépasse le cinéma en salles et la redevance télévisuelle, faisant presque jeu égal avec les abonnements télévisuels, qui sont majoritaires depuis le milieu des années 1990. « Le marché [de la vidéo] est tiré pour l'essentiel par les ventes qui représentent 98 % du chiffre d'affaires du secteur, la location étant traditionnellement très peu active en France »<sup>66</sup>. Mais peu à peu, le marché de la vidéo s'érode, avant de s'effondrer complètement. Si bien qu'en 2018, les dépenses des ménages français en vidéo totalisent seulement 448 millions d'euros, alors qu'elles atteignaient 2 milliards d'euros en 2004. « Entre 2008 et 2018, le marché de la vidéo physique a régressé de 68 % », indique Laurent Creton.

Un graphique vaut mieux qu'un long discours, je reprends donc le schéma mis en exergue par Laurent Creton dans la suite de son livre. Le constat est sans appel : le support physique est en chute libre depuis son apogée des années 2000.





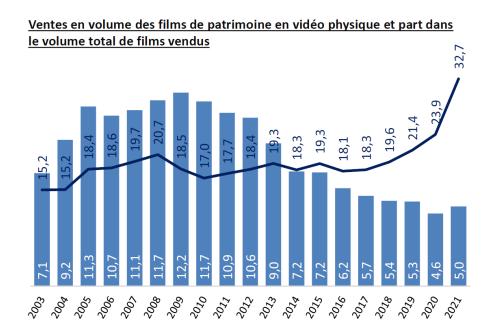
Les raisons de cet effondrement du marché de la vidéo sont multiples. Parmi les principales, on peut évoquer le changement des usages du public. Après l'essor de la télévision, l'avènement d'Internet s'est accompagné d'un piratage massif des films et séries par les internautes, tout comme pour le secteur de l'industrie musicale. La propension à payer

<sup>66</sup> Creton, L. (2020). Ibid.

<sup>67</sup> Creton, L. (2020). Ibid.

pour visionner un film, surtout chez soi, a donc fondu, et beaucoup de jeunes (et moins jeunes), encore aujourd'hui, estiment qu'il est tout à fait normal de ne pas payer pour regarder un film. Et le piratage est toujours très présent en 2022 et 2023 : « l'an dernier, il y a eu près de 215 milliards de visites sur des sites pirates, pas loin de 20% de plus qu'en 2021. Pour vous donner une idée, le site d'Amazon, c'est environ 30 milliards de visites »<sup>68</sup>...

Malgré la décroissance radicale du marché de la vidéo physique, celui-ci perdure quelque peu, notamment et justement pour le cinéma de patrimoine, en s'étant recentré sur l'édition d'objets de qualité, dits *collectors*<sup>69</sup>. La vidéo physique en cinéma de patrimoine possède « une part de marché en progression depuis 2018, le film de patrimoine résistant mieux à la chute du marché physique », nous dit le CNC dans son étude de ce secteur, en 2022<sup>70</sup>. C'est ce que l'on observe également dans le graphique ci-dessous, tiré de la même étude<sup>71</sup>.



<sup>68</sup> Lacarrière, C. (2023, 20 mars). *Le piratage, plus puissant que jamais* [Emission de radio]. France Inter. <a href="https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/la-chronique-mediatique-de-cyril-lacarriere-du-lundi-20-mars-2023-1958821">https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/la-chronique-mediatique-de-cyril-lacarriere-du-lundi-20-mars-2023-1958821</a>

<sup>&</sup>lt;sup>69</sup> André, S., Bouaziz, N., Bouyer, S. & Soulet, J. (2017, 17 octobre). *Editions DVD/BluRay et livres de patrimoine : de l'objet brut à l'objet collector* [Conférence]. Marché International du Film Classique, Festival Lumière à Lyon. <a href="https://www.mifc.fr/actualit%C3%A9s/de-l%E2%80%99objet-brut-%C3%A0-l%E2%80%99objet-collector-%22les-aides-du-cnc-sur-la-vid%C3%A9o-physique-est-indispensable%22.html">https://www.mifc.fr/actualit%C3%A9s/de-l%E2%80%99objet-brut-%C3%A0-l%E2%80%99objet-collector-%22les-aides-du-cnc-sur-la-vid%C3%A9o-physique-est-indispensable%22.html</a>

<sup>&</sup>lt;sup>70</sup> Lacoue C. (2022, 20 octobre). *Les films de patrimoine : leur diffusion et leurs performances*. CNC. <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/les-films-de-patrimoine-leur-diffusion-et-leurs-performances">https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/les-films-de-patrimoine-leur-diffusion-et-leurs-performances</a> 1817169

<sup>&</sup>lt;sup>71</sup> Lacoue C. (2022, 20 octobre). *Ibid.* 

Les éditions DVD et Blu-ray, outre qu'elles sont de plus en plus commercialisées dans des formats de très haute définition (2K, 4K, Ultra HD/UHD, bientôt 8K...), s'accompagnent désormais de livres, de la bande-son du film, de cartes postales et autres bonus ou goodies, dans des coffrets à la finition très soignée. Le marché physique a beau être en berne depuis plus d'une décennie, il résiste davantage dans le domaine du cinéma de patrimoine, grâce à des cinéphiles passionnés qui achètent ces objets *collectors*.

Le support physique a une autre vertu : grâce à lui, les médiathèques mettent à disposition de leurs usagers des DVD, Blu-ray, etc., qu'ils peuvent emprunter. Cela permet, à tout âge, de développer sa cinéphilie de façon légale et à moindre coût, les médiathèques et les bibliothèques reversant une sorte de redevance aux ayants droit, pour rémunérer en contrepartie les œuvres qui sont prêtées aux usagers. Et l'abonnement à une médiathèque est généralement peu coûteux. Ainsi, beaucoup de jeunes ont construit leur cinéphilie grâce aux médiathèques, ce fut par exemple mon cas. C'est également ce que m'ont confirmé deux jeunes que j'ai interviewés, Chloé<sup>72</sup> (20 ans) et Raphaël (17 ans) :

*Adrien*: Par quels moyens regardez-vous le plus souvent des films? Salles de cinéma, plateformes de SVOD, VOD, DVD/Blu-ray, téléchargement illégal...

Raphaël: Télé ou DVD.

*Chloé* : Télévision en premier, et DVD en second. Moi j'emprunte pas mal à la médiathèque, en termes de DVD. C'est plus facile, quand tu sais ce que tu veux regarder.<sup>73</sup>

Parallèlement à cette chute du marché physique, là encore comme pour la musique, des offres de streaming légales ont vu le jour, et peu à peu, les usages des spectateurs, pas seulement des plus jeunes, ont évolué vers une « normalisation » de la consommation de films en streaming légal. A tel point que c'est devenu aujourd'hui le principal mode de visionnage des films en vidéo.

#### 1.1.3.7. Les plateformes de VOD (TVOD et SVOD)

En effet, depuis 2018, comme l'indique le graphique ci-dessous, l'usage de la VOD a dépassé la consommation de vidéo physique. Là encore, la tendance est frappante, on constate un net renversement du marché et la prédominance de la VOD sur le support physique désormais.

<sup>&</sup>lt;sup>72</sup> Leurs noms été changés, pour garantir leur anonymat.

<sup>&</sup>lt;sup>73</sup> Entretien avec Chloé et Raphaël, réalisé en présentiel le 8 août 2023.



Chiffre d'affaires du marché de la vidéo, en France, en millions d'euros<sup>74</sup> :

Source : CNC - AQOA - GfK / \* Estimations CNC 2022 pour la VàDA

[Note: EST signifie Electronic Self Through, c'est-à-dire le téléchargement définitif par le consommateur d'une vidéo à la demande, par opposition à la location VàD, qui consiste en un téléchargement temporaire d'une vidéo.]

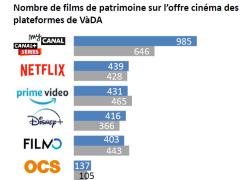
Historiquement, les plateformes ont d'abord proposé une offre de VOD (Video On Demand) ou VàD (Vidéo à la Demande), où l'on peut télécharger des films définitivement ou les louer temporairement. De nombreuses plateformes le proposaient, qu'il s'agisse de chaînes de télévision, de fournisseurs d'accès à internet (Orange, SFR...) ou de chaînes payantes (comme Canal+ avec CanalPlay, remplacé depuis 2019 par Canal VOD).

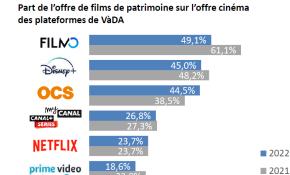
Puis l'offre de SVOD (Subscription Video On Demand) ou VàDA (Vidéo à la Demande par Abonnement), a pris le pas et est devenu le mode de consommation principal de films en vidéo. Le leader mondial de la SVOD, connu de tous, est Netflix, suivi par les challengers Amazon Prime Video et Disney+.

Mais Netflix a beau être le leader mondial de la SVOD, il est loin d'être un champion du cinéma de patrimoine, au regard de sa force de frappe économique. Il est devancé en France par des challengers tels que Disney+ (dont on connaît les « classiques » de l'animation ou en prises de vues réelles) ou encore par Canal+ ou la plateforme indépendante Filmo (ex-FilmoTV, appartenant à la mini major européenne Wild Bunch), comme l'indiquent les deux graphiques ci-dessous<sup>75</sup>:

<sup>&</sup>lt;sup>74</sup> Lacoue, C. (2023, 27 janvier). *Observatoire de la vidéo à la demande*. CNC. <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/observatoire-de-la-video-a-la-demande--janvier-2023">https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/observatoire-de-la-video-a-la-demande--janvier-2023</a> 1882166

<sup>&</sup>lt;sup>75</sup> Lacoue C. (2022, 20 octobre). *Les films de patrimoine : leur diffusion et leurs performances*. CNC. <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/les-films-de-patrimoine-leur-diffusion-et-leurs-performances">https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/les-films-de-patrimoine-leur-diffusion-et-leurs-performances</a> 1817169





Source : Médiamétrie (juin 2022/ juin 2021) - Films de patrimoine : films dont la première date de sortie en salles est antérieure à 20 ans.

Même si Netflix avait signé en 2020, à grand renfort de publicité, un accord avec MK2 pour diffuser sur la plateforme une partie du catalogue du groupe français<sup>76</sup>, ce n'est pas un acteur important et reconnu dans ce domaine. Le groupe américain est même plutôt vilipendé pour son absence d'éditorialisation, qui fait que les films de patrimoine sont noyés dans la masse des contenus disponibles et qu'ils sont peu vus par les spectateurs. D'autant que Netflix soutient davantage les séries que le cinéma, avec une éthique discutable, ce qui n'est pas sans conséquences sur la production de films comme sur les spectateurs, comme l'a détaillé Romain Blondeau dans son essai à charge<sup>77</sup>.

En France, si l'on parle de plateformes de streaming dans le domaine du cinéma de patrimoine, d'autres noms que Netflix émergent : LaCinetek<sup>78</sup>, créée en 2015, dont les films sont proposés par des cinéastes de tous pays, qui a beaucoup fait parler d'elle par sa forte éditorialisation et son concept original ; Filmo<sup>79</sup>, comme nous le disions ; UniversCiné<sup>80</sup>, rattaché au groupe Le Meilleur du Cinéma, qui détient également l'éditeur vidéo Blaq Out ; Tënk<sup>81</sup> pour les documentaires ; Mubi<sup>82</sup>, plateforme anglo-saxonne basée à Londres et un des acteurs indépendants principaux du secteur en Europe...

Parmi toutes ces plateformes indépendantes, arrêtons-nous un instant sur le cas de LaCinetek, se démarquant par sa ligne éditoriale forte et son équipe de passionnés, qui en font un peu un « anti-Netflix ». Il ne s'agit pas d'un « supermarché » audiovisuel froid : chez

<sup>&</sup>lt;sup>76</sup> Tuil, J. (2020, 21 avril). Netflix et MK2 annoncent un partenariat sur une vaste sélection de films d'auteur français et internationaux. *Netflix*. <a href="https://about.netflix.com/fr/news/netflix-and-mk-2-announce-a-partnership-on-a-wide-selection-of-french-and-international-auteur-films">https://about.netflix.com/fr/news/netflix-and-mk-2-announce-a-partnership-on-a-wide-selection-of-french-and-international-auteur-films</a>

<sup>&</sup>lt;sup>77</sup> Blondeau, R. (2022). *Netflix, l'aliénation en série*. Paris. Seuil.

<sup>&</sup>lt;sup>78</sup> Site de LaCinetek: https://www.lacinetek.com/fr

<sup>&</sup>lt;sup>79</sup> Site de Filmo : https://www.filmotv.fr/

<sup>80</sup> Site d'UniversCiné: https://www.universcine.com/home-abonnement

<sup>81</sup> Site de Tënk : https://www.on-tenk.com/fr 82 Site de Mubi : https://mubi.com/fr/us

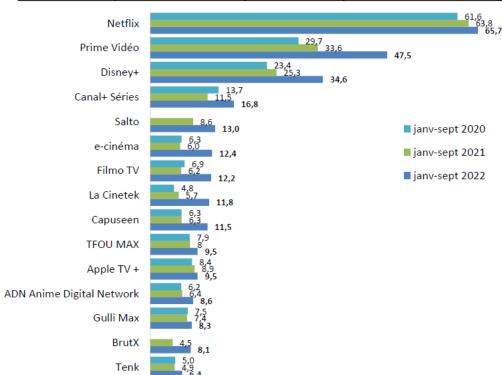
la plateforme française, tout est mis en œuvre pour accompagner les films et les spectateurs, également pour leur faire découvrir de nouveaux films, à rebours des algorithmes mécaniques et peu pertinents. Voici ce qu'en dit Jean-Baptiste Viaud, Délégué Général de LaCinetek :

Nos grands objectifs sont de transmettre notre passion et notre amour du cinéma, et de faire en sorte que les grands films de l'histoire du cinéma ne soient pas oubliés et qu'ils puissent continuer à être transmis aux plus jeunes générations. Pas que à eux, mais en particulier et en priorité envers eux. Pour dire que ces films existent, qu'ils sont de grande qualité, qu'ils ont une importance et un poids dans l'histoire du cinéma. Et on les valorise, on les met en avant de la meilleure manière possible. Donc notre objectif est vraiment de faire en sorte qu'ils ne soient pas oubliés et qu'ils puissent continuer à être vus et à être découverts par les plus jeunes générations. Tout ça dans le cadre d'une offre très éditorialisée, qui permet d'avoir de multiples entrées dans ces films. Que ce soient les listes des réalisateurs associés, qui est le principe fondateur et de base de LaCinetek... Mais il y a aussi des entrées par genres, des entrées par courants cinématographiques, des entrées par corpus d'œuvres, des focus, la sélection thématique, qui est notre offre par abonnement à l'heure actuelle, etc. Plein d'outils pour permettre d'appréhender l'histoire du cinéma et de donner envie aux plus jeunes générations de voir ces films.<sup>83</sup>

On le voit dans la dernière étude du CNC sur la VOD/SVOD<sup>84</sup>, Netflix et ses challengers américains sont loin devant en termes de nombre de spectateurs. Mais les plateformes indépendantes françaises ou européennes progressent (+7,0 points par rapport à 2020 pour LaCinetek, +5,3 points pour Filmo ou +3,1 points pour Canal+ Séries), signe que l'éditorialisation de certaines plateformes de SVOD a un impact positif sur leurs spectateurs et leur audience globale :

<sup>83</sup> Entretien avec Jean-Baptiste Viaud, réalisé en visioconférence (Teams) le 19 juillet 2023.

<sup>84</sup> Lacoue, C. (2023, 27 janvier). *Observatoire de la vidéo à la demande*. CNC <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/observatoire-de-la-video-a-la-demande--janvier-2023 1882166">https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/observatoire-de-la-video-a-la-demande--janvier-2023 1882166</a>



#### Classement des plateformes de VàDA (% d'utilisateurs parmi les utilisateurs 30DJ)

#### 1.1.3.8. Les acteurs institutionnels publics et privés : CNC, AFCAE, ADRC...

Comme tout domaine artistique et culturel, le cinéma bénéficie d'un vaste écosystème d'acteurs institutionnels publics et privés, qui jouent un rôle très important au quotidien pour soutenir et développer ce secteur. Il est impossible de les lister tous, mais en voici trois qui sont incontournables, notamment dans le domaine du cinéma de patrimoine.

#### 1.1.3.8.1. Le CNC

En France, on ne peut pas parler de cinéma sans évoquer le CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée), qui est, sous l'autorité du Ministère de la Culture, l'organisme de tutelle du secteur cinématographique, depuis sa création en 1946. Doté d'une personnalité morale, le CNC bénéficie d'une autonomie financière. Il conçoit et met en œuvre « la politique de l'Etat, dans les domaines du cinéma et des autres arts et industries de l'image animée, notamment ceux de l'audiovisuel, de la vidéo et du multimédia, dont le jeu vidéo »85.

Parmi les missions du CNC, figure la préservation du patrimoine cinématographique, qu'il s'agisse de collections films ou « non-films » (costumes, photographies de plateau,

\_

<sup>85</sup> Site du CNC: https://www.cnc.fr/a-propos-du-cnc/missions

appareils cinématographiques...). Le 19 juin 1969, un décret acte la naissance du Service des Archives du Film, au CNC. Ce service vise à constituer une archive nationale de films, dont elle assure dorénavant la conservation, aussi bien pour les films reçus en dépôt légal que pour les acquisitions. Jusque-là, il n'y avait pas de structure nationale pour assurer cette mission... C'était la Cinémathèque Française, association privée, qui jouait ce rôle! Une situation unique au monde<sup>86</sup>. Il aura donc fallu attendre 1969 pour que l'Etat se saisisse réellement de cet enjeu de patrimonialisation.

Aujourd'hui, la Direction du patrimoine cinématographique du CNC coordonne la politique de l'institution en la matière. Le CNC joue un rôle très important dans le secteur du cinéma de patrimoine, outre ses fonctions politiques et régulatrices, en finançant plusieurs dispositifs d'aide à destination des professionnels du secteur. L'une des principales est l'Aide sélective à la numérisation des œuvres cinématographiques du patrimoine. Elle est versée pour des projets de numérisation et de restauration de films sortis avant le 1<sup>er</sup> janvier 2000 et répondant à tout un ensemble de critères. Une commission se réunit pour choisir les projets qui seront financés, et les professionnels qui en font la demande doivent présenter et défendre leur projet devant cette commission, qui décidera de leur octroyer ou non des fonds. Sur le site du CNC, on peut voir les derniers bénéficiaires en date de cette aide<sup>87</sup>.

D'autres aides sont très importantes pour les différents acteurs du cinéma de patrimoine. Par exemple l'Aide à l'édition en vidéo physique<sup>88</sup>, l'Aide sélective à la distribution pour les « films de répertoire »<sup>89</sup> ou encore l'Aide aux revues de cinéma<sup>90</sup>. Il existe même un Dispositif mécénat pour la numérisation et la restauration d'œuvres cinématographiques du patrimoine<sup>91</sup>. Ainsi, beaucoup de professionnels le disent sans hésiter : le CNC joue un rôle

<sup>&</sup>lt;sup>86</sup> Louis, S.-E. (2020). Je montre donc je suis. Programmation et identité institutionnelle des cinémathèques en France. Dans Gauthier, C. (dir.) (2020). *Patrimoine et patrimonialisation du cinéma* (pp. 63-78). Paris, Ecole Nationale des Chartes.

<sup>&</sup>lt;sup>87</sup> Page de l'aide sur le site du CNC : <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/patrimoine-cinematographique/aide-selective-a-la-numerisation-des-oeuvres-cinematographiques-du-patrimoine 190901">https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/patrimoine-cinematographique-aide-selective-a-la-numerisation-des-oeuvres-cinematographiques-du-patrimoine 190901</a>

<sup>&</sup>lt;sup>88</sup> Page de l'aide : <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/multi-sectoriel/aide-a-ledition-en-video-physique\_191180">https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/multi-sectoriel/aide-a-ledition-en-video-physique\_191180</a>

<sup>&</sup>lt;sup>89</sup> Page de l'aide : <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/cinema/Distribution/aides-et-financements/cinema/Distribution/aides-et-financements/cinema/Distribution/aides-et-financements/cinema/Distribution/aides-et-financements/cinema/Distribution/aides-et-financements/cinema/Distribution/aides-et-financements/cinema/Distribution/aides-et-financements/cinema/Distribution/aides-et-financements/cinema/Distribution/aides-et-financements/cinema/Distribution/aides-et-financements/cinema/Distribution/aides-et-financements/cinema/Distribution/aides-et-financements/cinema/Distribution/aides-et-financements/cinema/Distribution/aides-et-financements/cinema/Distribution/aides-et-financements/cinema/Distribution/aides-et-financements/cinema/Distribution-2e-college-films-de-repertoire 191132</a>

<sup>&</sup>lt;sup>90</sup> Page de l'aide : <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/cinema/Livre-edition/aide-aux-revues-de-cinema">https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/cinema/Livre-edition/aide-aux-revues-de-cinema</a> 1037164

Page de l'aide: <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/patrimoine-cinematographique/dispositif-mecenat-pour-la-numerisation-et-la-restauration-doeuvres-cinematographiques-du-patrimoine">https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/patrimoine-cinematographique/dispositif-mecenat-pour-la-numerisation-et-la-restauration-doeuvres-cinematographiques-du-patrimoine</a> 1026750

central dans le domaine du cinéma de patrimoine<sup>92</sup>, et sans ses aides, un grand nombre de sociétés indépendantes auraient déjà mis la clé sous la porte depuis longtemps...

Parmi les activités du CNC relatives au cinéma de patrimoine, citons également les dispositifs d'éducation à l'image en temps et hors temps scolaire. Un certain nombre d'entre eux sont connus des élèves et anciens élèves, comme Maternelle au Cinéma (expérimenté à partir de 2014 et officiellement lancé en 2022), Ecole et Cinéma (créé en 1994), Collège au Cinéma (créé en 1989), Lycéens et Apprentis au Cinéma (créé en 1998)...

Si ces dispositifs, par leur relative complexité de mise en œuvre, ne peuvent s'appliquer à tous les établissements scolaires et à tous les élèves, depuis des années, ils permettent à un grand nombre d'enfants et d'adolescents d'accéder au cinéma par ce biais : « En 2020, ce sont près de 15% des élèves, soit 1,8 millions d'entre eux (issus de la quasitotalité du territoire) qui ont pu y participer »<sup>93</sup>.

Un dernier dispositif a vu le jour récemment, en 2022 : Etudiant.e.s au Cinéma, porté par l'AFCAE et des partenaires régionaux, avec le soutien du CNC<sup>94</sup>. Il rejoint la préoccupation du CNC de développer le public des 15-25 ans, signe de l'importance de cette tranche d'âge pour le secteur et l'institution. A l'occasion du plan de relance post-Covid, en 2022, un appel à projet a été lancé par le CNC pour recevoir des propositions de dispositifs visant, notamment, à faire revenir ce public en salles :

Dans le cadre du plan de relance, le CNC ouvre un appel à projets doté de 2 M € pour conforter ou faire émerger de nouvelles pratiques et actions de diffusion culturelle auprès du public jeune, avec comme cible prioritaire les 15-25 ans. Il s'agit notamment de se saisir de l'enjeu primordial de redynamisation de la fréquentation des lieux de diffusion culturelle (notamment des salles de cinéma) par cette génération 95.

<sup>&</sup>lt;sup>92</sup> Lefort, S. (2019, 13 octobre). « Ancrer l'actualité du patrimoine dans le présent » – Vincent Paul-Boncour de Carlotta Films. *Revus & Corrigés*. <a href="https://revusetcorriges.com/2019/10/13/ancrer-lactualite-du-patrimoine-dans-le-present-vincent-paul-boncour-de-carlotta-films/">https://revusetcorriges.com/2019/10/13/ancrer-lactualite-du-patrimoine-dans-le-present-vincent-paul-boncour-de-carlotta-films/</a>

<sup>&</sup>lt;sup>93</sup> CNC (2023, janvier). *Ma classe au cinéma – Engagement des partenaires*. <a href="https://www.cnc.fr/documents/36995/1118512/Ma+classe+au+cinema+-">https://www.cnc.fr/documents/36995/1118512/Ma+classe+au+cinema+-</a>

<sup>+</sup>Engagement+des+partenaires.pdf/0e0e394e-ea8a-e619-3fe3-1c0915fa503f

<sup>94</sup> Site de l'ACAP : https://www.acap-cinema.com/etudiant-e-s-au-cinema/

<sup>&</sup>lt;sup>95</sup> Site du CNC : <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/multi-sectoriel/appel-a-projets-pour-les-1525-ans-1464243">https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/multi-sectoriel/appel-a-projets-pour-les-1525-ans-1464243</a>

Cet appel à projet a fait suite à une autre aide du CNC : le Fonds pour le développement de la cinéphilie du public jeune (15-25 ans), appelé aussi « fonds jeunes cinéphiles » :

Le CNC crée un fonds afin de soutenir les actions de programmation, d'animation, de communication et d'éducation entreprises par les salles de cinéma dans l'objectif d'accompagner le public jeune dans sa découverte des films de la diversité. <sup>96</sup>

Plusieurs dispositifs à destination des jeunes de 15-25 ans dont on va parler par la suite, dans ce mémoire, sont issus de ces appels à projet et ont bénéficié de ces aides. Ces dispositifs ont été un moteur pour créer et développer des initiatives originales et innovantes. Dans le même temps, ils ont marqué l'esprit des professionnels, qui ont pris conscience de l'importance de ce public et des enjeux à le faire revenir au cinéma en général, et au cinéma de patrimoine en particulier.

#### 1.1.3.8.2. L'AFCAE

Nous avons évoqué plus haut l'AFCAE : il s'agit de l'Association Française des Cinémas d'Art et d'Essai. Créée en 1955, elle porte trois objectifs : le soutien de la diversité des salles de cinéma et des films projetés, l'appui au cinéma d'auteur, et la formation du public, en particulier des jeunes. Une Commission nationale octroie un classement Art et Essai aux salles qui en font la demande et qui remplissent un certain nombre de critères :

Le classement art et essai a pour objectif de soutenir les salles de cinéma qui exposent une proportion conséquente de films recommandés Art et Essai et qui soutiennent ces films souvent difficiles par une politique d'animation adaptée. Tout exploitant titulaire de l'autorisation d'exercice peut présenter une demande de classement (la salle devant être à jour dans l'acquittement de la TSA).<sup>97</sup>

En 2021, 1 305 cinémas ont été classés Art et Essai et 873 établissements ont reçu un des trois labels octroyés par l'association (Recherche et Découverte, Jeune Public et Patrimoine/Répertoire) 98. Le cinéma de patrimoine est en effet un des champs soutenus par

 $<sup>^{96}</sup>$  Site du CNC :  $\frac{https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/cinema/exploitation/fonds-pour-le-developpement-de-la-cinephilie-du-public-jeune-1525-ans\_1536360$ 

<sup>&</sup>lt;sup>97</sup> Site de l'AFCAE, classement Art et Essai : <a href="https://www.art-et-essai.org/7/le-classement-des-salles">https://www.art-et-essai.org/7/le-classement-des-salles</a>
<a href="https://www.art-et-essai.org/7/le-classement-des-salles</a>
<a

53

l'AFCAE, qui s'est dotée d'un groupe Patrimoine/Répertoire, composé de 25 membres, et qui porte plusieurs initiatives sur le territoire français pour développer ce type de films<sup>99</sup>.

#### 1.1.3.8.3. L'ADRC

Autre institution importante dans le domaine du cinéma de patrimoine : l'ADRC (Agence pour le Développement Régional du Cinéma, aussi appelée Agence nationale pour le développement du cinéma en régions). Association loi 1901, elle a été créée en 1983 sous l'impulsion du Ministère de la Culture et du CNC pour favoriser la diffusion des films récents et de patrimoine dans les salles de cinéma, sur l'ensemble du territoire français 100.

Cette association a la particularité de regrouper un grand nombre et une grande pluralité des acteurs du secteur du cinéma, à travers six collèges : « collectivités territoriales et leurs groupements, exploitants, réalisateurs, producteurs, distributeurs et programmateurs »<sup>101</sup>.

Depuis 1999, l'ADRC s'est dotée d'un Département Patrimoine. Il favorise la distribution de films de patrimoine en région, édite un grand nombre de documents pédagogiques, et soutient l'animation des séances par des intervenants, en participant par exemple aux frais de déplacement des professionnels qui vont présenter un film dans une salle de cinéma.

L'ADRC est un partenaire clé pour beaucoup d'acteurs du secteur, que ce soit l'AFCAE, les dispositifs d'éducation à l'image, les festivals... C'est d'ailleurs l'ADRC qui a repris depuis 2019 l'organisation du festival de cinéma de patrimoine Play It Again, dont on va parler ci-dessous.

#### 1.1.3.9. Les festivals

De nombreux festivals ont dédié des sections de leur programmation à des ressorties de films de patrimoine : le Festival de Cannes a été l'un des tous premiers à le faire avec Cannes Classics, inaugurée en 2004. Il a été suivi, entre autres, par Venezia Classici (ou Venice Classics) depuis 2012 pour la Mostra de Venise, Berlinale Classics depuis 2013 pour

<sup>&</sup>lt;sup>99</sup> Site de l'AFCAE, patrimoine : https://www.art-et-essai.org/films-soutenus/patrimoine-repertoire

<sup>&</sup>lt;sup>100</sup> Site de l'ADRC, page historique : <a href="https://adrc-asso.org/l-association/historique">https://adrc-asso.org/l-association/historique</a>

<sup>&</sup>lt;sup>101</sup> Site de l'ADRC, page adhésions : https://adrc-asso.org/l-association/adhesions

le Festival de Berlin. Natacha Laurent en a fait un inventaire : « En 2013, sur 36 festivals généralistes de cinéma, 29 proposaient une rétrospective et 12 une section Classics » 102.

Il y a même des festivals entièrement dédiés au cinéma de patrimoine qui ont vu le jour. Historiquement, l'un des tous premiers et l'un des plus importants au monde est le festival Il Cinema Ritrovato, organisé chaque année par la Cinémathèque de Bologne depuis 1986. Un autre festival de patrimoine reconnu, mais à une plus petite échelle, est Le Giornate del Cinema Muto (Les Journées du Cinéma Muet) de Pordenone, également en Italie.

En France, le Festival Lumière a été créé à Lyon en 2009, sous l'égide de l'Institut Lumière, fameuse cinémathèque locale, dont le Directeur Général n'est autre que Thierry Frémaux, également connu pour être le Délégué Général du Festival de Cannes depuis 2007. Le Festival Lumière s'accompagne depuis 2013 du Marché International du Film Classique (MIFC), signe qu'un véritable marché était en train de se créer. Il reprend le même principe que celui du Festival de Cannes : pendant quelques jours, durant le Festival Lumière, des professionnels du monde entier achètent et vendent les droits d'exploitation de films de patrimoine.

D'autres festivals d'envergure, consacrés au cinéma de patrimoine, ont émergé en France ces dernières années : par exemple le festival Toute la mémoire du monde, organisé depuis 2012 par la Cinémathèque Française, ou encore le festival Play It Again, créé en 2015 par l'Association des Distributeurs de Films de Patrimoine (ADFP) et organisé depuis 2019 par l'ADRC.

Ces festivals permettent de lancer le cycle d'exploitation et de valorisation des films de patrimoine restaurés. Un festival permet « d'événementialiser » ces ressorties, avec des projections presse et devant des professionnels, à la manière des films récents. Puis les films restaurés sortiront en salles, quelques semaines ou quelques mois plus tard, ainsi qu'en DVD-Blu-Ray, sur les plateformes de VOD et SVOD, etc. Notons que, contrairement aux films récents, les films de patrimoine ne sont pas contraints par la chronologie des médias, ils peuvent donc sortir en même temps sur plusieurs fenêtres de diffusion, par exemple à la fois en salles et en support physique.

<sup>&</sup>lt;sup>102</sup> Laurent, N. (2020, juin). L'ivresse patrimoniale, et après ? *1895 - Revue d'Histoire du Cinéma*, 91, 08-30. <a href="https://journals.openedition.org/1895/7994">https://journals.openedition.org/1895/7994</a>

#### 1.1.3.10. La presse

Comme pour les festivals, la presse généraliste (Le Monde, Libération, Le Figaro...) et la presse spécialisée accompagnent depuis longtemps la ressortie des films de patrimoine. Historiquement, les critiques de cinéma et les journalistes écrivaient sur les ressorties des films diffusés dans les différentes cinémathèques et dans les salles de reprise. Henri Langlois, co-fondateur de la Cinémathèque Française, par exemple, a joué un rôle très important : les jeunes cinéastes de la Nouvelle Vague ont pour beaucoup commencé comme critiques de cinéma, notamment aux Cahiers du Cinéma, et ont nourri leur cinéphilie et leur connaissance de l'histoire de cet art à la Cinémathèque. Jean-Max Causse, exploitant de salles de cinéma depuis les années 1960 et distributeur, actuel Co-Directeur de la Filmothèque du Quartier Latin, a personnellement connu Jean-Luc Godard, François Truffaut et d'autres cinéastes majeurs des années 1960-1970. Il m'a confirmé combien la Cinémathèque Française et la figure tutélaire d'Henri Langlois ont compté pour ces cinéastes :

Henri Langlois a créé la Cinémathèque pour perpétuer toute une époque de cinéma. Et en même temps il a appris le cinéma à des jeunes : toute la Nouvelle Vague sort de la Cinémathèque et de Langlois. C'est quelqu'un de très important. 103

Au fil du temps et de l'évolution du marché du cinéma de patrimoine, la presse généraliste et spécialisée a continué à accompagner les ressorties de films anciens à travers d'autres moyens et supports de diffusion : lors des festivals bien sûr, en cinémathèques ou en salles commerciales, mais aussi en support physique (DVD et Blu-ray) et plus récemment en VOD et SVOD.

Aujourd'hui, un certain nombre de revues portent sur le cinéma de patrimoine. Certaines revues le traitent en partie, telles que les iconiques et « sœurs rivales » Les Cahiers du Cinéma ou Positif, les revues généralistes et grand public telles que Première, So Film, La Septième Obsession, etc. Mais aussi les revues spécialisées dans le cinéma de genre, comme Mad Movies. Une revue entièrement dédiée au cinéma de patrimoine a même vu le jour en 2018 : Revus & Corrigés, avec un rythme trimestriel. Hélas, cette revue a dû cesser de paraître au format papier en 2023<sup>104</sup>, après 5 ans d'exercice et 17 numéros, pour diverses raisons, dont la guerre en Ukraine, qui a fait grimper le prix du papier.

<sup>&</sup>lt;sup>103</sup> Entretien avec François et Jean-Max Causse, réalisé en présentiel le 19 août 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>104</sup> Gutman, P.-S. (2023, juillet). De la difficulté d'arrêter. Propos de Eugénie Filho, directrice de publication de Revus & Corrigés. *La Lettre du SFCC [Syndicat Français de la Critique de Cinéma]*, (59). <a href="https://www.syndicatdelacritique.com/actualite/revue-corrige-fin-dune-revue">https://www.syndicatdelacritique.com/actualite/revue-corrige-fin-dune-revue</a>

56

La presse joue un rôle très important de promotion des ressorties des films de patrimoine. Le rôle d'attaché de presse est donc particulièrement crucial, notamment pour les distributeurs. Grâce à cette personne, un film qui peut être confidentiel va pouvoir bénéficier d'une audience accrue et favoriser le bouche-à-oreille. C'est ce que me disait Anne-Laure Brénéol-Ithurralde, de Malavida :

Nous, on a toujours une excellente presse, parce qu'on ne sort que des films super et qu'on a aussi une super attachée de presse. Mais ça compte quand même cet impact. ... Surtout quand on parle, encore une fois, d'un film qui est absolument inconnu. Donc si on n'a pas cette presse et ce partage via les médias, comment on fait pour que les gens sachent que c'est bien d'aller le voir ?<sup>105</sup>

La presse traditionnelle est donc un important relai pour les ressorties de films de patrimoine. Mais elle n'est pas le seul média pour cela. Les médias traditionnels (télévision, radio) et plus récents, comme Internet et les différentes plateformes de contenus audio et vidéo, participent également à la renommée de ces films et de leurs ressorties, comme nous allons le voir maintenant.

1.1.3.11. Médias audiovisuels et Internet : sites spécialisés, émissions de télévision ou de radio, podcasts, influenceurs et influenceuses...

Internet regorge de ressources pour faire davantage connaître le cinéma, et a fortiori le cinéma de patrimoine. On peut citer deux sites principaux en France, qui agrègent des informations sur les films (salles et horaires de sorties, critiques presse, critiques de spectateurs...): Allociné<sup>106</sup>, leader français dans ce domaine et SensCritique<sup>107</sup>, site plus récent et aux moyens plus réduits, mais néanmoins clé lui aussi dans la promotion des films. Ces sites sont fréquentés par des utilisateurs occasionnels, qui vont juste chercher de l'information pour aller voir tel ou tel film en salles. Mais aussi par des passionnés de cinéma, qui vont partager avec d'autres personnes leurs coups de cœur et leurs déceptions, à l'aide de critiques de films, de listes ou de commentaires.

De même, des bases de données en ligne sont importantes pour faire connaître les films anciens, telles que Wikipédia, en français et dans beaucoup d'autres langues, ou

<sup>105</sup> Entretien avec Anne-Laure Brénéol-Ithurralde, réalisé en visioconférence (Teams) le 24 juillet 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>106</sup> Site d'Allociné : <a href="https://www.allocine.fr/">https://www.allocine.fr/</a>

<sup>&</sup>lt;sup>107</sup> Site de SensCritique : https://www.senscritique.com/

l'Internet Movie Database (IMDb)<sup>108</sup>, site anglo-saxon de référence dans le monde entier. Elles vont agréger un grand nombre d'informations sur les films, telles que leur fiche technique, avec l'équipe de production, les acteurs et actrices, etc. mais aussi retracer l'histoire de ces films, esquisser des pistes esthétiques, ou encore livrer des anecdotes.

Internet permet de consulter également des contenus audiovisuels. On va ainsi retrouver des émissions de télévision dédiées au cinéma, comme Le Cercle, diffusé en clair depuis 2004 sur Canal+ et sur Internet. On retrouve aussi des émissions de radio, sous forme d'enregistrements numériques (qu'on range parfois dans la catégorie des podcasts). Radio France en compte plusieurs, comme l'historique et célèbre Le Masque et la Plume sur France Inter, créée en 1955, ou encore Plan Large sur France Culture.

De nombreux podcasts ont également vu le jour, à tel point qu'il est impossible de tous les recenser. Nous pouvons néanmoins en citer quelques-uns, comme *Cinéphiles de notre temps*<sup>109</sup>, interrogeant des professionnels du monde du cinéma sur leur cinéphilie, ou alors des podcasts produits par Revus & Corrigés, tels qu'*Une Histoire du cinéma*<sup>110</sup>, qui revient sur des pans de l'histoire du septième art, ou *Silence ! Elles tournent*<sup>111</sup>, portant sur des femmes ayant marqué l'histoire du cinéma (réalisatrices, scénaristes, actrices, directrices de la photographie, monteuses...).

Enfin, un certain nombre de vidéastes se sont lancés eux aussi dans la mise en valeur du cinéma de patrimoine, notamment sur YouTube ou Dailymotion. Mylène Frogé, Coordinatrice du développement des publics au Cinéma La Tournelle de L'Haÿ-les-Roses, a recensé dans son mémoire de Master 2 plus de 355 chaînes YouTube dédiées au cinéma en 2020<sup>112</sup>! Dans les faits, l'immense majorité des vidéastes traite surtout du cinéma contemporain ou récent, de moins de 10 ans. Mais quelques chaînes de référence sont dédiées en partie ou complètement au cinéma de patrimoine. Celles-ci sont bien moins

<sup>&</sup>lt;sup>108</sup> Site d'IMDb : <a href="https://www.imdb.com/">https://www.imdb.com/</a>

<sup>&</sup>lt;sup>109</sup> Coucoureux, C. & Montet, P. (2019-présent). *Cinéphiles de notre temps* [Podcast]. Patreon. <a href="https://cinephilesdnt.lepodcast.fr/">https://cinephilesdnt.lepodcast.fr/</a>

<sup>&</sup>lt;sup>110</sup> Jullien, A. (2020-présent). *Une Histoire de cinéma* [Podcast]. Revus & Corrigés & Mouvement Up. https://revusetcorriges.com/audio-video-reco/podcasts/une-histoire-de-cinema/

<sup>&</sup>lt;sup>111</sup> Brejon, E. (Animatrice). (2020-présent). *Silence ! Elles tournent* [Podcast]. Revus & Corrigés & Mouvement Up. <a href="https://revusetcorriges.com/audio-video-reco/podcasts/silence-elles-tournent-2/">https://revusetcorriges.com/audio-video-reco/podcasts/silence-elles-tournent-2/</a>

<sup>&</sup>lt;sup>112</sup> Frogé, M. (2020). *YouTube comme outil pédagogique : enseigner le cinéma et l'audiovisuel par l'analyse et la création de contenus audiovisuels* [Mémoire de master non publié, Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3].

nombreuses et Gaël Reyre, journaliste du Syndicat Français de la Critique de Cinéma (SFCC) en a présenté quelques-unes sur leur site<sup>113</sup>.

Des créateurs de contenus se sont emparés d'autres réseaux sociaux pour traiter de cinéma de patrimoine, notamment les plus récents, tels que Twitch ou TikTok. Mais pour le moment cela reste une tendance marginale, ils n'en sont qu'à leurs balbutiements dans ce domaine. En particulier pour TikTok, qui reste davantage utilisé par les jeunes adolescents, avant 15 ans, et que les influenceurs ou les médiateurs culturels emploient davantage pour les champs « grand public » de l'art (musées, musique, cinéma récent...). YouTube reste la plateforme la plus fournie dans le domaine du cinéma de patrimoine, avec Instagram et Facebook, tous trois ayant été investis de longue date par les professionnels du secteur, dont beaucoup ont une page ou un compte sur ces réseaux.

Internet étant un espace où foisonnent des milliards de contenus, je n'ai donné que quelques exemples de ce que l'on peut y trouver en rapport avec le cinéma de patrimoine. J'ai essayé d'en lister les principales catégories et de citer quelques exemples, mais je ne vise pas l'exhaustivité, là non plus. Pour une analyse plus complète sur le sujet, je renvoie à l'article de Jean-Marc Leveratto, qui fait partie de l'ouvrage dirigé par Christophe Gauthier<sup>114</sup>.

Pour conclure temporairement sur le marché du cinéma de patrimoine et ses acteurs, on assiste donc aujourd'hui à une reconfiguration du secteur, l'équilibre restant encore à trouver. Un équilibre fragile qui a été profondément entamé par le Covid. Comme beaucoup de secteurs de la culture, le cinéma de patrimoine commence seulement à s'en remettre, alors que de nombreuses interrogations sur l'avenir persistent.

L'un des enjeux clés, et non des moindres, porte sur son public : comment développer le public du cinéma du patrimoine ? Et comment le faire revenir en salles, après les années de Covid ? Conjointement à ces enjeux, émerge un questionnement de fond, qui va nous accompagner tout au long de ce mémoire et que l'on a commencé à esquisser : la transmission du cinéma de patrimoine, notamment aux jeunes générations.

<sup>&</sup>lt;sup>113</sup> Reyre, G. (s. d.). Rendez-vous en terre inconnue : La critique de cinéma sur YouTube. *La Lettre du SFCC* [Syndicat Français de la Critique de Cinéma], (58). <a href="https://www.syndicatdelacritique.com/actualite/rendez-vous-en-terre-inconnue-la-critique-de-cinema-sur-voutube">https://www.syndicatdelacritique.com/actualite/rendez-vous-en-terre-inconnue-la-critique-de-cinema-sur-voutube</a>

<sup>&</sup>lt;sup>114</sup> Leveratto, J.-M. (2020). La patrimonialisation du cinéma sur internet : expérience personnelle et mesure de l'art. Dans Gauthier, C. (dir.) (2020). Patrimoine et patrimonialisation du cinéma (pp. 101-114). Paris, Ecole Nationale des Chartes.

## 1.1.4. La transmission du cinéma de patrimoine, un enjeu clé

Nous l'avons vu, toute une génération a grandi dans un environnement propice à la transmission du cinéma de patrimoine. Grâce aux cinémathèques, aux salles de reprise, aux ciné-clubs ou encore grâce à la télévision, à ses émissions et aux films qui y étaient diffusés. Aujourd'hui, cette transmission ne va plus d'elle-même, après de nombreuses ruptures, que ce soit dans l'offre de films sur les différents supports ou dans les pratiques des spectateurs de tous âges, et en particulier des plus jeunes.

Pourtant, la transmission du cinéma de patrimoine est un enjeu clé. Je cite pour cela Anne-Laure Brénéol-Ithurralde, de Malavida Films :

Les films de patrimoine, c'est essentiel parce que c'est la base de tout. C'est comme quand on revient aux grands auteurs, quand on écoute des chanteurs morts, c'est la même chose avec le cinéma. Il y a des films tout court qui sont des œuvres marquantes, qui sont des œuvres essentielles, et qu'on peut revoir toujours. Tout le monde connaît, je ne sais pas, Kubrick, Welles, Hitchcock, etc. Les cinéastes asiatiques, Ozu... L'idée c'est qu'à la marge et qu'autour de tous ces grands cinéastes, tous ces grands films, qui sont - et encore une fois, mille mercis et heureusement restaurés, re-re-restaurés, en 2K, en 4K, bientôt en 8K. ... Il faut que l'histoire du cinéma subsiste. Et autour, à côté, il y a tellement tellement de films et tellement tellement d'auteurs qui ont été laissés de côté, justement. Qui ont été oubliés. Pour reprendre l'exemple de la Suède, tout le monde connaît Bergman. Tout Bergman a été ressorti, tout Bergman a été disponible en VHS, dans la collection Les Films de ma vie, qui a constitué la cinéphilie de beaucoup de gens de ma génération, puis en DVD. Widerberg il n'y avait rien. Comme Miloš Forman en République Tchèque et pas Jiří Menzel. Et encore, on pourrait dire Jiří Menzel oui, mais pas Jan Němec. Alors que plein d'autres sont là... Nous, c'est un peu la mission qu'on s'est fixée. Enfin la mission, c'est ce qu'on voulait faire. C'est un peu vertigineux, puisque quand on commence à mettre le nez dedans, dans les cinématographies des autres pays – mais en France ça fonctionne aussi en fait – il y a toujours des cinéastes et des films oubliés, et qui méritent tout autant, voire plus que certains films connus, d'exister. Et c'est très important de le faire maintenant, parce qu'au bout d'un moment les copies s'abîment, les éléments photochimiques, argentiques, les éléments vraiment de base...<sup>115</sup>

<sup>115</sup> Entretien avec Anne-Laure Brénéol-Ithurralde, réalisé en visioconférence (Teams) le 24 juillet 2023.

L'enjeu est de transmettre les grandes œuvres du passé, celles qui font référence et qui constituent un patrimoine commun. Mais parler de grandes œuvres c'est forcément faire des choix, établir un panthéon, qui peut évoluer avec le temps. Des artistes et des œuvres sont continuellement réévalués, de façon positive ou négative. Il importe donc d'essayer de sauvegarder autant que possible des œuvres moins connues, mais qui méritent d'être transmises aux générations futures, car si elles sont moins appréciées aujourd'hui, il se peut qu'on découvre leur grand intérêt plus tard. C'est par exemple le cas avec les films réalisés par la cinéaste et actrice Kinuyo Tanaka, que je présentais en introduction, mais aussi de réalisateurs moins connus dans des cinématographies étrangères, mais qui méritent toute notre attention, comme l'indiquait Anne-Laure Brénéol-Ithurralde, par exemple avec la Suède ou la République Tchèque...

N'oublions pas que si nous laissons les supports matériels se dégrader sans pouvoir récupérer les œuvres qui y sont enregistrées, nous pouvons perdre des œuvres définitivement, comme ce fut le cas lors du passage du muet au parlant... Il est donc nécessaire de faire comprendre aux nouvelles générations l'importance de conserver ce patrimoine, pour le transmettre plus tard.

Cela commence par sensibiliser le public d'aujourd'hui et de demain, en lui montrant combien le cinéma de patrimoine est important, esthétiquement comme historiquement, en lui faisant partager cet attrait pour les films anciens. Il est donc important de mieux connaître ce public, pour appréhender ses attentes, ses goûts, ses habitudes. L'objectif de notre mémoire étant d'étudier plus spécifiquement la transmission du cinéma de patrimoine aux jeunes de 15-25 ans, nous allons surtout nous attarder sur ce public cible, dans la partie qui va suivre.

## 1.2. Le public des 15-25 ans

Je voudrais tout d'abord introduire cette partie par deux données importantes sur le public des 15-25 ans : leur poids démographique au sein de la population française, et leur poids dans les entrées de cinéma. Ces deux éléments chiffrés ont été mis en exergue par l'institut de sondage Vertigo, dans son étude de 2022 consacrée au public des jeunes de 15-24 ans 116. Si les 15-24 ans constituent 12,4% de la population française, soit 7,9 millions de personnes... ils représentent 19,9% des entrées de cinéma, c'est donc un public important dans ce domaine, dont l'influence est supérieure au nombre de spectateurs. A titre de comparaison, le public des 60 ans et plus, qui est majoritaire au cinéma, correspond à 28,3%

<sup>&</sup>lt;sup>116</sup> Vertigo. (2022, 20 octobre). Le public jeune.

de la population en France... contre 23,4% des entrées en salles. Le public des 15-24 ans est donc particulier, c'est même le seul à être ainsi surreprésenté au cinéma par rapport à son poids démographique. Ainsi, si les 15-24 ans sont les cinéphiles de demain, à qui il importe de transmettre le goût pour le cinéma et la culture... ce sont avant tout les cinéphiles d'aujourd'hui, qu'il faut « choyer » dès maintenant.

Pour continuer cette introduction, je voudrais citer Anne-Sophie Marchal, spécialiste de la médiation culturelle. Elle travaille davantage dans le domaine des musées ou du spectacle vivant, mais elle a une approche transdisciplinaire. Et dans le podcast d'où je tire cet extrait, elle indique que ce qui s'applique à un champ de la culture peut très bien fonctionner dans un autre domaine. Il me semble donc qu'on peut appliquer judicieusement ses propos au domaine du cinéma, et plus spécifiquement du cinéma de patrimoine :

Je pense que maintenant, ce qui est vraiment primordial, c'est de connaître ses publics cibles, et de connaître les attentes et les besoins des publics un peu sur le bout des doigts. ... Parce que pour développer des outils de médiation adéquats et vraiment les plus pertinents possibles, il faut quand même être au contact de ça. C'est-à-dire, à un moment donné, de ne pas faire que des hypothèses de « oh ça devrait leur plaire », mais de développer des outils en prenant en compte, vraiment, les retours qu'on a des différents publics et surtout de pouvoir les adapter. Tout en les surprenant, parce que l'idée ce n'est pas non plus de ne faire que ce qu'ils attendent de nous. Mais en tout cas, d'être vraiment très à l'écoute de ça, de ne pas hésiter à tester les outils et puis de revenir en arrière si c'est nécessaire. Il vaut mieux revenir en arrière, plutôt que de s'entêter à utiliser un outil ou de faire une action de médiation, qui finalement aura peu ou pas d'impact sur les publics qu'on essaie de viser. Je pense que ça c'est le premier enjeu : il faut faire avec les publics. Ça paraît une évidence, mais en fait il y a encore trop de structures qui font finalement avec la matière culturelle même. C'est-à-dire par exemple une exposition, et qui vont mettre vraiment beaucoup d'efforts dans la partie conservation. Je parle pour l'aspect muséal, mais ça peut être aussi en matière créative, du côté du théâtre. Et ça c'est important, parce que sans ça il n'y a pas de médiation de toute façon. On a besoin d'avoir un objet culturel à valoriser d'une manière ou d'une autre. Par contre, c'est vrai que les publics ça doit être au centre de toutes les actions de médiations qui sont créées, ça vraiment j'en suis convaincue. 117

<sup>117</sup> Lienard, C. (Animatrice). (2022, 17 septembre). Anne-Sophie Marchal - Quel futur pour la médiation culturelle? (No. 1) [Episode de podcast]. Dans Omnia Tips. Omnia Culture. <a href="https://podcasters.spotify.com/pod/show/omnia-culture/episodes/1---Anne-Sophie-Marchal---Quel-futur-pour-la-mdiation-culturelle-e1gthua">https://podcasters.spotify.com/pod/show/omnia-culture/episodes/1---Anne-Sophie-Marchal---Quel-futur-pour-la-mdiation-culturelle-e1gthua</a>

Nous allons donc étudier les pratiques culturelles et numériques des jeunes de 15-25 ans, pour mieux comprendre ce public. J'évoque à la fois les pratiques culturelles et les pratiques numériques, car en 2023, ces deux aspects sont indissociables. Pour ce qui est du cinéma de patrimoine à proprement parler, nous verrons que bien peu d'études et d'informations sont disponibles, je vais donc davantage étudier le rapport de ces jeunes au cinéma « tout court », qu'on pourra ensuite extrapoler aux films de patrimoine. Je commence donc par faire un détour introductif par ce domaine, avant de traiter leurs pratiques culturelles et cinématographiques dans une perspective plus large.

# 1.2.1. Quel public pour le cinéma de patrimoine ?

On connaît assez mal le public du cinéma de patrimoine... Peu d'études ont été réalisées sur ce sujet et les acteurs indépendants du marché ne disposent pas des ressources des grands groupes pour analyser leur public, que ce soit au niveau de la billetterie ou pour lancer des sondages d'envergure. Ce que l'on sait par expérience, c'est que ce public comporte beaucoup de personnes âgées de plus de 50 ans... ainsi qu'à l'opposé, des scolaires, grâce aux dispositifs d'éducation à l'image, tels qu'Ecole et Collège au Cinéma, Lycéens et Apprentis au Cinéma, ou plus récemment Etudiant.e.s au Cinéma. On sait aussi qu'il y a des spectateurs entre 25 et 50 ans en nombre important, car à vrai dire des publics de tous âges regardent des films de patrimoine. Mais il est difficile de trouver des chiffres précis pour toutes ces tranches d'âges...

Le CNC, comme à son habitude, a toutefois réalisé plusieurs études récemment sur le cinéma de patrimoine, portant en partie sur son public, même si trop succinctement pour en avoir une vision large et précise à la fois (de 2 à 4 diapositives Power Point seulement sont consacrées au public des films de patrimoine)... Si l'on se base sur les deux dernières études, sorties en octobre 2022<sup>118</sup> et en octobre 2021<sup>119</sup>, on apprend ainsi, comme je l'indiquais en introduction, que les spectateurs de plus de 50 ans sont ceux qui regardent le plus de cinéma de patrimoine (86,5% d'entre eux). On apprend également que 88-89% des spectateurs de films regardent du cinéma de patrimoine.

<sup>&</sup>lt;sup>118</sup> Lacoue C. (2022, 20 octobre). *Les films de patrimoine : leur diffusion et leurs performances*. CNC. <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/les-films-de-patrimoine-leur-diffusion-et-leurs-performances">https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/les-films-de-patrimoine-leur-diffusion-et-leurs-performances</a> 1817169

<sup>119</sup> Danard B. (2021, 14 octobre). *La diffusion des films de patrimoine*. CNC. https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/la-diffusion-des-films-de-patrimoine 1559669

Il n'y a pas beaucoup plus de précisions dans ces études... Celle de 2022 précise que parmi les spectateurs qui déclarent regarder souvent des films de patrimoine, 18% ont entre 18 et 34 ans. Indicateurs intéressants : en 2022, 53% des spectateurs de cinéma de patrimoine « déclarent ne pas avoir de préférence entre films de patrimoine et films plus récents ». De même, en 2021 « 95,4% des individus qui visionnent des films de patrimoine sont globalement satisfaits ». Nous pouvons constater ainsi que le cinéma de patrimoine est plutôt plébiscité... dès lors qu'on y a accès.

N'ayant pu obtenir beaucoup plus d'informations, je vais me concentrer par la suite sur les pratiques culturelles et numériques des 15-25 ans et sur leurs pratiques cinématographiques. Cela nous permettra d'avoir un aperçu intéressant, car dans ces pratiques cinématographiques on trouve aussi la consommation de films anciens. De surcroît, les enjeux et les difficultés pour faire venir les jeunes de 15-25 ans au cinéma « tout court » sont très proches de la situation du cinéma de patrimoine, nous allons donc pouvoir obtenir des informations utiles sur ce public de cette façon.

# 1.2.2. Quelques tendances clés des pratiques culturelles des jeunes de 15-25 ans

Je ne pense pas que l'on puisse complètement isoler les pratiques culturelles des jeunes, ou des autres tranches d'âge, les unes par rapport aux autres. En effet, les champs artistiques sont souvent complémentaires, et leurs supports de diffusion et de consommation partagent des caractéristiques communes. Il me semble donc intéressant de commencer par dresser un bref tableau du rapport des jeunes de 15-25 ans à la culture, pour ensuite me concentrer sur leur rapport au cinéma.

Toutefois, l'objectif de ce mémoire n'est pas d'effectuer un inventaire exhaustif des pratiques culturelles de cette tranche d'âge. Il existe un certain nombre d'études et de travaux de chercheurs très complets dans ce domaine et parus ces dernières années. Je m'appuierai d'ailleurs sur certains d'entre eux.

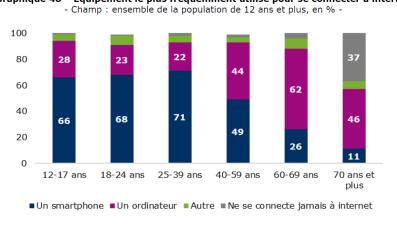
Je souhaite plutôt esquisser quelques tendances clés qui ont un impact sur la pratique cinématographique de ces jeunes. La tendance majeure est l'utilisation croissante des moyens numériques, année après année : Internet, smartphone, ordinateur, réseaux sociaux, consoles de jeux... A tel point qu'on ne peut envisager ni la culture ni le cinéma en 2023 sans traiter aussi des pratiques numériques des jeunes.

# 1.2.2.1. Préambule : l'importance de l'usage d'Internet et du smartphone chez les jeunes

Les pratiques numériques, quel que soit l'âge, sont sous-tendues par l'usage, a minima, de trois moyens principaux : Internet bien sûr, réseau mondial sur lequel sont hébergés les contenus en ligne, ainsi que l'ordinateur et le smartphone, qui sont les principaux équipements permettant d'accéder à Internet. Leur usage est donc significatif, en ce qu'il influe sur les pratiques numériques des internautes : une personne n'a pas la même expérience selon qu'elle navigue sur Internet depuis un smartphone ou depuis un ordinateur, chacun de ces équipements ayant ses propres caractéristiques, ses atouts et ses limites.

Chaque année, le CRÉDOC réalise un baromètre du numérique. Dans son édition de janvier 2023<sup>120</sup>, portant sur l'année 2022, on retrouve plusieurs graphiques éloquents sur les pratiques numériques des Français, et notamment des jeunes de 15-25 ans.

Nous pouvons tout d'abord constater qu'en 2022, le moyen le plus souvent utilisé pour se connecter à Internet est majoritairement le smartphone chez les 12-17 ans (à 66% contre 28% pour l'ordinateur) et chez les 18-24 ans (68% contre 23% pour l'ordinateur). Entre 40 et 59 ans, ces deux moyens de connexion font jeu égal, puis la tendance s'inverse radicalement pour les plus âgés, le smartphone n'étant utilisé pour se connecter fréquemment à Internet qu'à 26% pour les 60-69 ans et à 11% pour les 70 ans et plus.



Graphique 48 – Équipement le plus fréquemment utilisé pour se connecter à internet

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

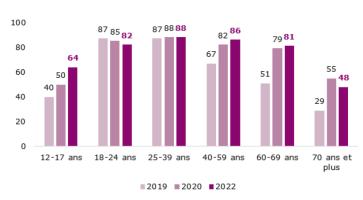
<sup>120</sup> CRÉDOC. (2023, janvier). *Baromètre du numérique* https://www.credoc.fr/publications/barometre-du-numerique-edition-2023-rapport

édition

2022.

Par ailleurs, on peut constater dans le graphique ci-dessous une généralisation des achats sur Internet ces dernières années. Depuis un certain nombre d'années, les jeunes ont l'habitude d'acheter en ligne : les 18-24 ans sont 82% à avoir fait au moins un achat sur Internet ces 12 derniers mois, ils étaient 87% en 2019. On observe juste une légère diminution en trois ans pour cette tranche d'âge. L'évolution majeure concomitante est la hausse importante des acheteurs en ligne de plus de 40 ans, certainement du fait des confinements pendant l'épidémie de Covid-19, avec de nombreux magasins physiques fermés, obligeant à faire ses courses sur Internet.

Graphique 90 - Hausse des achats en ligne chez les 12-17 ans, tassement chez les 70 ans et plus - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, % de personnes ayant effectué un achat sur internet au cours de 12 derniers mois -

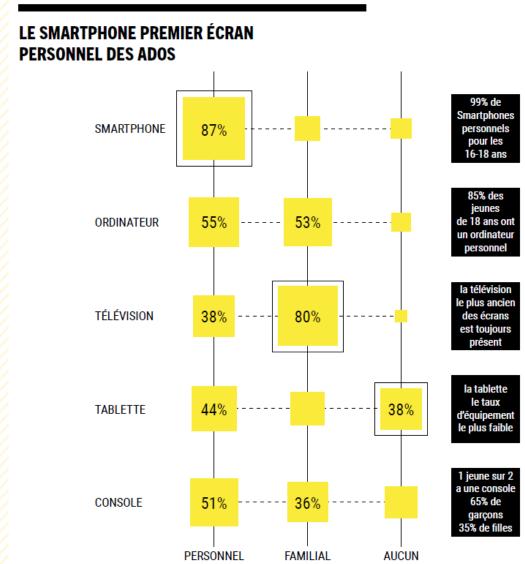


Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Une autre étude, menée en 2020 par l'ACAP, Pôle régional image des Hauts-de-France, auprès de plus de 6 000 jeunes de 11-18 ans<sup>121</sup>, confirme cette prépondérance du smartphone chez les jeunes. A noter que l'écran de télévision est un équipement familial qui reste répandu chez les jeunes qui n'ont pas encore quitté le foyer familial. En revanche, la tablette est l'équipement le moins utilisé par les jeunes de cette tranche d'âge.

<sup>&</sup>lt;sup>121</sup> ACAP. & SoCo Etudes. (2020, octobre). *Etude Les Jeunes*, *Les Images*, *Les Ecrans*. https://www.acap-cinema.com/les-jeunes-et-les-ecrans/

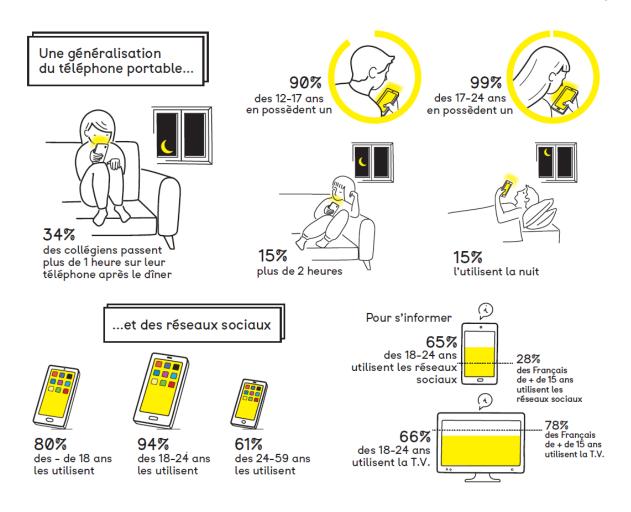




## 1.2.2.2. Les réseaux sociaux : expression de soi et lien collectif

L'utilisation du smartphone par les jeunes de 15-25 ans est indissociable de leur utilisation des applications mobiles, et donc des applications de réseaux sociaux, comme le montre cette infographie réalisée par Marion Boucharlat pour la revue L'Observatoire, dont le dernier numéro est intégralement consacré aux pratiques culturelles des jeunes<sup>122</sup>:

<sup>&</sup>lt;sup>122</sup> Djakouane, A. (2023, avril). Un portable sinon rien? Les pratiques culturelles des jeunes à l'ère numérique. *L'Observatoire - La revue des politiques culturelles. Jeunesse, politique et culture : changer l'optique*, 60 (1), 21-27. <a href="https://www.cairn.info/revue-l-observatoire-2023-1-page-21.htm">https://www.cairn.info/revue-l-observatoire-2023-1-page-21.htm</a>



Dans ce numéro de la revue L'Observatoire, le sociologue Aurélien Djakouane indique que l'usage des réseaux sociaux dans le domaine culturel est de plus en plus prépondérant chez les jeunes, en ce qu'il répond à une aspiration communautaire et affinitaire, et plus largement collective, en nourrissant un lien entre pairs :

Les jeunes se distinguent par l'importance qu'ils accordent aux dimensions relationnelles de leurs pratiques culturelles. Celles-ci sont désormais totalement liées à leurs pratiques de communication, elles en sont à la fois un objet, un vecteur et une finalité. De fait, la montée en puissance des réseaux sociaux et des valeurs collaboratives qu'ils véhiculent accompagne la construction de nouvelles références culturelles qui déjouent le clivage classique entre culture savante et culture populaire. Comme le rappelle Dominique Pasquier, l'utilisation des réseaux sociaux souligne ce qui semble être la dimension ambivalente des cultures adolescentes : le travail en équipe et le besoin d'un public<sup>123</sup>. Ce double aspect contribution/exhibition illustre l'imbrication de plus en plus forte entre pratiques culturelles et sociabilités à l'ère

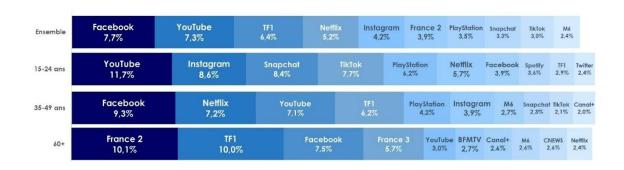
<sup>&</sup>lt;sup>123</sup> Pasquier, D. (2015). La communication numérique dans les cultures adolescentes. *Communiquer*, 13, 79-89. https://journals.openedition.org/communiquer/1537

numérique. La valeur socialisatrice de la culture devient primordiale, et l'on passe ainsi d'une « culture comme bien à une culture comme lien<sup>124</sup> ».<sup>125</sup>

Ce besoin de lien, mais aussi d'expression de soi et d'interaction est l'une des explications de la désaffection des jeunes pour les médias traditionnels (télévision, radio, presse...) qui sont plutôt de type « descendant » et vertical. Les jeunes souhaitent s'exprimer, donner leur avis, partager avec d'autres internautes, voilà pourquoi les réseaux sociaux remportent tant de succès auprès d'eux. L'exemple le plus emblématique est la baisse importante de l'usage de la télévision chez les jeunes ces dernières années. Alors qu'en 2008, 79 % des 15-24 ans regardaient la télévision tous les jours, seulement 58 % de cette tranche d'âge la regarde quotidiennement en 2018<sup>126</sup>. La même année, 59 % des jeunes de 15-24 ans regardent désormais tous les jours des vidéos en ligne, hors télévision.

Une étude très intéressante réalisée en 2022 par l'institut Vertigo<sup>127</sup>, spécialisé dans le domaine du cinéma, a établi un classement des 10 médias les plus consultés au quotidien par différentes tranches d'âge de Français sur leur temps libre. Le résultat dessine très précisément les goûts des différents spectateurs selon leur âge :

Part de marché des <u>supports</u> selon l'âge (en fonction de la durée de pratique) – TOP 10 Période du 6 décembre 2021 au 3 janvier 2022



<sup>&</sup>lt;sup>124</sup> Allard, L. (2015). *Express yourself 2.0 !*, dans Maigret, E. & Macé, E. (dirs.). *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*. Paris. Armand Colin.

<sup>&</sup>lt;sup>125</sup> Djakouane, A. (2023, avril). Un portable sinon rien? Les pratiques culturelles des jeunes à l'ère numérique. *L'Observatoire - La revue des politiques culturelles. Jeunesse, politique et culture : changer l'optique,* 60 (1), 21-27. <a href="https://www.cairn.info/revue-l-observatoire-2023-1-page-21.htm">https://www.cairn.info/revue-l-observatoire-2023-1-page-21.htm</a>

<sup>126</sup> Lombardo, Ph. & Wolff, L. (2020). *Cinquante ans de pratiques culturelles en France*. DEPS. Ministère de la Culture. <a href="https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-de-synthese/Culture-etudes-2007-2023/Cinquante-ans-de-pratiques-culturelles-en-France-CE-2020-2">https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-de-synthese/Culture-etudes-2007-2023/Cinquante-ans-de-pratiques-culturelles-en-France-CE-2020-2</a>

<sup>&</sup>lt;sup>127</sup> The Media Leader. (2022, 8 avril). Les écrans captent plus de 60% du temps libre des Français d'après une étude de Vertigo. *The Media Leader*. <a href="https://themedialeader.fr/les-ecrans-captent-plus-de-60-du-temps-libre-des-français-dapres-une-etude-de-vertigo/">https://themedialeader.fr/les-ecrans-captent-plus-de-60-du-temps-libre-des-français-dapres-une-etude-de-vertigo/</a>

69

Chez les 15-25 ans, YouTube arrive en tête, occupant 11,7% de leur temps libre, suivi par Instagram (8,6%), puis Snapchat (8,4%) et TikTok (7,7%). Ce dernier n'arrive qu'en quatrième position, ce qui permet de tordre un peu le cou au cliché selon lequel TikTok serait « LE réseau social des jeunes », hors duquel point de salut pour les institutions culturelles...

D'une part, même chez les 11-14 ans<sup>128</sup> TikTok n'arrive qu'en troisième position (7,3%), après YouTube (10,7%) et la PlayStation (7,6%). Une position « honorable » certes, qui montre tout de même que c'est un réseau social qui compte pour les jeunes et qu'il ne faut pas pour autant le délaisser. Mais nous pouvons observer que TikTok est moins hégémonique qu'on le pense.

D'autre part, nous pouvons constater ainsi que YouTube reste le réseau social largement dominant chez les jeunes de 15-24 ans, et qu'il est donc opportun pour les organisations culturelles de s'y faire une place, si elles souhaitent pouvoir parler le « langage » et partager les « codes » du jeune public. C'est ce que m'ont confirmé deux jeunes que j'ai rencontrés, Chloé<sup>129</sup> (20 ans) et son frère Raphaël (17 ans) :

Raphaël: Je ne suis pas sur TikTok.

Chloé: Je n'y suis pas non plus. ...

Adrien: J'ai entendu dire que pour les jeunes YouTube c'était un peu démodé, que c'était davantage TikTok qui marchait bien?

Chloé: On est peut-être vieux, mais...

Raphaël: Je pense que c'est pour les très jeunes, qui viennent d'avoir un téléphone. Non parce que moi, enfin personnellement, je regarde toujours autant YouTube. Après je n'ai pas TikTok, donc je ne peux pas comparer à TikTok. Je pense que c'est pour les vraiment nouvelles générations.

*Chloé*: De tous les gens que je connais, je ne connais personne qui pense que YouTube soit démodé. Mais en même temps, effectivement, on est peut-être moins une génération TikTok...

Raphaël: On doit être vieux pour les nouveaux jeunes...

Chloé: Je ne sais pas si je connais beaucoup de gens qui sont aussi investis sur YouTube que sur TikTok. Je pense que c'est peut-être effectivement soit l'un soit l'autre.

<sup>&</sup>lt;sup>128</sup> Vertigo. (2022, 20 octobre). Le public jeune.

<sup>129</sup> Leurs noms été changés, pour garantir leur anonymat.

Raphaël: Je pense que c'est les collégiens d'aujourd'hui qui sont plus sur TikTok que sur YouTube. 130

Devant le succès de YouTube et des vidéastes qui y proposent des contenus, la plateforme a peu à peu gagné en légitimité culturelle et a fini par recevoir le soutien institutionnel et financier du CNC, comme l'indique Mylène Frogé dans son mémoire sur ce sujet :

Cette légitimité pourra être justifiée par l'intégration progressive de YouTube dans un milieu considéré comme légitime, notamment depuis l'année 2017 où la plateforme profite d'une aide spécifique du CNC avec un fonds financier et un comité de sélection constitué de créateurs de contenus et d'auteurs<sup>131</sup>.<sup>132</sup>

Avec le graphique ci-dessus, tiré de l'étude Vertigo, on peut également remarquer que les médias traditionnels sont relégués loin derrière dans le temps qui leur est consacré par les jeunes de 15-24 ans. Le premier à apparaître est la chaîne de télévision TF1, en 9° position, avec 2,9% de leur temps à lui être dédié.

Elément intéressant : Netflix n'arrive qu'en 6° position, à 5,7%. Cela montre clairement que les jeunes de 15-24 ans passent surtout leur temps libre sur leur smartphone et sur les réseaux sociaux, avant de regarder des séries ou des films sur Netflix. Même si, en analysant la situation sous un autre angle, le géant américain constitue avec Spotify (3,6%) et TF1 les trois médias culturels les plus consommés par ces jeunes, ce qui démontre leur puissance et leur attrait dans leur domaines respectifs (plateformes de streaming vidéo/SVOD, plateformes de streaming audio et télévision).

## 1.2.2.3. Des activités en ligne diverses et plus ou moins genrées...

Pour revenir à l'usage des écrans par les jeunes, une infographie tirée de l'étude de l'ACAP<sup>133</sup>, montre comment les 11-18 ans répartissent leur temps entre différentes activités

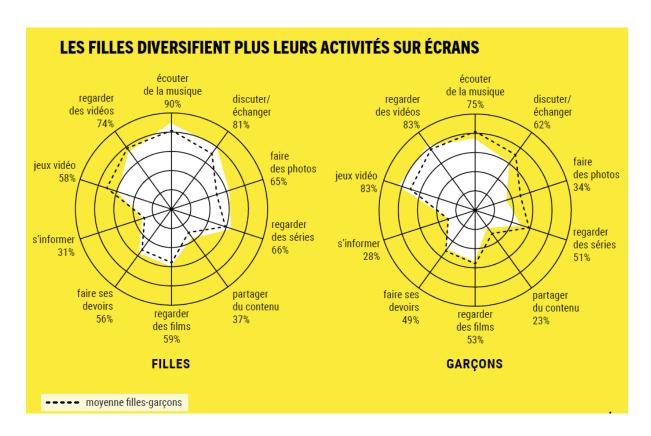
<sup>130</sup> Entretien avec Chloé et Raphaël, réalisé en présentiel le 8 août 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>131</sup> Fonds d'aide aux créateurs vidéo sur Internet (CNC Talent), <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/nouveaux-medias-et-creation-numerique/fonds-daide-aux-createurs-video-sur-internet-cnc-talent">https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/nouveaux-medias-et-creation-numerique/fonds-daide-aux-createurs-video-sur-internet-cnc-talent</a> 190814

<sup>&</sup>lt;sup>132</sup> Frogé, M. (2020). YouTube comme outil pédagogique : enseigner le cinéma et l'audiovisuel par l'analyse et la création de contenus audiovisuels [Mémoire de master non publié, Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3].

<sup>&</sup>lt;sup>133</sup> ACAP. & SoCo Etudes. (2020, octobre). *Etude Les Jeunes, Les Images, Les Ecrans*. https://www.acap-cinema.com/les-jeunes-et-les-ecrans/

numériques, en les comparant selon qu'il s'agisse de filles ou de garçons. En moyenne, filles et garçons confondus, les activités auxquelles ils dédient le plus de temps sont l'écoute de musique en ligne (82% des jeunes y consacrent du temps), le visionnage de vidéos (79%), la discussion en ligne (71%) et les jeux vidéo (71%). A noter que certaines de ces activités sont proportionnellement davantage effectuées par les filles (écouter de la musique, discuter/échanger, regarder des séries) ou par les garçons (jouer aux jeux vidéo, regarder des vidéos, regarder des films).



Mais si certaines pratiques sont davantage mises en œuvre par les garçons ou par les filles, on observe aussi une certaine homogénéité de ces activités, qui sont pratiquées de façon régulière quel que soit le genre de l'individu.

## 1.2.2.4. ... Mais de plus en plus répandues dans la société : l'exemple du jeu vidéo

Le jeu vidéo est devenu l'un des loisirs préférés des jeunes, comme on l'a vu ci-dessus. Mais c'est aussi une activité qui a vu ses adeptes évoluer dans le temps, à la fois en nombre d'utilisateurs, en âge et dans le genre des individus. Cette évolution est représentative du poids croissant des jeux vidéo dans les jeunes générations, mais aussi dans l'ensemble de la société française.

Voici deux tableaux reprenant des statistiques tirées de l'étude de 2018 du Ministère de la Culture, sur les pratiques culturelles des Français<sup>134</sup>.

Jouent à des jeux vidéo, sur 100 personnes de chaque groupe, par tranche d'âge	1997	2008	2018
15-19 ans	58	86	85
20-24 ans	30	77	79
Toutes tranches d'âge (15 ans et plus)	19	36	44

Jouent à des jeux vidéo, sur 100 personnes de chaque groupe, par sexe	1997	2008	2018
Hommes	24	43	49
Femmes	15	29	39
Ensemble	19	36	44

De plus en plus de femmes jouent aux jeux vidéo : alors que le nombre de joueurs a doublé entre 1997 (24% des hommes) et 2018 (49%), le nombre de joueuses a été multiplié par 2,6 sur cette même période ! Certes, elles partaient de plus loin, mais on peut désormais dire en 2023 que le jeu vidéo est également une pratique féminine, et plus seulement masculine.

D'autre part, avec l'essor du jeu sur smartphone, qui a popularisé le « casual gaming », c'est-à-dire le « jeu grand public », le nombre de personnes jouant aux jeux vidéo est passé de 19% de la population à 44%, soit une multiplication par 2,3 en 21 ans ! On peut donc également dire que le jeux vidéo est une pratique répandue dans la société française, qui n'est plus réservée qu'aux jeunes.

La « culture » des jeux vidéo s'est ainsi « normalisée » et installée dans la population française, quel que soit l'âge ou le genre. A tel point que les « codes » des jeux vidéo ont infusé dans toute la société, allant jusqu'à influencer le domaine du cinéma dans le rapport à l'image. Il n'est d'ailleurs pas anodin que de plus en plus de jeux vidéo soient adaptés en films.

<sup>134</sup> Lombardo, Ph. & Wolff, L. (2020). *Cinquante ans de pratiques culturelles en France*. DEPS. Ministère de la Culture. <a href="https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-de-synthese/Culture-etudes-2007-2023/Cinquante-ans-de-pratiques-culturelles-en-France-CE-2020-2">https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-de-synthese/Culture-etudes-2007-2023/Cinquante-ans-de-pratiques-culturelles-en-France-CE-2020-2</a>

Ainsi, dans le top 10 des films tirés de jeux vidéo ayant obtenu le plus d'entrées en France, 5 ont été réalisés les 5 dernières années<sup>135</sup>. Et 8 d'entre eux sont sortis dans les 13 dernières années, signe de l'accroissement de cette tendance avec le temps.

Le poids économique du secteur des jeux vidéo n'est plus à démontrer. Il figure depuis des années dans le Panorama des Industries Culturelles et Créatives d'EY. Dans sa troisième édition de 2019<sup>136</sup>, on apprend ainsi qu'en 2018, le secteur du jeu vidéo atteint un chiffre d'affaires de 5,2 milliards d'euros, contre 3,8 milliards d'euros pour le cinéma. Autre fait marquant, le chiffre d'affaires du secteur du jeu vidéo est en croissance de +16,9% entre 2013 et 2018, quand la croissance du secteur du cinéma est de +0,7% sur cette même période...

Ce poids économique des jeux vidéo s'est accompagné d'une légitimation institutionnelle et culturelle. Institutionnelle d'abord, car le secteur des jeux vidéo va progressivement faire son entrée au CNC, comme l'une des composantes à part entière des domaines culturels sous son autorité, et comme bénéficiaire de fonds publics, au même titre que le cinéma (mais dans des proportions différentes).

Ainsi, le Fonds d'Aide à l'Edition Multimédia (FAEM), créé en 1989, est redirigé vers le soutien au jeu vidéo à partir de 2003, avant de lui être exclusivement consacré à partir de 2008, sous le nom de Fonds d'Aide au Jeu Vidéo (FAJV). En 2009, autre événement important, le CNC change de statut et de nom. « Le Centre national de la cinématographie devient le Centre national du cinéma et de l'image animée », indique le CNC sur son site Internet<sup>137</sup>. L'institution étend alors « son champ d'action au-delà du seul cinéma, en direction de la production audiovisuelle, de la vidéo, des nouveaux médias et du jeu vidéo ».

A cette légitimation institutionnelle s'ajoute une légitimation culturelle, les deux se mêlant dans les propos de l'ex-Ministre de la Culture, Françoise Nyssen, en 2017 :

[Le jeu vidéo] est un art comme les autres, ça fait partie de la culture et nous y sommes très attachés. D'ailleurs (...) en France c'est un secteur très actif, très créatif et beaucoup de gens sont dans le secteur du jeu vidéo. Il y a des inventeurs, des

<sup>&</sup>lt;sup>135</sup> Haddad, Y. (2023, 22 avril). Les 10 plus gros succès de films adaptés de jeux vidéo. *Première*. <a href="https://www.premiere.fr/Cinema/News-Cinema/Les-10-plus-gros-succes-de-films-adaptes-de-jeux-video">https://www.premiere.fr/Cinema/News-Cinema/Les-10-plus-gros-succes-de-films-adaptes-de-jeux-video</a>

<sup>136</sup> EY & France Créative. (2019, novembre). 3e Panorama des Industries Culturelles et Créatives en France. https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Industries-culturelles-et-creatives/Etats-Generaux-des-industries-culturelles-et-creatives/Etude-Panorama-des-Industries-Culturelles-et-Creatives
137 Site du CNC: https://www.cnc.fr/a-propos-du-cnc/les-datescles-du-cnc 1242898

concepteurs, des ingénieurs qui travaillent dessus. Nous allons [les] soutenir, et nous sommes très attentifs ici au ministère de la culture de soutenir le jeu vidéo, qui est un vrai élément de notre culture en France. 138

En son temps, le cinéma avait dû lui aussi faire sa place parmi les arts, lui qui était avant tout considéré comme une industrie ou un divertissement. Ce domaine qui fut regardé de haut a fini par être appréhendé comme un art à part entière, à mesure qu'il gagnait en maturité et en notoriété<sup>139</sup>. Cela m'incite à faire un aparté, toutefois dans la droite lignée de ce qui précède, sur l'attitude « juste » que peuvent ou doivent adopter les professionnels de la culture et du cinéma par rapport aux jeunes. Une invitation à changer de regard... et à changer de posture.

#### 1.2.2.5. Changer de posture ?

Les professionnels et les publics du domaine culturel ont toujours porté plusieurs perceptions (plus ou moins conscientes) de ce que sont l'art et la culture, parfois complémentaires, parfois en opposition les unes aux autres, notamment entre la culture dite « légitime » et celle jugée « illégitime ». Les travaux de Pierre Bourdieu l'ont documenté dans le détail 140.

Il est donc tentant, pour les professionnels de la culture, de regarder de haut les jeunes ainsi que leurs pratiques culturelles et numériques, en faisant l'hypothèse que « seuls les professionnels savent ce qui est bon pour les jeunes ». Et que toutes les pratiques non « validées » par ces professionnels ne méritent ni d'être considérées, ni d'être promues.

C'est ce que déplore Benoît Labourdette, cinéaste, pédagogue, chercheur et consultant en innovation culturelle et stratégies numériques, dans un article de la revue L'Observatoire :

Les intentions des professionnels de la culture vis-à-vis de la jeunesse sont louables, généralement structurées autour de la démocratisation culturelle. Elles visent l'accès à des formes et offres culturelles « de valeur », vers lesquelles les jeunes ne

<sup>&</sup>lt;sup>138</sup> Audureau, W. (2017, 7 septembre). Françoise Nyssen : « Le jeu vidéo est un vrai élément de notre culture en France ». Le Monde. <a href="https://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/09/07/francoise-nyssen-le-jeu-video-est-un-vrai-element-de-notre-culture-en-france">https://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/09/07/francoise-nyssen-le-jeu-video-est-un-vrai-element-de-notre-culture-en-france</a> 5182201 4408996.html

Gauthier, C. (2020). Le processus de patrimonialisation du cinéma. Dans Gauthier, C. (dir.). *Patrimoine et patrimonialisation du cinéma* (pp.29-44). Paris, Ecole Nationale des Chartes.

<sup>&</sup>lt;sup>140</sup> Bourdieu, P. (1979). La Distinction. Critique sociale du jugement. Paris. Les Editions de Minuit.

s'orienteraient pas spontanément, dans les lieux traditionnels que sont le théâtre, le cinéma, le musée... et avant tout dans le cadre scolaire. Mais la plupart d'entre eux n'y sont guère réceptifs, parfois même éprouvent-ils rejet ou indifférence, alors même qu'ils consacrent énormément de temps et d'attention à d'autres pratiques culturelles sur les réseaux numériques.<sup>141</sup>

Face aux jeunes qui préfèrent les moyens numériques aux approches plus traditionnelles de la culture et de la médiation, que faire ? Dénoncer leurs pratiques, comme Benoît Labourdette, qui avait au départ vilipendé TikTok, face aux biais et à la dangerosité bien réels de cette application ? Ou plutôt chercher à comprendre ces usages, et à discerner en quoi ils peuvent créer un lien et ouvrir des portes vers ces jeunes ?

L'épidémie de Covid-19 et les confinements ont accéléré les usages numériques. Si le secteur a beaucoup souffert des fermetures temporaires des lieux de culture, un des points positifs qui a pu être tiré, malgré tout, de cette situation dramatique, a été l'innovation et le développement de nouvelles pratiques culturelles. Notamment des usages numériques, afin de palier à l'impossibilité ou à la difficulté de se rendre physiquement dans des établissements culturels. Une opportunité à saisir pour réexaminer et améliorer les pratiques des professionnels de la culture, selon Labourdette :

Cet épisode de notre vie collective doit nous aider à réenvisager les potentialités offertes par les échanges et expériences culturelles en ligne, dans ce qu'elles ont de spécifique. Porteuses de démarches à la fois singulières et constructives, elles peuvent changer nos parcours personnels et professionnels, ainsi que les rôles sociaux. Embrasser toute la richesse à laquelle le numérique donne accès (formation grâce aux tutoriels, vivacité des communautés culturelles et politiques, plateformes de rencontres, pratiques artistiques collaboratives, marché de l'emploi, etc.) peut nous apprendre à forger de nouvelles postures professionnelles et nous « reconnecter » à nos missions vis-à-vis de la jeunesse.<sup>142</sup>

Benoît Labourdette en profite pour dresser dans son article un certain nombre de questions, pour aider à revoir son point de vue et à s'ouvrir davantage aux nouvelles pratiques culturelles, notamment celles des jeunes. Une méthode, parmi d'autres qu'il reste encore à

<sup>&</sup>lt;sup>141</sup> Labourdette, B. (2023, avril). Et si on changeait de posture ? *L'Observatoire - La revue des politiques culturelles. Jeunesse, politique et culture : changer l'optique*, 60 (1), 53-56. <a href="https://www.observatoire-culture.net/reseaux-sociaux-changer-posture/">https://www.observatoire-culture.net/reseaux-sociaux-changer-posture/</a>

<sup>142</sup> Labourdette, B. (2023, avril). Ibid.

construire, qui aidera à reconnecter professionnels de la culture et publics jeunes, espère-til :

Ce travail de remise en question est un mouvement important qui permettra de changer les modalités de conception des projets culturels pour la jeunesse avec les différents partenaires impliqués (institutionnels, culturels, sociaux, artistiques, pédagogiques), les méthodes de travail et de coopération. C'est en travaillant autrement que l'on pourra produire autre chose.<sup>143</sup>

Ainsi, en changeant leur posture, les professionnels de la culture pourront réévaluer les pratiques des jeunes avec un œil neuf, sans pour autant omettre les débats légitimes qui accompagnent toute évolution de la société ou du champ culturel.

Il en va par exemple du domaine du jeu vidéo, comme on l'a vu... mais aussi du cinéma, que les jeunes n'ont pas délaissé. Ils continuent à en être l'un des publics principaux, et leurs pratiques cinématographiques restent bien ancrées, même si elles ont évolué avec le temps. C'est ce que nous allons étudier à présent.

#### 1.2.3. Les jeunes de 15-25 ans et le cinéma aujourd'hui

#### 1.2.3.1. Un public toujours présent en salles en 2022

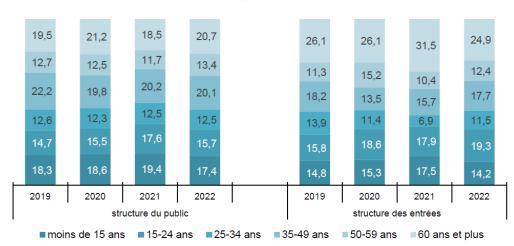
Dans une étude récente, le CNC fournit un graphique de l'évolution du public et des entrées en salle (une même personne pouvant se rendre plusieurs fois au cinéma), entre 2019 et 2022<sup>144</sup>. Nous pouvons y constater que non seulement, en 2022, les 15-24 ans sont la seconde tranche d'âge à constituer le plus d'entrées en salles à 19,3%, après les spectateurs de 60 ans et plus. Mais de surcroît, le nombre de spectateurs de 15-24 ans est en progression en 2022 (15,7%) par rapport à 2019 (14,7%), qui était déjà une bonne année pour le secteur du cinéma, avant la crise du Covid.

Certes, ils représentaient 17,6% des spectateurs en 2021, mais c'était une année doublement exceptionnelle. D'une part, les jeunes spectateurs de cet âge sont revenus en masse au cinéma après les douloureux confinements, avides qu'ils étaient de revivre une

<sup>&</sup>lt;sup>143</sup> Labourdette, B. (2023, avril). *Ibid*.

<sup>&</sup>lt;sup>144</sup> Golding, E., Jardillier, S. & Lacoue, C. (2023, juillet). *Le public du cinéma en 2022*. CNC. <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/le-public-du-cinema-en-2022">https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/le-public-du-cinema-en-2022</a> 1986690

expérience collective. D'autre part, les plus de 60 ans, public majoritaire au cinéma, sont proportionnellement moins revenus en salle au moment des déconfinements, cette population étant particulièrement vulnérable au Covid-19 et le risque de l'épidémie étant encore présent.



#### Structure du public et des entrées selon l'âge (%)

Source: CNC - Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

#### 1.2.3.2. Un goût pour le cinéma indissociable de sa dimension sociale

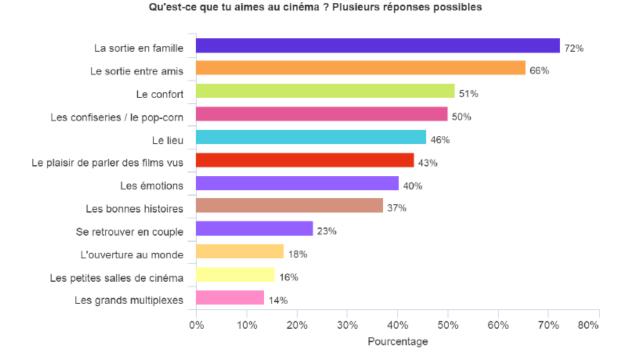
Les 15-25 ans sont donc toujours bien un des publics clés du cinéma et continuent à se rendre en salles! Nous avons vu, d'ailleurs, combien il est important pour eux d'être en groupe, avec leurs amis ou leurs familles, que ce soit à travers les réseaux sociaux... ou « IRL » (« In Real Life »), comme disent les jeunes. Le CNC confirme cette tendance dans l'une des ses études, en date de septembre 2022 :

Les 15-19 ans sont particulièrement attachés à la dimension collective de la sortie au cinéma puisqu'ils sont seulement 10,2 % à s'y être rendus seuls, soit la part la plus faible quelle que soit la tranche d'âge, 74,0 % à s'y rendre en famille ou entre amis (dont 33,9 % en famille et 34,8 % entre amis) et 15,8 % en couple.<sup>145</sup>

Les jeunes de 11-18 ans des Hauts-de-France, interrogés par l'ACAP en 2022, vont dans ce sens, lorsqu'on leur demande « ce qu'ils aiment au cinéma »<sup>146</sup> :

<sup>&</sup>lt;sup>145</sup> Tucoulat, V., Jardillier, S. & Lacoue, C. (2022, septembre). *Les pratiques cinématographiques des Français en 2022*. CNC. <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/les-pratiques-cinematographiques-des-français-en-2022">https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/les-pratiques-cinematographiques-des-français-en-2022</a> 1794773

<sup>&</sup>lt;sup>146</sup> ACAP. & SoCo Etudes. (2020, octobre). *Etude Les Jeunes*, *Les Images*, *Les Ecrans*. https://www.acap-cinema.com/les-jeunes-et-les-ecrans/



NB: parmi les 95% allant au cinéma

Cette étude apporte en complément des informations intéressantes sur les spectateurs de cinéma les plus assidus, parmi les 11-18 ans :

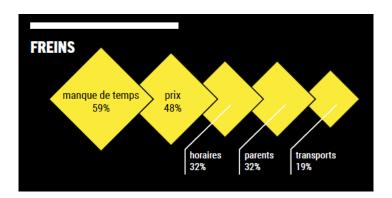
Parmi les 4% de jeunes qui vont très souvent au cinéma (une fois par semaine environ), les raisons significativement les plus évoquées par rapport aux autres jeunes, sont l'ouverture au monde et les petites salles de cinéma, les moins évoquées sont les confiseries et la sortie en famille. Parmi les 42% de jeunes qui vont au moins une fois par mois au cinéma, la raison la plus souvent évoquée par rapport aux autres jeunes est le plaisir de parler des films vus, et comme pour les précédents, les confiseries et la sortie en famille sont significativement moins évoquées dans cette sous-population.<sup>147</sup>

### 1.2.3.3. Le frein principal au cinéma pour les jeunes n'est pas le prix... mais le manque de temps

Autre enseignement intéressant de cette étude, si le prix constitue un frein important (pour 48% des jeunes), ce n'est pas le premier : il s'agit plutôt du manque de temps (59%), comme le montre le graphique ci-dessous<sup>148</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>147</sup> ACAP. & SoCo Etudes. (2020, octobre). Ibid.

<sup>&</sup>lt;sup>148</sup> ACAP. & SoCo Etudes. (2020, octobre). *Ibid.* 



Un sentiment de manque de temps, caractéristique du monde moderne, qui est partagé par toutes les générations de la population française et pas seulement les jeunes. L'étude de l'APAC cite pour cela le sociologue Jean Viard, spécialiste de la société de loisir :

Selon le sociologue Jean Viard<sup>149</sup>, l'explication tient grandement en la surabondance de choix : nombre de contemporains sont convaincus de manquer de temps car les offres de choses à faire augmentent plus vite que les capacités de les saisir. De la sorte, il en résulte un sentiment écrasant de manque de temps en raison de la surabondance de choix.<sup>150</sup>

On l'a vu précédemment, les jeunes consacrent la plupart de leur temps libre aux réseaux sociaux. Néanmoins, ils sont aussi des consommateurs importants des plateformes de SVOD, et notamment Netflix. Dont le PDG, Reed Hastings, indiquait que son concurrent est... le sommeil :

« Quand vous regardez une série sur Netflix et que vous en devenez accro, vous veillez tard le soir. À la marge, nous sommes en concurrence avec le sommeil. Et ça fait donc beaucoup de temps. »<sup>151</sup>

Une révélation qui tient lieu de stratégie offensive, assumée par le groupe américain. Et qui a fait couler beaucoup d'encre, tout comme le mot célèbre de Patrick Le Lay, ex-PDG de TF1, qui affirmait en 2004, dans un obscur ouvrage de management : « ce que nous

<sup>&</sup>lt;sup>149</sup> Viard, J. (2012). *Nouveau portrait de la France. La société des modes de vie*. La Tour-d'Aigues. Editions de l'Aube.

<sup>&</sup>lt;sup>150</sup> ACAP. & SoCo Etudes. (2020, octobre). *Ibid.* 

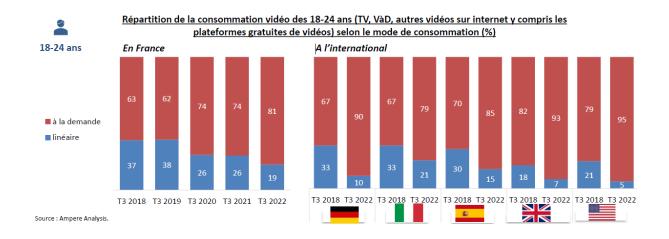
<sup>&</sup>lt;sup>151</sup> Cassely, J.-L. (2017, 19 avril). *Le vrai concurrent de Netflix ? Votre sommeil*. Slate FR. https://www.slate.fr/story/144029/vrai-concurrent-netlfix-sommeil

vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible »<sup>152</sup>. Une formule qui a frappé les esprits et qui est rentrée dans le vocabulaire commun, au point d'avoir une page Wikipédia dédiée<sup>153</sup>.

Au-delà du trait d'esprit, cela montre que la télévision puis les plateformes de SVOD se placent directement dans une perspective de « marché » ou « d'économie » de l'attention, afin de capter au maximum celle des jeunes. Face au rouleau-compresseur marketing déployé par les firmes américaines telles que Netflix, ce n'est donc pas un hasard si les jeunes ont du mal à choisir entre les salles de cinéma et les plateformes de streaming, devenant ainsi un des publics les plus friands de ces nouveaux usages.

#### 1.2.3.4. Les jeunes et les plateformes de SVOD

Depuis un certain nombre d'années, dans l'ensemble de la société française, le goût pour les programmes à la demande, « délinéarisés », s'est accru par rapport aux programmes en linéaire, notamment des chaînes de télévision traditionnelles. C'est une tendance qui s'accentue chez les jeunes de 18-24 ans, comme l'indique le CNC dans une étude<sup>154</sup> :



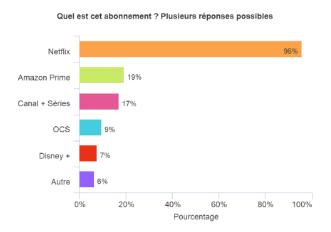
Parmi les jeunes de 11-18 ans qui regardent des films et séries, 59,7% d'entre eux ont accès à un abonnement, donc à une plateforme de SVOD (Subscription Video On

<sup>&</sup>lt;sup>152</sup> Les associés d'EIM (2004). *Les Dirigeants face au changement*. Baromètre 2004. Les Editions du Huitième Jour.

Temps de cerveau humain disponible. (2023, 17 août). Dans *Wikipédia*. https://fr.wikipedia.org/wiki/Temps de cerveau humain disponible

<sup>154</sup> CNC. (2021, décembre). Observatoire de la vidéo à la demande. https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/observatoire-de-la-video-a-la-demande 1594544

Demand)<sup>155</sup>. Et parmi celles et ceux qui ont accès à un abonnement... Netflix arrive très nettement en tête, utilisé par 96% de ces jeunes<sup>156</sup>:



L'étude de l'ACAP illustre, avec des chiffres tirés des publications de Netflix en janvier 2020, la force de frappe de cette plateforme, leader dans le monde :

Cette plateforme est en effet la plus utilisée dans le monde et en France : elle est leader mondial du streaming vidéo avec plus de 158 millions d'abonnés payants (+30 millions en 2 ans) et compte pas moins de 6,7 millions d'abonnés en France (+1,7 million en un an), soit un Français sur dix (sachant que 90% des abonnés partagent leurs comptes, cela touche possiblement une très grande partie de la population). 157

#### 1.2.3.5. Plutôt films... ou séries ?

Si l'hégémonie de Netflix s'explique en partie par ses moyens financiers considérables... Elle vient aussi d'un goût accru du public, ces 20 dernières années, pour les séries, qui constituent le cœur de catalogue de la plateforme américaine. Début 2022, il y aurait eu 3959 films et 2031 séries dans le catalogue de Netflix France<sup>158</sup>. Sachant qu'une série peut compter des dizaines d'épisode de 20 à 50 minutes en général, le catalogue d'épisodes de séries excède largement celui de films.

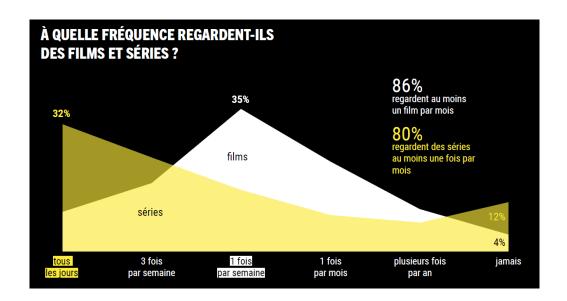
<sup>&</sup>lt;sup>155</sup> ACAP. & SoCo Etudes. (2020, octobre). *Etude Les Jeunes*, *Les Images*, *Les Ecrans*. https://www.acap-cinema.com/les-jeunes-et-les-ecrans/

<sup>156</sup> ACAP. & SoCo Etudes. (2020, octobre). Ibid.

<sup>&</sup>lt;sup>157</sup> ACAP. & SoCo Etudes. (2020, octobre). *Ibid*.

<sup>&</sup>lt;sup>158</sup> Gwen. (2022, 2 janvier). Accéder au catalogue complet de Netflix en 2023. *Sitegeek*. <a href="https://www.sitegeek.fr/article-technologie/acceder-au-catalogue-complet-de-netflix/">https://www.sitegeek.fr/article-technologie/acceder-au-catalogue-complet-de-netflix/</a>

L'étude de l'APAC confirme cette tendance. Hors salles de cinéma, les séries sont bien davantage et plus fréquemment regardées que les films par les jeunes de 11-18 ans<sup>159</sup>:



Ainsi, près de 32% de ces jeunes regardent des séries tous les jours, quand ils sont environ 11% à regarder des films à cette même fréquence. En revanche, élément notable : 12% des 11-18 ans ne regardent pas de séries, quand ils ne sont que 4% à ne jamais regarder de films. Ces derniers sont donc davantage ancrés dans les mœurs, même s'ils sont moins souvent visionnés.

Les jeunes de 15-25 ans ont beau être un des principaux publics du cinéma... Ils font face à un grand nombre de sollicitations concurrentes : Internet, smartphone, réseaux sociaux, plateformes de SVOD... Il devient ainsi de plus en plus crucial de leur permettre de découvrir des films dans de bonnes conditions, de sorte à exercer leur esprit critique face aux manipulations commerciales des grandes firmes.

Et surtout de leur faire découvrir des films de patrimoine, car c'est l'objet de ce mémoire et un enjeu délicat : comment donner aux jeunes le goût des « classiques » et des « films anciens » ? Une des réponses de longue date est l'ensemble des dispositifs d'éducation à l'image mis en œuvre par l'Education Nationale, le CNC, et tout un ensemble de partenaires publics, privés et associatifs, depuis des années.

\_

<sup>&</sup>lt;sup>159</sup> ACAP. & SoCo Etudes. (2020, octobre). *Ibid.* 

### 1.2.3.6. Les dispositifs d'éducation à l'image, porte d'entrée vers le cinéma de patrimoine ?

Beaucoup de jeunes, en France, ont bénéficié d'un premier aperçu du « cinéma de patrimoine » (sans savoir qu'il s'appelle ainsi) grâce aux dispositifs d'éducation à l'image. Mais qu'entend-on par « éducation à l'image » ? Le site de l'Education Nationale en donne une première définition : « Dès l'école primaire, l'éducation à l'image, au cinéma et à l'audiovisuel permet aux élèves d'acquérir une culture, d'avoir une pratique artistique et de découvrir de nouveaux métiers »<sup>160</sup>.

Le CNC complète cette définition en listant plusieurs des objectifs de l'éducation à l'image et en indiquant le cadre global de ces dispositifs :

#### Des objectifs clairs :

- Aborder le cinéma en tant qu'art pour contribuer à l'éducation artistique et culturelle des élèves et apprentis ;
- Découvrir en salle de cinéma des œuvres cinématographiques choisies en fonction de l'âge de l'élève et de l'apprenti par des acteurs de l'éducation et du cinéma;
- Rencontrer des professionnels du cinéma ;
- Bénéficier d'une pratique artistique lorsque cela est possible (atelier de réalisation, écriture de critiques, web radio, sensibilisation à la programmation...).

#### Un cadre commun:

 Trois séances de cinéma par classe au minimum dans l'année accompagnées d'un travail en classe autour des films.<sup>161</sup>

Deux dispositifs d'éducation à l'image principaux sont dédiés aux jeunes de 15-25 ans. Pour les 15-18 ans, il s'agit de Lycéens et Apprentis au Cinéma, et pour les 18-25 ans, il s'agit d'Etudiant.e.s au Cinéma. A ce titre, j'ai interrogé Sarajoy Mercier, Chargée des actions éducatives - Lycéens et Apprentis au Cinéma, aux Cinémas Indépendants Parisiens. C'est elle qui est en charge de la coordination de ce dispositif pour l'Académie de Paris. Voici ce qu'elle en dit :

<sup>&</sup>lt;sup>160</sup> Site de l'Education Nationale : <a href="https://www.education.gouv.fr/l-education-l-image-au-cinema-et-l-audiovisuel-9587">https://www.education.gouv.fr/l-education-l-image-au-cinema-et-l-audiovisuel-9587</a>

<sup>161</sup> Site du CNC : https://www.cnc.fr/cinema/education-a-l-image

L'idée du dispositif c'est de montrer des films que les élèves n'ont pas spécialement vus, ou en tout cas qu'ils n'ont pas vu sur grand écran. Et c'est aussi une façon de leur montrer des films différemment. *Raging Bull* par exemple qu'on avait cette année, certains élèves l'avaient déjà vu ou *The Big Lebowski*. ... Certains élèves les avaient vus, mais ne les avaient jamais vus sur grand écran. Ou ils ne les avaient jamais vus dans un cadre où ils se disent « peut-être que je peux regarder ce film différemment pour le comprendre ». Et après, autour des projections des films, il y a aussi tout l'accompagnement culturel. Et l'accompagnement culturel est vraiment là aussi pour continuer à éveiller l'esprit critique des élèves, à leur faire découvrir autre chose autour du cinéma. 162

Ce dispositif est très important pour certains jeunes, qui jusque-là n'ont jamais eu accès à des films vus en salles de cinéma, comme me le confirmait Sarajoy Mercier :

En fait on se rend compte tous les ans qu'il y a des élèves pour qui c'est leur toute première séance de cinéma de leur vie. Et on n'imagine pas forcément qu'à 15 ans on n'est jamais allé au cinéma. Parce que ça faisait partie des activités culturelles les plus accessibles. Et en fait, ce n'est pas ou plus toujours le cas...<sup>163</sup>

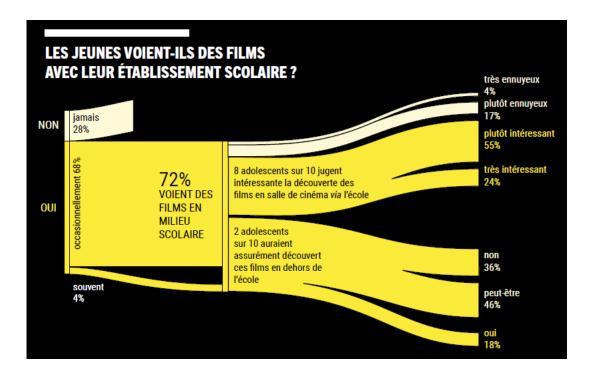
Au-delà de cette première découverte de ce qu'est le cinéma pour certains jeunes, même ceux qui sont déjà allé en salles apprécient ces formules. Certes, parfois les films choisis les laissent un peu dubitatifs, mais dans l'ensemble ils sont curieux de découvrir des films qu'ils n'auraient pas vus par eux-mêmes, et sont satisfaits de ces dispositifs d'éducation à l'image.

L'étude de l'APAC menée auprès de jeunes de 11-18 ans en 2020 confirme ce ressenti global sur l'intérêt qu'ils portent aux films vus dans le cadre scolaire, comme le montre cette infographie<sup>164</sup>:

<sup>&</sup>lt;sup>162</sup> Entretien avec Sarajoy Mercier, réalisé en présentiel le 7 juillet 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>163</sup> Entretien avec Sarajoy Mercier, *Ibid*.

<sup>&</sup>lt;sup>164</sup> ACAP. & SoCo Etudes. (2020, octobre). *Ibid*.



Ainsi, au vu de leur impact positif, il semble nécessaire de ne pas négliger ces mécanismes d'éducation à l'image, qui ont d'autant plus d'importance pour les jeunes éloignés de la culture et du cinéma. Tout ce qui peut contribuer à développer la culture cinématographique des jeunes, et ces dispositifs en font partie, mérite d'être soutenu.

### 1.2.4. Pour conclure : trois mouvements de fond dans le rapport des jeunes de 15-25 ans à la culture et au cinéma

On l'a vu, les pratiques culturelles des jeunes de 15-25 ans sont complexes, variées et sensiblement différentes de celles de leurs aînés ou des publics plus jeunes. En guise de conclusion pour cette partie consacrée à ce public, voici trois mouvements de fond qui résument le rapport des jeunes de 15-25 ans à la culture et au cinéma, cités par le sociologue Aurélien Djakouane :

Trois mouvements de fond semblent se dessiner. D'abord, le déclin des formes de transmissions institutionnelles, descendantes et hiérarchiques. Celles-ci laissant place à l'expression de réseaux de sociabilités à géométries, espaces et temporalités, variables et ajustables. Ensuite, la construction de référentiels culturels s'effectue désormais, non plus par l'imposition des valeurs des pères, mais dans un espace négocié entre pairs. En découle le fait que la valeur de l'art ne repose plus uniquement sur une forme d'expertise privatisée par des spécialistes homologués par l'institution. S'adjoint désormais celle des usagers dont l'importance croît avec les réseaux

d'information contributifs. Enfin, s'amorce un changement profond de la conception de la participation culturelle : le passage du spectateur docile, discipliné et complice à celui du spectateur actif et participant.<sup>165</sup>

Maintenant que nous avons exploré et détaillé le marché du cinéma de patrimoine et les pratiques culturelles et cinématographiques des jeunes de 15-25 ans, venons-en à la partie « terrain » de ce mémoire, qui porte sur les stratégies mises en œuvre par les professionnels de ce secteur pour attirer les jeunes de cet âge.

<sup>&</sup>lt;sup>165</sup> Djakouane, A. (2023, avril). Un portable sinon rien? Les pratiques culturelles des jeunes à l'ère numérique. *L'Observatoire - La revue des politiques culturelles. Jeunesse, politique et culture : changer l'optique,* 60 (1), 21-27. <a href="https://www.cairn.info/revue-l-observatoire-2023-1-page-21.htm">https://www.cairn.info/revue-l-observatoire-2023-1-page-21.htm</a>

# 2. Les stratégies déployées par les professionnels pour promouvoir le cinéma de patrimoine auprès des jeunes de 15-25 ans

Cette partie, qui constitue le cœur du mémoire et mon étude de terrain, permettra d'analyser les grands axes des stratégies déployées par les professionnels du cinéma de patrimoine pour attirer les jeunes de 15-25 ans. J'en profiterai également pour illustrer ces stratégies avec des exemples, grâce aux entretiens que j'ai pu mener avec des acteurs du secteur.

Mais tout d'abord, dans une première sous-partie, je vais détailler la méthodologie que j'ai employée dans ce mémoire, ou plutôt les méthodologies, à la fois pour la revue de littérature et pour l'enquête terrain.

#### 2.1. Méthodologie et terrain d'étude

#### 2.1.1. Méthodologie

#### 2.1.1.1. Méthode principale utilisée : méthode qualitative

Pour ce mémoire, compte tenu des délais impartis et de la difficulté d'interroger à grande échelle les professionnels et les publics du cinéma de patrimoine dans les temps, j'ai préféré utiliser une méthode qualitative, plutôt qu'une méthode quantitative. J'ai également utilisé tout un ensemble de sources secondaires, principalement pour la revue de littérature, mais aussi pour l'enquête terrain.

#### 2.1.1.2. Poser le cadre d'analyse et la problématique : introduction et définitions

Avant toute chose, dans l'introduction de ce mémoire, j'ai dû poser le cadre d'analyse, afin de pouvoir étudier la problématique par la suite. J'ai donc défini les termes qui la composent, notamment car l'expression-même de « cinéma de patrimoine » fait débat et n'a pas une acception officielle indiscutable.

Cela m'a aussi permis de bien délimiter les acteurs que j'allais analyser. Au départ, je comptais effectuer un vaste panorama du marché du cinéma de patrimoine et de ses principaux acteurs. Mais j'ai dû recentrer mon sujet devant l'ampleur de la tâche : le marché

du cinéma de patrimoine a beau être relativement restreint, il comporte un grand nombre de structures et d'intervenants.

#### 2.1.1.3. Méthodes utilisées pour la revue de littérature

Pour la revue de littérature, un certain nombre de mes références proviennent de sources secondaires : livres, revues, sites internet, études, rapports, articles de journaux, podcasts... Comme je l'expliquais en introduction de la revue de littérature, le cinéma de patrimoine constitue un marché de niche, qui s'est fortement développé surtout à partir des années 2000-2010. Comme il est encore récent, il existe peu de littérature sur ce sujet. J'ai donc dû analyser des sources qui traitent du secteur du cinéma dans son ensemble.

J'ai tout de même pu m'appuyer sur quelques ouvrages et articles universitaires ou journalistiques sur le cinéma de patrimoine, la plupart étant récents (moins de 10 ans). Mais pour compléter ces sources, j'ai décidé, depuis que j'ai commencé à travailler sur ce mémoire, de collecter des sources primaires, auprès de professionnels du cinéma de patrimoine. Ceci afin de combler les manques, réévaluer ou confirmer les données que j'ai pu tirer des sources secondaires.

J'ai donc fait le choix d'orienter le début de la plupart des interviews que j'ai menées sur le sujet du marché du cinéma de patrimoine, en posant des questions spécifiques : définition de ce qu'est un film de patrimoine, état du marché, enjeux... Ceci afin de pouvoir compléter ma revue de littérature, en m'appuyant sur l'expérience et l'analyse de professionnels du secteur. C'est pour cela que je me suis permis de citer un certain nombre de ces personnes dans la première partie du mémoire.

Pour ce qui est des pratiques culturelles du public jeune, un certain nombre d'articles et d'ouvrages sont publiés sur ce sujet depuis des dizaines d'années. Mais comme ces pratiques évoluent très rapidement, notamment sous l'effet du numérique et des innovations technologiques, je me suis principalement concentré sur des articles, des études statistiques et sociologiques en date des 5 dernières années. Etant donné qu'il n'existe quasiment pas d'ouvrages ou d'études analysant le rapport des jeunes de 15-25 ans au cinéma de patrimoine, je me suis donc basé principalement sur des articles ou des études traitant de leur rapport au cinéma dans son ensemble.

Je l'indiquais plus haut dans ce mémoire : pour traiter d'un public, il faut avant tout (bien) le connaître. L'idéal aurait été de mener à mon tour une vaste enquête quantitative et

qualitative auprès des jeunes de 15-25 ans, pour recueillir leurs pratiques culturelles, cinématographiques et en termes de cinéma de patrimoine, ce qui m'aurait également permis de combler un vide analytique et statistique. Mais cela aurait nécessité un temps considérable et cela n'aurait pas été possible dans le cadre de ce mémoire de master. Voilà pourquoi je me suis reposé avant tout sur des études généralistes sur ce public et donc sur des sources secondaires.

Néanmoins, j'ai jugé indispensable de rencontrer des jeunes de 15-25 ans, afin, au moins, de recueillir l'avis et les pratiques de quelques-uns, de façon qualitative. Faute de temps, mais aussi car j'ai axé avant tout mon mémoire sur les pratiques des professionnels qui s'adressent aux jeunes, je n'ai pu rencontrer que deux jeunes de 15-25 ans. Néanmoins, leur témoignage est précieux et complète judicieusement, il me semble, les études sur lesquelles je me suis appuyé.

#### 2.1.1.4. Méthodes utilisées pour l'enquête terrain

Pour l'enquête terrain, j'ai très vite opté pour une méthode qualitative. Là encore vu le temps imparti et les moyens à ma disposition, la méthode qualitative me semblait la plus pertinente pour récolter des informations intéressantes, à même de répondre au questionnement de ce mémoire.

Pour cela, j'ai mené un certain nombre d'entretiens semi-directifs, sur la base d'une grille d'entretien (voir les grilles d'entretiens utilisées dans la partie Annexes de ce mémoire). La première partie de cette grille d'entretien portait généralement sur le marché du cinéma de patrimoine, comme indiqué plus haut. La deuxième partie portait sur les pratiques des professionnels rencontrés et sur celles de leurs structures.

Dans cette deuxième partie, il y avait des questions récurrentes d'un entretien à l'autre, mais certaines questions différaient en fonction du poste et de la structure de la personne interviewée, selon qu'il s'agisse de représentants d'une archive de films, d'un distributeur, d'un éditeur DVD, d'une salle de cinéma, ou encore de plateformes de SVOD ou d'une revue spécialisée. En effet, selon le type de métier exercé, les enjeux diffèrent en partie, et il n'aurait pas été cohérent, à mon sens, d'appliquer strictement la même grille de questions à toutes les personnes interrogées.

Ainsi, pour cette enquête terrain, j'ai fait le choix d'une démarche inductive. En introduction puis avec la revue de littérature, j'ai pu montrer en quoi la transmission du cinéma

de patrimoine aux jeunes de 15-25 ans est un enjeu clé. L'objectif de mon enquête terrain est d'explorer cette problématique, en montrant différentes stratégies mises en œuvre par certains professionnels pour attirer les jeunes de cette tranche d'âge vers les films de patrimoine.

Cela m'a permis de constituer un panel d'un certain nombre de pratiques mises en œuvre par des professionnels, afin de répondre à cette problématique. Ces entretiens m'ont également permis de réfléchir à des limites et à des recommandations, que je détaillerai dans une troisième grande partie de ce mémoire.

Mais pour le moment, je vais présenter le terrain d'étude que j'ai investigué, en dressant un inventaire des personnes rencontrées et des buts recherchés au fil de ces entretiens.

#### 2.1.2. Terrain d'étude : professionnels rencontrés

#### 2.1.2.1. Vue d'ensemble du terrain d'étude

Dans le cadre de ce mémoire, j'ai mené un total de 21 entretiens auprès de 23 personnes. Ces personnes représentent les catégories d'acteurs et les institutions suivantes :

- Recherche en histoire du cinéma : 1 personne rencontrée :
  - Stéphanie-Emmanuelle Louis Historienne du culturel, chargée de projets en sciences humaines & responsable de l'appui à la recherche et aux relations internationales à l'Ecole Nationale des Chartes
- Archives de films : 6 personnes rencontrées :
  - o Cinémathèque Française : 3 personnes rencontrées
    - Emilie Cauquy Responsable de la valorisation de la collection de films
    - Pauline de Raymond Responsable de programmation Direction
       Festival Toute la mémoire du monde
    - Elodie Imbeau Responsable de la programmation Jeune Public En charge de l'Autre Ciné-Club
  - Fondation Jérôme Seydoux-Pathé : 2 personnes rencontrées
    - Elvira Shahmiri Responsable d'exploitation, développement des publics et action culturelle

- Samantha Leroy Responsable de la programmation et d'exploitation
- o Forum des Images : 1 personne rencontrée
  - Fabien Gaffez Directeur Artistique et Directeur des Programmes
- Distributeurs de films de patrimoine et exploitants de salles de cinéma commerciales : 3 personnes rencontrées
  - Les Acacias / Cinéma Le Vincennes (94) :
    - Jean-Fabrice Janaudy Gérant
  - Ciné Sorbonne / La Filmothèque du Quartier Latin (75) :
    - François et Jean-Max Causse Co-Directeurs
- Distributeurs et éditeurs vidéo de films de patrimoine : 2 personnes rencontrées
  - o Capricci Films:
    - Loris Dru-Lumbroso Chargé de distribution / Chargé de communication et des partenariats
  - Malavida Films :
    - Anne-Laure Brénéol-Ithurralde Directrice Artistique et Directrice Pôle Cinéma
- Associations et groupements cinématographiques : 4 personnes rencontrées
  - Cinémas Indépendants Parisiens (75) :
    - Sarajoy Mercier Chargée des actions éducatives Lycéens et Apprentis au Cinéma
    - Pauline Vallet Chargée des projets LABO 15-25 et du Tarif social
  - o ADRC:
    - Rodolphe Lerambert Responsable du Département Patrimoine
  - o AFCAE:
    - Mathieu Guilloux Coordinateur du public jeune, du Comité 15-25 et du dispositif Étudiant-es au cinéma
- Exploitants de salles de cinéma : 2 personnes rencontrées
  - Dulac Cinémas (75) :
    - Matthieu de Faucal Responsable événementiel
  - o Cinéma La Tournelle (94):

- Mylène Frogé Coordinatrice du développement des publics et membre du Comité 15-25 de l'AFCAE
- Presse spécialisée : 1 personne rencontrée
  - o Revus & Corrigés :
    - Eugénie Filho Directrice de publication et Gérante
- Plateformes de streaming : 1 personne rencontrée
  - o LaCinetek / La Cinémathèque des Cinéastes :
    - Jean-Baptiste Viaud Délégué Général
- Gestion de projets culturels : 1 personne rencontrée
  - Annelise Landureau Chargée de projets culturels Expertise cinéma
- Jeunes de 15-25 ans : 2 personnes rencontrées
  - Chloé<sup>166</sup> (20 ans) Etudiante en 2e année de Licence de Cinéma à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
  - Raphaël (17 ans) Lycéen en Première générale, en Eure-et-Loir (28)

<sup>&</sup>lt;sup>166</sup> Leurs noms été changés, pour garantir leur anonymat.

#### 2.1.2.2. Tableau de synthèse des entretiens

Nom	Prénom	Organisation	Poste	Date entretien	Conditions
Landureau	Annelise	Indépendante	Chargée de projets culturels - Expertise cinéma	02 mai 2023	Visio (Teams)
Louis	Stéphanie- Emmanuelle	Ecole Nationale des Chartes	Historienne du cinéma, chargée de projets en sciences humaines & responsable de l'appui à la recherche et aux relations internationales	05 mai 2023	Téléphone
Cauquy	Emilie	Cinémathèque Française	Responsable de la valorisation de la collection de films	07 juin 2023	Présentiel
Shahmiri	Elvira	Fondation Jérôme Seydoux- Pathé	Responsable d'exploitation, développement des publics et action culturelle	08 juin 2023	Présentiel
Leroy	Samantha	Fondation Jérôme Seydoux- Pathé	Responsable de la programmation et d'exploitation	21 juin 2023	Présentiel
Janaudy	Jean-Fabrice	Les Acacias / Cinéma Le Vincennes (94)	Gérant	28 juin 2023	Présentiel
Dru-Lumbroso	Loris	Capricci	Chargé de distribution / Chargé de communication et des partenariats	28 juin 2023	Présentiel
Mercier	Sarajoy	Cinémas Indépendants Parisiens	Chargée des actions éducatives - Lycéens et Apprentis au Cinéma	07 juillet 2023	Présentiel
Vallet	Pauline	Cinémas Indépendants Parisiens	Chargée des projets LABO 15-25 et du Tarif social	07 juillet 2023	Présentiel
Lerambert	Rodolphe	ADRC	Responsable du Département Patrimoine	10 juillet 2023	Visio (Teams)
Filho	Eugénie	Revus & Corrigés	Directrice de publication et Gérante	12 juillet 2023	Présentiel
Viaud	Jean-Baptiste	LaCinetek	Délégué Général	19 juillet 2023	Visio (Teams)
de Faucal	Matthieu	Dulac Cinémas (75)	Responsable événementiel	20 juillet 2023	Téléphone
Brénéol- Ithurralde	Anne-Laure	Malavida Films	Directrice Artistique et Directrice Pôle Cinéma	24 juillet 2023	Visio (Teams)
Gaffez	Fabien	Forum des Images	Directeur Artistique et Directeur des Programmes	24 juillet 2023	Présentiel
de Raymond	Pauline	Cinémathèque Française	Responsable de programmation - Direction Festival Toute la mémoire du monde	26 juillet 2023	Présentiel
Imbeau	Elodie	Cinémathèque Française	Responsable de la programmation Jeune Public - En charge de l'Autre Ciné-Club	28 juillet 2023	Présentiel
Frogé	Mylène	Cinéma La Tournelle (94)	Coordinatrice du développement des publics et membre du Comité 15-25 de l'AFCAE	01 août 2023	Téléphone
Guilloux	Mathieu	AFCAE	Coordinateur du public jeune, du Comité 15-25 et du dispositif Étudiant-es au cinéma	08 août 2023	Visio (Teams)
	Chloé (nom changé)	Paris I – La Sorbonne	Etudiante en 2 <sup>e</sup> année de licence de cinéma	08 août 2023	Présentiel
	Raphaël (nom changé)	Lycée (28)	Lycéen en Première générale	08 août 2023	Présentiel
Causse	François et Jean-Max	La Filmothèque du Quartier Latin (75)	Co-Directeurs	19 août 2023	Présentiel

Maintenant que j'ai établi cette vue d'ensemble sur mon terrain d'enquête et les personnes que j'ai rencontrées, je vais détailler les différentes étapes qui m'ont permis de construire mon raisonnement et ce mémoire.

#### 2.1.2.3. Etape 1 - Délimiter et explorer le marché du cinéma de patrimoine

J'ai commencé mon enquête de terrain par délimiter le cadre théorique et empirique du cinéma de patrimoine. J'ai pour cela échangé avec Stéphanie-Emmanuelle Louis, spécialiste de l'histoire du cinéma et de la patrimonialisation du cinéma. Elle m'a permis de

définir les termes de ma problématique et elle m'a m'indiqué des lectures académiques et professionnelles pour m'aider dans ma démarche.

J'ai également rencontré Annelise Landureau, Chargée de projets culturels. Elle m'a brossé un tableau complet du domaine du cinéma contemporain, tout en apportant du recul sur les enjeux du cinéma de patrimoine aujourd'hui, en me montrant quels parallèles on pouvait faire avec les films récents et notre société actuelle. Elle m'a suggéré un certain nombre de personnes à rencontrer, et elle a donc joué un rôle clé dans les débuts de mon enquête.

Plus tard, j'ai rencontré Eugénie Filho, Directrice de la publication et Gérante du périodique Revus & Corrigés. Il me semblait très important de la rencontrer, car Revus & Corrigés est la seule revue (non scientifique) à être spécialisée dans les films de patrimoine, à la fois d'un point de vue esthétique et quant au marché du cinéma de patrimoine. C'est de plus un média en ligne, qui propose des articles de fond, des interviews, des podcasts, des vidéos... C'est donc une mine d'or pour qui s'intéresse au cinéma de patrimoine! Comme je savais que par ses fonctions, elle disposait d'une vue d'ensemble du secteur et d'une grande connaissance de ce domaine et de ses professionnels, j'ai trouvé intéressant de l'interroger, à la fois pour compléter cet état des lieux du marché du cinéma de patrimoine et pour recevoir des suggestions de personnes à interroger. Sa rencontre a été importante et décisive pour la suite de ce mémoire.

#### 2.1.2.4. Etape 2 - Rencontrer les acteurs historiques que sont les archives de films

Pour qui veut traiter de cinéma de patrimoine, les premières institutions à rencontrer sont les cinémathèques me semble-t-il. Ce sont en effet les acteurs historiques de la patrimonialisation du cinéma, et ce sont encore aujourd'hui des acteurs incontournables de la conservation et de la transmission de ce patrimoine, notamment aux plus jeunes.

Afin de diversifier les acteurs rencontrés, j'ai choisi d'étudier à la fois des archives de films « publiques » et « privées ». Ces deux types d'établissements diffusent des films de patrimoine et communiquent sur ces projections, à destination de leurs publics. Il m'a donc semblé intéressant d'analyser deux approches à la fois différentes et complémentaires.

A ce titre, j'ai rencontré des personnes travaillant à la Cinémathèque Française, institution phare en France dans ce domaine, et des personnes travaillant à la Fondation Jérôme Seydoux-Pathé, sorte de « cinémathèque privée », qui conserve et valorise le fonds

cinématographique de la société Pathé, en particulier sa collection de films muets. Il m'a semblé intéressant d'étudier ces deux institutions car bien qu'elles conservent et valorisent un fonds cinématographique, elles ont des différences notables. Tout d'abord, elles n'ont pas le même statut juridique : la Cinémathèque Française est une association loi 1901, la Fondation Jérôme Seydoux-Pathé est une fondation privée reconnue d'intérêt public. Elles n'ont pas les mêmes moyens financiers et humains. La Cinémathèque peut compter sur une subvention conséquente du CNC<sup>167</sup> (19,4 millions d'euros en 2022, soit 67% des recettes) et affiche 216 employés, tandis que la Fondation Pathé est « financée, en grande partie, grâce au produit financier des fonds qu'elle détient »<sup>168</sup> et comporte une quinzaine d'employés<sup>169</sup>.

J'ai donc tout d'abord rencontré Emilie Cauquy, Responsable de la valorisation de la collection de films de la Cinémathèque Française, pour avoir son avis sur la situation des films de patrimoine aujourd'hui et du marché attenant. Même si la Cinémathèque Française y joue un rôle particulier, car historiquement cette institution avait une approche non ou peu commerciale. Il m'a semblé intéressant de l'interroger car elle est également en charge d'Henri, la plateforme de streaming gratuite de la Cinémathèque. C'est une innovation qui a vu le jour avec les confinements dus au Covid-19 et qui est aujourd'hui considérée par l'établissement un peu comme sa « quatrième salle », donnant sur la vaste toile d'Internet et permettant de nouvelles approches de diffusion du cinéma de patrimoine.

En complément, j'ai rencontré deux personnes de la Fondation Jérôme Seydoux-Pathé: Elvira Shahmiri, Responsable notamment du développement des publics et de l'action culturelle, et Samantha Leroy, Responsable de la programmation. Elles m'ont permis de recueillir l'approche de la Fondation Pathé par rapport à leurs publics, en particulier les jeunes de 15-25 ans, et en matière de programmation de films.

Plus tard, j'ai rencontré Fabien Gaffez, Directeur Artistique et Directeur des Programmes au Forum des Images. J'ai pu ainsi prendre connaissance des pratiques d'un autre type d'archive de films, qui a la particularité d'avoir progressivement élargi son champ d'action à plusieurs domaines de l'image (comme le CNC en un sens). Au point désormais

<sup>&</sup>lt;sup>167</sup> Cinémathèque Française. (2023). Rapport annuel 2022. <a href="https://www.cinematheque.fr/media/ra-2022-de-la-cin-mat-que-fran-aise.pdf">https://www.cinematheque.fr/media/ra-2022-de-la-cin-mat-que-fran-aise.pdf</a>

<sup>&</sup>lt;sup>168</sup> Cohen, E. & Goetschel, P. (2017). Visite à la Fondation Jérôme Seydoux-Pathé. *Sociétés & Représentations*, 43 (1), 159-172. <a href="https://www.cairn.info/revue-societes-et-representations-2017-1-page-159.htm&wt.src=pdf">https://www.cairn.info/revue-societes-et-representations-2017-1-page-159.htm&wt.src=pdf</a>

<sup>169</sup> Site de la Fondation: https://www.fondation-jeromeseydoux-pathe.com/cms/fondation

d'indiquer dans ses éléments de communication qu'il s'agit d'un lieu consacré aux domaines suivants : « cinéma, bande dessinée, jeu vidéo, nouvelles images »<sup>170</sup>.

### 2.1.2.5. Etape 3 - Recueillir les pratiques des professionnels quant à la promotion du cinéma de patrimoine auprès des jeunes de 15-25 ans

Par la suite, j'ai interrogé un certain nombre de professionnels du secteur du cinéma de patrimoine, de nouveau auprès d'archives de films, ou travaillant dans la distribution de films de patrimoine, dans l'édition et les plateformes vidéo ou dans l'exploitation de salles commerciales diffusant des films de patrimoine. Ceci afin de collecter leurs usages, de lister un certain nombre de bonnes pratiques et de manques, quant à leur promotion de ce cinéma auprès des jeunes de 15-25 ans.

Sans rentrer dans le détail, j'ai ainsi interrogé, dans l'ordre chronologique, Jean-Fabrice Janaudy des Acacias et du cinéma Le Vincennes, Loris Dru-Lumbroso de Capricci Films, Matthieu de Faucal de Dulac Cinémas, Anne-Laure Brénéol-Ithurralde de Malavida Films, Pauline de Raymond de la Cinémathèque Française, Responsable du festival de cinéma de patrimoine Toute la mémoire du monde, Mylène Frogé du cinéma La Tournelle de L'Haÿ-les-Roses, et enfin François et Jean-Max Causse, Co-Directeurs de La Filmothèque du Quartier Latin et de Ciné Sorbonne.

En outre, j'ai interrogé des membres d'associations et de groupements de cinémas portant en partie sur le cinéma de patrimoine, ainsi que des spécialistes de l'éducation à l'image. Que ce soit aux Cinémas Indépendants Parisiens, avec Sarajoy Mercier, Chargée des actions éducatives et coordinatrice de Lycéens et Apprentis au Cinéma, ainsi que Pauline Vallet, Chargée des projets LABO 15-25 et du Tarif social; à l'ADRC avec Rodolphe Lerambert, Responsable du Département Patrimoine; à la Cinémathèque Française, avec Elodie Imbeau, Responsable de la programmation Jeune Public et en charge de l'Autre Ciné-Club; ou à l'AFCAE avec Mathieu Guilloux, Coordinateur du Comité 15-25 ans.

Puis, pour faire un pas de côté tout en complétant ce panorama de professionnels du cinéma de patrimoine, j'ai interrogé Jean-Baptiste Viaud, Délégué Général de LaCinetek, plateforme de streaming de référence dans le domaine du cinéma de patrimoine, et plus largement dans le domaine du cinéma, par son approche éditoriale forte et innovante.

<sup>&</sup>lt;sup>170</sup> Site du Forum des Images : <a href="https://www.forumdesimages.fr/les-programmes/saison-2022-2023-au-forum-des-images">https://www.forumdesimages.fr/les-programmes/saison-2022-2023-au-forum-des-images</a>

#### 2.1.2.6. Etape 4 - Rencontrer des jeunes de 15-25 ans pour compléter l'étude

Pour finir, comme je l'indiquais plus haut, afin de compléter les données secondaires que j'ai récoltées sur les pratiques culturelles et cinématographiques des jeunes de 15-25 ans, j'ai interrogé deux jeunes, frère et sœur, Chloé<sup>171</sup> (20 ans) et Raphaël (17 ans).

Cela me semblait intéressant à deux titres : d'une part, cela me permettait d'avoir un réel échange avec des jeunes, de pouvoir tester des hypothèses, les confirmer ou les infirmer, tout en pouvant rebondir sur leurs réponses, ce que ne permettent pas des études lues a posteriori. D'autre part, cela me permettait de leur poser des questions spécifiques sur le cinéma de patrimoine, comblant ainsi un manque en la matière, puisqu'on l'a vu, les études des publics des films de patrimoine sont lacunaires, encore plus pour la tranche d'âge des spectateurs de 15-25 ans.

Je me suis interrogé sur la représentativité forcément relative de ces deux jeunes : lorsqu'on mène une enquête quantitative, l'échantillon minimum pour qu'elle soit considérée comme « valide » est généralement de 1 000 personnes interrogées... J'en suis très loin... Mais une approche qualitative apporte des avantages que n'a pas une approche quantitative, notamment de pouvoir rentrer dans le détail des réponses des personnes interrogées.

De plus, Chloé est étudiante en cinéma à l'université, signe d'un attrait fort pour le cinéma, dont elle m'a expliqué qu'il venait en partie de son père, qui leur a transmis, à elle et son frère, le goût pour les films classiques. N'est-elle donc pas une jeune « à part » ? Pas forcément, ou du moins elle fait partie d'une catégorie particulière : parmi les jeunes qui vont au cinéma régulièrement, un grand nombre sont passionnés, elle est donc représentative de cette catégorie de spectateurs.

Ce qui m'intéressait aussi, c'est que son frère ne se revendique pas comme cinéphile, il va rarement au cinéma et me permettait donc d'analyser un autre profil de spectateur. Il y a tout de même un biais, car par son éducation familiale, il n'est pas hostile au cinéma de patrimoine et est même curieux de découvrir des films anciens, sans pour autant chercher à en regarder de façon active.

Mais une fois ces limites évoquées, il me semble qu'il était intéressant et important de rencontrer Chloé et Raphaël afin de recueillir leur avis sur le cinéma général et sur le cinéma

<sup>&</sup>lt;sup>171</sup> Leurs noms été changés, pour garantir leur anonymat.

de patrimoine. Beaucoup de leurs réponses confirment les études que j'ai analysées, tout en apportant des pistes de réflexion originales. Leur témoignage me semble donc avoir toute sa place dans ce mémoire, au même titre que pour les autres personnes que j'ai rencontrées.

Après avoir effectué une revue d'ensemble du terrain d'étude et détaillé les différentes étapes de la méthodologie et de la démarche, nous pouvons analyser les retours obtenus du terrain pour répondre à la problématique initiale : comment promouvoir le cinéma de patrimoine auprès des jeunes de 15-25 ans ?

## 2.2. Les stratégies déployées par les professionnels pour promouvoir le cinéma de patrimoine auprès des jeunes de 15-25 ans

Nous abordons à présent une phase centrale du mémoire, basée sur les retours que j'ai obtenus du terrain d'étude, qui seront confrontés à la revue de littérature effectuée au préalable. Dans cette partie, nous allons étudier les différentes stratégies mises en œuvre par les cinémathèques et archives de films, par les distributeurs indépendants, et par les salles commerciales indépendantes pour transmettre le goût du cinéma de patrimoine aux jeunes de 15-25 ans.

Dans les différentes stratégies exposées, il ne s'agira pas d'isoler les pratiques de tel ou tel professionnel, mais au contraire de discerner de grands axes structurants, autour de pratiques partagées par des acteurs divers. Ainsi, autour de certains concepts ou de certaines actions, nous pourrons bénéficier d'approches multiples, illustrées par les exemples recueillis lors d'entretiens et qui pourront être appuyés par des sources secondaires.

Il m'a semblé utile d'adopter une approche transverse, et ce pour deux raisons. La première est que, comme nous l'avons vu dans l'état de l'art, les acteurs du cinéma de patrimoine cumulent souvent différentes activités de la chaîne de valeur cinématographique. Beaucoup d'entre eux ne sont donc pas « seulement » distributeurs ou exploitants (par exemple), ils cumulent plusieurs casquettes et utilisent donc plusieurs techniques pour atteindre le jeune public, il serait alors frustrant et limitant de segmenter les démarches. La deuxième raison de ce choix méthodologique est qu'il me semble qu'il est toujours intéressant pour un praticien de se renseigner sur ce qui se fait dans d'autres domaines avec des enjeux plus ou moins similaires. J'espère donc que les résultats obtenus pourront enrichir les pratiques des lecteurs et des lectrices de ce mémoire.

### 2.2.1. Innover dans la programmation et choisir des films autour de thématiques qui intéressent les jeunes

Le premier axe pour attirer des jeunes de 15-25 ans, que l'on soit une archive de films ou une cinémathèque, un distributeur ou une salle de cinéma, c'est de programmer des films susceptibles de les intéresser. Et de surcroît d'essayer d'innover dans cette programmation, pour éviter de tomber dans les lieux communs qui peuvent décourager un public occasionnel ou au contraire très investi.

Arrivé au Forum des Images en 2016, Fabien Gaffez, actuel Directeur Artistique et Directeur des Programmes, a voulu développer de nouvelles approches de programmation. Cherchant à innover, Fabien Gaffez a essayé de monter des événements co-programmés par des artistes. Il a ainsi organisé une grande rétrospective transdisciplinaire de l'œuvre de Christophe Honoré, artiste célèbre en tant que cinéaste ou scénariste de films, mais qui est également un écrivain, dramaturge et metteur en scène reconnu. Ayant subi les aléas du Covid-19 et des confinements, elle a fini par avoir lieu notamment entre septembre et décembre 2021, sous le nom d'*ABCD Honoré*<sup>172</sup>.

Fabien Gaffez a laissé Christophe Honoré élaborer lui-même certains événements, créés exclusivement pour l'occasion et mêlant différentes disciplines, afin que cette rétrospective constitue un réel geste artistique :

Je donne deux-trois exemple parce qu'il nous mettait un peu au défi, c'était très bien, ce n'était pas juste « je choisis les films ». C'est « j'invente des dispositifs dans les salles ». Ça c'est ce qui me plaisait beaucoup, parce que c'est ce qu'on recherche au Forum des Images, en particulier : comment on peut de nouveau présenter des films, des œuvres, etc. de manière originale. Donc là, lui il a inventé des choses comme « La Séance au Noir », je ne sais plus si on a fini par les appeler comme ça... Mais « La Séance au Noir » c'était on choisit un film et on n'en passe que la bande son. On ne faisait pas que ça, mais c'était le genre d'idées qu'il avait. Mais on l'a fait. Bon, je me suis dit on va choisir un Guitry quand même, pour qu'au moins on puisse s'accrocher à quelque chose. Mais il voulait quelque chose comme ça, une expérience autre pour le spectateur. Ou « La Séance Inachevée », par exemple : on programme un film, on n'avertit pas le public, et 15-20 minutes avant la fin du film on coupe le film et ce sont les acteurs du film qui viennent présenter et raconter la fin. On l'a fait par exemple

 $<sup>^{172}</sup>$  Page de la rétrospective Christophe Honoré :  $\underline{\text{https://www.forumdesimages.fr/les-programmes/abcd-honore}}$ 

avec *Les Roseaux sauvages*. Les acteurs sont venus, en plus il y avait le passage du temps, évidemment, entre 1994 et aujourd'hui. Donc beaucoup de temps avait passé. Il y avait cet effet de vieillissement mais qui était très beau à voir. Plein de choses comme ça. Et l'une des séances les plus belles qu'il nous ait proposées, c'était « Cristal Stendhal », en référence à la cristallisation stendhalienne, le moment où on tombe amoureux d'une œuvre ou d'une personne. Et là il a joué le jeu, c'était de venir sur scène rejouer ce que pourrait être une séance de travail de Christophe Honoré et ses collaborateurs. Mais là il inventé vraiment, enfin il a écrit spécifiquement un projet, donc on verra si un jour ça aboutit. Il y avait donc son producteur qui était là, Philippe Martin, son chef opérateur, Rémi Chevrin, il y avait Chiara Mastroianni, en tant qu'actrice... Et ils découvraient en direct mais en public ce qu'allait être ce projet... Donc il leur raconte, il y a des lectures... Donc ça c'était une séance créée en direct, qui était vraiment passionnante. Et après il y avait 4 mois de programmation, notamment autour de son adolescence, comment il a découvert le cinéma...<sup>173</sup>

Ainsi, avec cet événement autour des œuvres de Christophe Honoré, plusieurs objectifs ont pu être mis en œuvre. Tout d'abord choisir un artiste qui parle aux jeunes générations : à travers son art, Christophe Honoré traite régulièrement de l'homosexualité et des questions de genre, de la jeunesse, de la paternité, de l'art, de la société... Des questions qui préoccupent les jeunes d'aujourd'hui<sup>174</sup>.

Ensuite, cette rétrospective mixait les disciplines artistiques : cinéma récent, cinéma de patrimoine, expositions, spectacle vivant... Une façon de démontrer que l'art n'est pas cloisonné, mais qu'il se nourrit de ses différentes et multiples dimensions. Soit dit en passant, c'est aussi un moyen d'amener d'autres jeunes, davantage férus de théâtre ou de la littérature, au cinéma de patrimoine.

Autre aspect intéressant : cette expérimentation était un moyen d'innover dans la programmation en tant que telle. En laissant les clés à un artiste, pleinement investi dans la démarche et osant pousser l'institution d'accueil dans ses retranchements, mais de manière positive, en l'incitant à créer de nouvelles formes. Ou encore en ne limitant pas une rétrospective au seul aspect cinématographique, mais en osant programmer toute une variété d'expériences, dépassant le strict cadre initial.

<sup>&</sup>lt;sup>173</sup> Entretien avec Fabien Gaffez, réalisé en présentiel le 24 juillet 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>174</sup> Galland, O. & Lazar, M. (2022, février). *Une jeunesse plurielle. Enquête auprès des 18-24 ans.* Institut Montaigne. <a href="https://www.institutmontaigne.org/publications/une-jeunesse-plurielle-enquete-aupres-des-18-24-ans">https://www.institutmontaigne.org/publications/une-jeunesse-plurielle-enquete-aupres-des-18-24-ans</a>

C'est en cela que la programmation peut être considérée comme un art, c'est en tout cas ce qu'affirme Fabien Gaffez, à propos de son expérience avec Christophe Honoré : « c'est quelqu'un que ça va forcément amuser de considérer que la programmation est aussi un art, que c'est un métier et que ça rapproche de la création »<sup>175</sup>.

Sans même parler d'innovation sur la forme, le fond de la programmation reste essentiel, pour attirer du public de manière générale, et les jeunes en particulier. Ainsi, programmer des films de patrimoine autour de thématiques susceptibles d'intéresser les jeunes de 15-25 ans est un axe clé. Pour cela, il convient de s'intéresser aux problématiques auxquelles sont confrontés les jeunes aujourd'hui : l'environnement, les identités de genres, la justice sociale, la politique, l'art et la culture<sup>176</sup>...

C'est ce que m'a confié Samantha Leroy, Responsable de la programmation à la Fondation Jérôme Seydoux-Pathé. Notons au préalable que la particularité de cette institution est de ne diffuser quasiment que des films muets, principalement dans le cadre de cinéconcerts, c'est-à-dire avec de vrais musiciens jouant en « live », le plus souvent au piano, pour accompagner le film projeté. Cette ligne éditoriale, qui vient des attributions de la Fondation, en charge du catalogue de films muets de Pathé, a forcément un impact sur le jeune public, car le cinéma muet est un art plus ancien et plus difficile d'accès. Du moins pour les jeunes de 15-25 ans, car il y a un certain nombre de scolaires, plus jeunes, qui viennent régulièrement à la Fondation, avec l'école ou en famille.

Or, Samantha Leroy me le disait, programmer des films sur des sujets qui intéressent les adolescents et les jeunes adultes est un moyen de les inciter à venir, avec des effets visibles :

On essaye de trouver parfois sur certains cycles, des thématiques qui fonctionnent parce que ça va leur parler, parce que c'est quelque chose qui les concerne. Bon, l'écologie, c'est difficile dans le cinéma muet, par exemple... L'homosexualité, ça, ça les intéresse, ou si on peut montrer un des premiers films qui traitait d'homosexualité. Par exemple, là on va montrer *Différent des autres* de Richard Oswald. Bon, il n'y avait pas d'ados dans la salle. Mais on avait fait un partenariat avec un festival LGBT+, il y a toujours 3 arrondissements, 12, 14 et 13 je crois. Et là, il y avait vraiment un public

<sup>&</sup>lt;sup>175</sup> Entretien avec Fabien Gaffez, *Ibid*.

<sup>&</sup>lt;sup>176</sup> Galland, O. & Lazar, M. (2022, février). *Ibid*.

qui était différent et qui était un public beaucoup plus jeune et beaucoup plus concerné par ces questions-là. Donc, ça, c'est pas mal. Et il y a aussi quelque chose qui marche bien, je m'en suis rendue compte, c'est le cinéma expérimental, parce que ça les questionne, ils ont envie de découvrir ça. Ça, ça fonctionne.<sup>177</sup>

Les jeunes sont effectivement intéressés par les œuvres qui sortent des conventions. Ils sont ainsi également adeptes de cinéma de genre (films d'horreur, science-fiction, fantastique...). Ce qui fait qu'un réalisateur comme John Carpenter, par exemple, cinéaste phare dans ce domaine, est aujourd'hui très apprécié, après avoir été déconsidéré pendant de longues années. Au point de bénéficier de rétrospectives dans des cinémathèques reconnues, comme à l'Institut Lumière début 2023<sup>178</sup>. Mylène Frogé m'a confirmé ce goût des jeunes pour le cinéma de genre. En effet, le cinéma La Tournelle de L'Haÿ-les-Roses, où elle travaille, a programmé en juin un « camp d'été », autour de journées thématiques. Voici un aperçu du public :

Pendant une semaine, chaque journée avait un thème spécifique, et on programmait des films autour de ce thème. ... Au total, on a diffusé 28 films sur la semaine, alors que d'habitude on diffuse 4-5 films par semaine. Initialement, on voulait faire venir un public familial. On a eu quelques surprises : des ados sont venus pour Gremlins, les Griffes de la Nuit ou Shining. Donc on a eu des ados sur la journée films d'horreurs. Cela confirme ce que dit le CNC sur leurs goûts. 179

Un autre thème qui concerne les jeunes : le féminisme et l'égalité femmes-hommes. Ce n'est pas un hasard si la rétrospective Kinuyo Tanaka a eu autant de succès en 2022<sup>180</sup>. Outre qu'elle fut une cinéaste de talent, il faut noter que c'était une femme, qui s'essayait à la réalisation dans une époque et une société passablement machistes. De plus, dans ses films, elle apporte clairement un regard féminin, avec des héroïnes féminines qui se battent et réussissent tant bien que mal à s'en sortir, quand des cinéastes masculins tels que Mizoguchi avaient tendance à dépeindre des personnages féminins totalement accablés par le destin.

Le sujet de la redécouverte des femmes cinéastes, artistes ou techniciennes du cinéma, est pris à bras le corps par un certain nombre d'acteurs du secteur du cinéma de

<sup>&</sup>lt;sup>177</sup> Entretien avec Samantha Leroy, réalisé en présentiel le 21 juin 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>178</sup> Page de la rétrospective : <a href="https://www.institut-lumiere.org/actualit%C3%A9s/john-carpenter.html">https://www.institut-lumiere.org/actualit%C3%A9s/john-carpenter.html</a>

<sup>179</sup> Entretien avec Mylène Frogé, réalisé par téléphone le 1er août 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>180</sup> Beauchet, S. (2022, 7 novembre). Coffret Kinuyo Tanaka - réalisatrice de l'âge d'or du cinéma japonais. *DVDClassik*. <a href="https://www.dvdclassik.com/test/blu-ray-coffret-kinuyo-tanaka-realisatrice-de-lage-d-or-du-cinema-japonais-carlotta-films">https://www.dvdclassik.com/test/blu-ray-coffret-kinuyo-tanaka-realisatrice-de-lage-d-or-du-cinema-japonais-carlotta-films</a>.

patrimoine. Le Festival Lumière, par exemple, a créé une section dédiée à l'Histoire permanente des femmes cinéastes<sup>181</sup>, dans laquelle s'inscrivent des séances et des rétrospectives annuelles, visant à redécouvrir, voire réhabiliter, des réalisatrices.

J'en parlais plus haut, un certain nombre de créatrices et créateurs de contenus audiovisuels se sont également emparés de ce sujet. J'avais déjà évoqué le podcast *Silence!* Elles tournent<sup>182</sup> de Revus & Corrigés, animé par Esther Brejon, et je n'hésite pas à le mentionner de nouveau, tant il s'agit d'une émission de grande qualité, qui permet aux auditrices et auditeurs de découvrir ou redécouvrir des femmes cinéastes oubliées. Il s'agit, là encore, d'un moyen de faire connaître le cinéma de patrimoine, en l'occurrence un cinéma davantage féminin et féministe, aux jeunes d'aujourd'hui (sachant que les jeunes de 18-24 ans sont la tranche d'âge qui écoute le plus des contenus audios sur Internet, pour 40% d'entre eux<sup>183</sup>).

C'est d'ailleurs tout sauf un hasard si des films de patrimoine féministes ont eu un grand succès lors de leur ressortie. Ce fut le cas de *Les Petites Marguerites* de Věra Chytilová (1966), ressorti par Malavida Films en 2022, dont me parlait Anne-Laure Brénéol, cofondatrice, Directrice Artistique et Directrice Pôle Cinéma de Malavida :

Il y a des choses d'air du temps, de moments. Quand on a ressorti *Les Petites Marguerites*, de Věra Chytilová, fin août 2022, ça a été un énorme succès. Il y avait plein de gens. Enfin énorme, entre guillemets, toutes proportions gardées. Mais quand même, le film a vraiment fait un événement, dont on a beaucoup parlé. Beaucoup de jeunes gens l'ont découvert, en ont parlé, il y a eu beaucoup de réactions sur les réseaux sociaux. Donc nous on était ravis, parce que c'est quand même un film d'une cinéaste tchèque, qui était quand même complètement oubliée. On ne peut pas dire qu'elle n'était pas connue, Věra Chytilová, puisqu'elle a fait partie de ce courant, mais d'hommes, où elle était quand même la seule femme, avec Ester Krumbachová, à vraiment exister, au milieu de tous ces garçons brillantissimes. Mais il y avait aussi des femmes. Et la première fois qu'on a sorti *Les Petites Marguerites*, je crois que c'était en 2014, en salles. C'est un film qu'on adore et qu'on a au catalogue depuis que ça a été possible. Et qu'on restaure, re-restaure, accompagne, ressort, réédite, etc. Et là,

<sup>&</sup>lt;sup>181</sup> Page de la section : <a href="https://www.festival-lumiere.org/archives/histoire-permanente-des-femmes-cineastes.html">https://www.festival-lumiere.org/archives/histoire-permanente-des-femmes-cineastes.html</a>

Brejon, E. (Animatrice). (2020-présent). Silence ! Elles tournent [Podcast]. Revus & Corrigés & Mouvement Up. <a href="https://revusetcorriges.com/audio-video-reco/podcasts/silence-elles-tournent-2/">https://revusetcorriges.com/audio-video-reco/podcasts/silence-elles-tournent-2/</a>
 CRÉDOC. (2023, janvier). Baromètre du numérique édition 2022. <a href="https://www.credoc.fr/publications/barometre-du-numerique-edition-2023-rapport">https://www.credoc.fr/publications/barometre-du-numerique-edition-2023-rapport</a>

c'est le moment où ça a fonctionné. Alors qu'on l'avait déjà ressorti 8 ans avant. Et il y avait eu un écho critique, il y avait quand même eu des gens, évidemment, qui l'avaient découvert, etc. Mais pas l'engouement, au sens vraiment, oui un truc d'air du temps, où on a vu des jeunes femmes qui portaient les tote bags [à l'effigie des Petites Marguerites] dans la rue. Et c'est super agréable. Après, ça fait plutôt plaisir que celui-là il ait monté l'étagère des chefs-d'œuvre. Il a monté quelques planches, dans la tête de beaucoup de gens, et ça c'est chouette. C'est vraiment pour ça qu'on se bat.<sup>184</sup>

Un autre film, plus récemment, a lui aussi bénéficié d'un grand succès lors de sa ressortie, alors que des années auparavant il était resté plutôt dans l'ombre, malgré une certaine renommée. Il s'agit de *Jeanne Dielman, 23 quai du commerce, 1080 Bruxelles*, réalisé par Chantal Akerman (1976), et dont le rôle principal inoubliable fut interprété par l'actrice féministe Delphine Seyrig. Ressorti en 2023 par Capricci Films, le long métrage de Chantal Akerman, malgré sa durée de plus de 3 heures et son style quelque peu austère, a attiré un grand nombre de jeunes, notamment par son aspect féministe et car la revue britannique Sight and Sound l'a élu meilleur film de tous les temps en 2022<sup>185</sup>. Loris Dru-Lumbroso, Chargé de distribution et Chargé de communication et des partenariats chez Capricci Films, est revenu sur cette belle réussite :

On a de la chance, on a des films qui ne sont pas censés être porteurs ... et qui le deviennent. Et là, nous, c'était le cas en avril dernier avec *Jeanne Dielman*. Où on a eu le petit coup de pouce du top Sight and Sound, qui en a fait le meilleur film de tous les temps. Et là d'un coup, Chantal Akerman est revenue sur le devant de la scène. Ce film, dont plus personne ne parlait il y a 3-4 ans, est redevenu une sorte de film culte, qu'il fallait absolument voir, parce que c'était important pour l'histoire du cinéma, l'histoire du féminisme et l'histoire du féminisme au cinéma. Il y avait toute cette actualité folle autour de Delphine Seyrig, la ressortie de *Sois belle et tais-toi* [film réalisé par Delphine Seyrig] chez Splendor Films; nous on a édité le film de Jean-Marc Lalanne sur Delphine Seyrig... Et donc parfois, effectivement, quand les astres s'alignent, on arrive à ressortir des films de patrimoine. Là, *Jeanne Dielman*, on est quasiment à 15 000 entrées [fin juin 2023]. Ce qui, pour du patrimoine, est énorme. 186

Ainsi, choisir des films qui parlent aux jeunes, c'est choisir des thématiques qui les concernent encore de nos jours. Mais c'est aussi mettre en valeur des récits singuliers, qui

<sup>&</sup>lt;sup>184</sup> Entretien avec Anne-Laure Brénéol-Ithurralde, réalisé en visioconférence (Teams) le 24 juillet 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>185</sup> Classement Sight and Sound 2022: <a href="https://www.bfi.org.uk/sight-and-sound/greatest-films-all-time">https://www.bfi.org.uk/sight-and-sound/greatest-films-all-time</a>

<sup>&</sup>lt;sup>186</sup> Entretien avec Loris Dru-Lumbroso, réalisé en présentiel le 28 juin 2023.

s'avèrent intemporels et toujours d'actualité aujourd'hui. Il s'agit donc d'un autre axe de promotion des films de patrimoine, complémentaire, que nous allons voir à présent.

### 2.2.2. Mettre en avant des histoires et des récits qui parlent aux jeunes d'aujourd'hui

Pour cette stratégie, je vais m'appuyer sur le témoignage de Chloé (20 ans) et Raphaël (17 ans), qui rejoint l'axe précédent, consistant à choisir des films aux thématiques susceptibles d'intéresser les jeunes. Ils m'ont tous deux fait part de l'importance que revêt pour eux en particulier l'histoire du film, peu importe sa date de réalisation, et avant qu'on parle de réalisateur ou réalisatrice, ou encore d'acteurs ou d'actrices :

Adrien: Qu'est-ce qui vous donne envie d'aller voir tel ou tel film (bande annonce, nom du réalisateur ou de la réalisatrice, noms d'acteurs ou actrices, bouche-à-oreille...)?

Chloé: Moi ce serait plus... Il y a le nom du réalisateur... Disons qu'il y a certains réalisateurs pour lesquels quand c'est leur film, ça me donne envie d'y aller. C'est pas le principal truc, le principal truc c'est juste l'histoire, je pense. Je regarde ce qu'il y a, et en fonction – du coup ça va être les affiches en premier lieu et les titres – mais pour après me donner envie de lire le synopsis. Et du coup ça va surtout être l'histoire, c'est presque exclusivement ça.<sup>187</sup>

Pour eux, si l'on veut promouvoir un film, et notamment un film de patrimoine, auprès des jeunes de 15-25 ans, il faut avant tout insister sur l'histoire du film, à la fois en la mettant en valeur, en utilisant les codes les plus récents de la communication physique et digitale, et en montrant en quoi cette histoire est toujours, voire encore plus intéressante aujourd'hui, pour des jeunes de leur âge :

Adrien : Qu'est-ce qui pourrait vous inciter à voir un film de patrimoine ? Et plus largement, selon vous qu'est-ce qui peut inciter les jeunes de 15-25 ans (lycéens et étudiants) à voir des films patrimoine ?

Raphaël: Si on me vend bien l'histoire, et je pense que c'est la même chose pour les jeunes de mon âge. Si on me vend bien l'histoire, ça peut donner envie de le regarder et de s'y intéresser.

Chloé: Mais si qui le vend bien? Si des gens que tu connais le vendent bien? Ou si tu vois une pub?

\_\_\_

<sup>187</sup> Entretien avec Chloé et Raphaël, réalisé en présentiel le 8 août 2023.

Raphaël: Peu importe, tant que c'est bien fait, tant que ça met bien en avant le film, ça peut donner envie de le regarder.

Adrien: Tu disais que le bouche à oreille c'est important pour toi, est-ce que ça a plus d'impact si ce sont des jeunes de ton âge qui te recommandent un film, par rapport à une pub que tu verrais, ou une bande annonce, etc.? Ou est-ce que les deux pourraient être susceptibles de t'intéresser?

Raphaël: Je pense que les deux sont susceptibles de m'intéresser. Mais c'est vrai que, quand même, si c'est des amis qui m'en parlent ou des membres de ma famille, ça peut avoir un peu plus d'impact.

Adrien: Et pour toi, Chloé?

Chloé: Pour les jeunes, pour les gens de nos âges, je pense que ce serait la communication et l'accessibilité. Parce qu'en soit, le plus compliqué c'est que les films anciens, pour les voir il faut faire des efforts, tu ne peux pas juste aller au cinéma, t'asseoir et hop ça se lance. Il faut que tu ailles le chercher, soit dans les plateformes, ce genre de choses... Donc je pense que si c'était facilement accessible, et que surtout — mais ça c'est le cas pour tous les films — il y a une communication plus universelle... Parce qu'aujourd'hui les trucs de communication, c'est très marketing et très fort. Du coup je trouve que ça fait difficilement le poids en face, s'il y a juste des institutions qui en parlent. Parce que ça veut dire que c'est un public déjà averti qui va se sentir concerné. Alors que potentiellement, si tu fais des trucs de communication un peu plus poussés et modernes, sur un film, ça peut ramener un public plus jeune. Genre si c'étaient des vraies campagnes, mais ça demanderait de sélectionner. J'imagine que la communication c'est ce qui ramène un public plus général au cinéma, donc ça pourrait marcher aussi, forcément, pour les films anciens.

Adrien: Donc ce que tu dis, c'est que pour les films récents il y a beaucoup de communication, mais par contre pour les films de patrimoine, c'est plus discret, enfin il n'y a pas assez de communication?

Chloé: Oui c'est ça. Ce ne sont pas les mêmes codes. Comme ça ne va pas rapporter autant d'argent, je pense, il y a moins de moyens déployés. Alors que sur les réseaux sociaux, ou même en termes d'affiches, ce genre de trucs, je pense qu'il y a des trucs un peu forts visuellement qui pourraient capter la curiosité sur certains films, qui ont des histoires qui peuvent capter les gens, mais qui sont un peu occultés par d'autres films plus récents. Justement, je pense que ça pourrait ouvrir davantage le public si c'était moins présenté comme des films anciens et plus comme des films actuels, au même titre que les films récents. Parce que je pense que dans la tête de pas mal de gens il y a quand même une distinction entre vieux films récents, alors qu'en

réalité les histoires elles se valent, généralement. Et il y a plein de films anciens qui sont aussi accessibles que les films récents. 188

Nous allons voir plus loin que les professionnels du cinéma de patrimoine ont bien compris tout l'intérêt et toute la pertinence de communiquer autour des ressorties de films anciens comme s'ils étaient des films récents. Mais évoquons d'abord un autre aspect lié au choix des films promus et à la façon de les mettre en avant, avec une approche plus transverse.

2.2.3. Ne pas hésiter à adopter une approche transdisciplinaire et partir de références culturelles qui parlent aux jeunes pour leur faire découvrir des films moins faciles d'accès

Nous avons pu le voir lors de la revue de littérature, notamment quant aux pratiques culturelles des jeunes : ils sont coutumiers de la transdisciplinarité, notamment autour de tout ce qui a trait au numérique. L'exemple notable est celui du jeu vidéo : tout ce qui y a trait, directement ou indirectement, est susceptible de les intéresser. Le récent triomphe mondial du film *Super Mario Bros.* d'Aaron Horvath et Michael Jelenic (2023), tiré du jeu vidéo éponyme, en est l'un des nombreux exemples : il fait partie des 20 plus grands succès de tous les temps au box-office mondial<sup>189</sup>.

Il en va de même pour les liens entre cinéma et bande dessinée : ce n'est pas un hasard si les films de super-héros Marvel, adaptés des Comic Books américains, remportent autant de succès, notamment auprès des jeunes de 15-25 ans<sup>190</sup>.

Plus largement, tout ce qui relève de la « pop culture » a tendance à fasciner les jeunes, et est un moyen de les amener vers du cinéma de patrimoine plus « pointu ». C'est l'approche mise en place de plus en plus par le Forum des Images dans sa programmation :

J'ai apporté un changement de cap de la programmation, qui va plus dans le sens de ce qu'on appelle la « pop culture ». En intégrant notamment depuis un an le jeu vidéo, les nouvelles images et la bande dessinée au cinéma. En faisant communiquer les

<sup>189</sup> Jacob, R. (2023, 30 mai). «Super Mario Bros» est entré dans le top 20 des plus gros succès mondiaux au box-office. *Europe 1*. <a href="https://www.europe1.fr/culture/super-mario-bros-est-entre-dans-le-top-20-des-plus-gros-succes-mondiaux-au-box-office-4185855">https://www.europe1.fr/culture/super-mario-bros-est-entre-dans-le-top-20-des-plus-gros-succes-mondiaux-au-box-office-4185855</a>

<sup>&</sup>lt;sup>188</sup> Entretien avec Chloé et Raphaël, réalisé en présentiel le 8 août 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>190</sup> Bordes, P. (2023, 4 juin). Blockbuster: les secrets pour transformer un comic book en super-production. *Ça m'intéresse*. <a href="https://www.caminteresse.fr/culture/blockbuster-les-secrets-pour-transformer-un-comic-book-en-super-production-11188734/">https://www.caminteresse.fr/culture/blockbuster-les-secrets-pour-transformer-un-comic-book-en-super-production-11188734/</a>

images, les récits, avec le cinéma, qui reste évidemment la part prépondérante de notre programmation.<sup>191</sup>

La récente rétrospective du Forum des Images consacrée à la ville de Los Angeles (*Portrait de Los Angeles* 192) a été l'occasion de projeter des films de patrimoine très ancrés dans la « pop culture », tels que *Blade Runner* de Ridley Scott (1982), *The Big Lebowski* des Frères Coen (1998) ou *Mulholland Drive* de David Lynch (2001). Mais également de montrer des films de patrimoine plus anciens, tels que *Le Grand Sommeil* d'Howard Hawks (1946), *Boulevard du Crépuscule* de Billy Wilder (1950) ou encore le cultissime *Chantons sous la pluie* de Stanley Donen et Gene Kelly (1952). Une programmation qui a remporté un grand succès :

En pleines émeutes [fin juin 2023], la salle de 500 places était pleine. On programmait *Blade Runner* ... La plupart des gens n'avaient pas forcément vu *Blade Runner*, et encore moins en salle. Et ça, ça prend. Là c'est un classique, *Blade Runner*, enfin ça reste du patrimoine. On en est même arrivé à parler de toutes les versions du film. Et pour la première fois, deux jeunes femmes sont venues me dire « c'est quelle version qui passe ? Nous on aimerait voir la version de 1982 » : la fameuse qui est décriée, avec la voix-off, etc. Parce qu'elles me disent « on entend parler de cette version tout le temps, mais on ne peut plus la voir ». Ce que je veux dire, c'est que ça crée des choses comme ça.<sup>193</sup>

Toujours au Forum des Images, dernièrement, Fabien Gaffez et son équipe ont monté une rétrospective et une exposition transdisciplinaire autour de l'artiste japonais Yukio Mishima<sup>194</sup>, mêlant cinéma, bande dessinée, jeu vidéo et nouvelles images, comme le veut la nouvelle ligne éditoriale de l'institution. Une autre façon, tout comme la rétrospective sur et avec Christophe Honoré, de croiser les expressions artistiques et d'attirer un public plus jeune :

J'étais très content de ce programme, qui a duré 4 mois. Et de travailler sur une figure forte, une œuvre en tout cas. Et qu'on explore, comme une exposition moderne et qu'on essaie d'épuiser tout ça, à travers plusieurs arts différents. Et là en plus, il y avait aussi la danse, la littérature évidemment, le théâtre. C'est là qu'on a découvert toute une communauté, presque secrète, de lecteurs et lectrices de Mishima. Ça a cartonné,

<sup>&</sup>lt;sup>191</sup> Entretien avec Fabien Gaffez, réalisé en présentiel le 24 juillet 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>192</sup> Page de la rétrospective : <a href="https://www.forumdesimages.fr/les-programmes/portrait-de-los-angeles">https://www.forumdesimages.fr/les-programmes/portrait-de-los-angeles</a>

<sup>193</sup> Entretien avec Fabien Gaffez, Ibid.

<sup>&</sup>lt;sup>194</sup> Page de la rétrospective Mishima : <a href="https://www.forumdesimages.fr/les-programmes/le-japon-mishima-et-moi">https://www.forumdesimages.fr/les-programmes/le-japon-mishima-et-moi</a>

c'était très bien. ... Je me suis dit il y a tellement de choses à déployer autour de cette figure, même politiquement très compliquée. ... Et ça n'a pas manqué, ça a été un beau succès. 195

L'idée principale, qui revient dans les deux précédentes stratégies et dans celle-ci, est de partir de références communes ou connues des adolescents et des jeunes adultes, pour leur faire ensuite découvrir des films de patrimoines qui ont influencé des films contemporains ou d'autres domaines culturels récemment. Jean-Baptiste Viaud, Délégué Général de LaCinetek, plateforme de streaming vidéo de référence dans le domaine du cinéma de patrimoine, confirme qu'il s'agit d'une stratégie pertinente auprès des jeunes :

Il faut leur montrer que ça renvoie à des choses qu'ils connaissent aujourd'hui, que ce qu'ils aiment aujourd'hui dans le cinéma vient bien souvent d'expériences passées, de films qui ont préexisté. Moi je me souviens, à titre personnel, que quand j'avais une vingtaine d'années, j'ai découvert *Les Chansons d'amour* de Christophe Honoré en salles. Je l'avais trouvé formidable et je n'avais pas vu à l'époque *Les Parapluies de Cherbourg*. Et quand j'ai vu *Les Parapluies de Cherbourg* et d'autres films de Jacques Demy, j'ai compris plein de choses des *Chansons d'amour*. Donc par exemple faire ces liens-là c'est intéressant. Montrer que le cinéma de patrimoine ce n'est pas du tout que des films en noir et blanc ou du cinéma muet, ou des choses du passé très poussiéreuses. Mais qu'au contraire, il y a un nombre de films incroyables qui sont d'une formidable modernité, qui résonnent toujours beaucoup aujourd'hui. Je dirais que l'enjeu, c'est de communiquer à leur façon autour des films, et de communiquer sur les films, pour leur montrer qu'il y a un intérêt encore aujourd'hui à voir ces films, qu'il ne s'agit pas de choses qui leur sont inaccessibles. Si ça leur est étranger, en tout cas ça peut les intéresser. Et ça il faut les en convaincre. 196

Cela ne veut pas dire qu'il faille uniquement proposer aux jeunes des films relevant de la « pop culture » ou l'ayant influencée, sous peine de se couper de tout un pan du cinéma de patrimoine. Mais un équilibre peut être trouvé... Sous peine de verser dans l'excès inverse, d'après Loris Dru-Lumbroso, de Capricci Films, qui est aussi rédacteur chez Revus & Corrigés :

<sup>&</sup>lt;sup>195</sup> Entretien avec Fabien Gaffez, *Ibid*.

<sup>&</sup>lt;sup>196</sup> Entretien avec Jean-Baptiste Viaud, réalisé en visioconférence (Teams) le 19 juillet 2023.

Pour moi, le principal enjeu du cinéma de patrimoine... C'est quelque chose dont je me suis rendu compte via Revus & Corrigés, notamment en interviewant beaucoup de gens qu'on appelle des « passeurs ». Ça va de Jean-Baptiste Thoret à Jean-Pierre Dionnet, en passant par Jean Douchet ou Pierre Rissient... Ce sont des gens, quand on les interviewait pour Revus & Corrigés, qui nous disaient tous la même chose. Avec des termes différents, mais le fond du problème selon eux, c'est que ce qu'on appelle la « pop culture », selon eux a « gagné ». Que tout le cinéma grand public – à la fois le cinéma grand public et à la fois le cinéma méprisé des 40 dernières années, enfin depuis les années 1980 – est devenu majoritaire, mais de manière écrasante. Et qu'aujourd'hui, ce qui importait vraiment, c'était de faire redécouvrir les classiques. Et que, aujourd'hui, et ce qui est vrai, moi je l'ai vu à la fac, entre un mémoire sur John Carpenter, un mémoire sur Dario Argento, et un autre, évidemment, sur Spielberg ou David Lynch, plus personne ne travaillait sur Murnau, sur John Ford, etc. Et qu'on avait tendance à oublier les classiques... Et donc nous, à Revus & Corrigés, on s'efforçait, justement, de revenir aux bases, vraiment aux bases de la cinéphilie, de la cinéphilie classique, dans le bon sens du terme. Pas les académiques, vraiment les classiques. On essayait de revenir à ce cinéma classique. Et on se rendait compte que c'était devenu un vrai combat. On pensait qu'aujourd'hui il était admis pour tout le monde qu'il y avait ces grands maitres-là, et que c'était établi... En fait non, il fallait mettre en œuvre une sorte de nouvelle pédagogie autour de ces auteurs. On se rendait compte qu'il y avait 2-3 arbres qui cachaient la forêt, notamment Hitchcock et compagnie. Mais que les grands auteurs classiques avaient tendance à disparaitre de l'histoire du cinéma telle qu'on la raconte aujourd'hui. Et que c'était forcément lié au marché du cinéma de patrimoine. Parce que, comme je le disais, chez Revus & Corrigés, nous on suivait avant tout l'actualité des éditeurs, des distributeurs, des restaurations. Et qu'aujourd'hui on peut avoir, sur ces 10 dernières années, un film comme Suspiria de Dario Argento, qui a été restauré 4 ou 5 fois. Alors qu'il y a des films... On sait que 80% des films muets pré-1920 ont disparu, etc. Et qu'au-delà de ça, il y avait quand même une difficulté à rendre ces films accessibles, à rendre ces films attirants, et surtout pour un jeune public. Nous, en tant que revue, avec Revus & Corrigés, quand on faisait une couverture sur Orson Welles, sur Z de Costa-Gavras, The Swimmer de Frank Perry, ou même Jean-Luc Godard, qui déroule comme ça sa pellicule, ou le film de Sam Peckinpah La Horde Sauvage, en fait on ne pouvait rien faire. Parce qu'à côté, il y a d'autres magazines, du type de Rockyrama, qui allaient faire une couverture sur Spielberg, une couverture sur Sergio Leone... Et en fait voilà, tous ces auteurs qui sont rentrés dans ce qu'on appelle la « pop culture » ont vraiment écrasé, selon moi, le reste de l'histoire du cinéma. Et donc aujourd'hui, s'il y a une sorte de combat à mener,

c'est justement de pouvoir faire revivre ces classiques. Et je pense que tous les distributeurs indépendants qui sont un peu actifs sur le marché – je pense à Carlotta, aux Acacias, à Potemkine... – on travaille tous à faire ça. C'est-à-dire que récemment, Potemkine a ressorti *Rashômon* d'Akira Kurosawa, Les Acacias ont ressorti La *Règle du Jeu* de Jean Renoir, Carlotta ont fait *Remorques* de Jean Grémillon... <sup>197</sup>

Ainsi, recourir à la « pop culture » pour intéresser les jeunes au cinéma de patrimoine peut être une stratégie intéressante. Mais elle ne doit pas devenir une fin en soi, et masquer ou faire oublier tout le reste du cinéma de patrimoine, qui peut être moins facile d'accès.

#### 2.2.4. Evénementialiser les ressorties de films de patrimoine

Autre axe, complémentaire, et inhérent à toute sortie de film, qu'il s'agisse d'un film actuel ou d'un film de patrimoine : « l'événementialisation » de sa sortie. C'est-à-dire communiquer fortement à cette occasion, par divers moyens : médias traditionnels (télévision, radio, presse écrite...), Internet et réseaux sociaux, partenariats... Mais aussi faire venir des intervenants lors d'une avant-première ou d'une séance d'un film de patrimoine qui ressort en salle : des membres de l'équipe du film, des chercheurs, des journalistes... Et pourquoi pas recourir à des influenceurs plébiscités par les jeunes, mais nous détaillerons ce point plus loin.

Rappelons que le grand reproche qui est fait à Netflix est de limiter « l'événementialisation » des films qui sortent sur sa plateforme, conduisant à une visibilité restreinte des films qui s'y trouvent et à une moindre valorisation de ceux-ci par rapport au traditionnel circuit de sortie propre à la chronologie des médias (salles de cinéma, puis DVD/Blu-ray, puis VOD. puis télévision). C'est donc que cette notion « d'événementialisation » est particulièrement importante. Cela n'est d'ailleurs pas un hasard si les festivals sont clés dans l'économie du cinéma, et même du cinéma de patrimoine, qui a vu naître des festivals dédiés et des sections « Classics » dans tous les grands festivals du monde (Cannes, Venise, Berlin...), comme nous l'avons vu plus haut. Cela permet de générer et d'accroître la désirabilité autour de la sortie de ces films restaurés, comme il en va des nouveaux films.

Aujourd'hui, la quasi-totalité des distributeurs de patrimoine « événementialisent » la ressortie de leurs films. Mais si l'on revient un peu en arrière et qu'on retrace la mise en œuvre de ce type de dispositif, il s'avère que c'est la société Carlotta Films qui a été l'une des toutes

<sup>&</sup>lt;sup>197</sup> Entretien avec Loris Dru-Lumbroso, réalisé en présentiel le 28 juin 2023.

premières à ressortir des films de patrimoine comme s'il s'agissait d'un nouveau film. Les autres distributeurs du secteur le reconnaissent d'ailleurs volontiers, comme me l'indiquait Anne-Laure Brénéol-Ithurralde, de Malavida Films :

On travaille les films comme des films récents. Tous. Je pense que c'est Carlotta qui a fait ça le tout premier, il y a un moment. Mais c'est vraiment ça qui fait que ça fonctionne aussi bien, je pense. Et c'est ça qui fait que le travail est aussi intéressant. Parce qu'il y a une vraie dimension créative et artistique dans le fait d'accompagner un film et de recréer une affiche, refaire un film annonce, chercher comment on va donner envie aux gens d'aller voir un film bulgare absolument inconnu, d'une cinéaste dont ils n'ont jamais entendu parler... C'est vachement intéressant, c'est quand même un sacré défi. Et c'est vrai que ça fait partie des choses qui sont très agréables à faire aussi. Comment arriver à partager et comment arriver à faire en sorte que ça se sache, et que les gens viennent. Après, ils partagent d'eux-mêmes. 198

Une méthode qui a fait ses preuves, qui renouvelle la communication autour de ces films anciens, et par la même occasion qui permet de faire preuve de créativité, comme le montrait déjà Thomas Gaunet-Ascione dans son mémoire de master, à la Fémis, en 2020 :

Les graphistes peuvent proposer un nouveau *artwork* pour mettre en avant le film. Cet anglicisme désigne le matériel graphique et le travail d'illustration pour mettre en valeur le produit culturel. StudioCanal avec la collection *Make My Day* a proposé une série de nouvelles affiches pour mettre en avant leurs films. C'est ce que fait aussi Carlotta, en traitant les sorties de leurs films de patrimoine comme s'ils étaient récents : nouvelle affiche, nouvelle bande annonce. En créant une charte graphique pour sa collection, StudioCanal suscite un nouveau désir pour ses films, en apposant sur eux un regard moderne. Retravailler les affiches, les rendant plus vives, visuelles, contemporaines, tirent les films de leur carcan de « vieux films »<sup>199</sup>. Il est possible d'avoir recourt à des graphistes connus de l'industrie cinématographique ou au contraire d'horizons très différents, pour avoir des angles de création plus originaux.<sup>200</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>198</sup> Entretien avec Anne-Laure Brénéol-Ithurralde, réalisé en visioconférence (Teams) le 24 juillet 2023. <sup>199</sup> Trepos, A. (2019). *Recréer de la valeur autour des films de catalogue*. [Thèse professionnelle non publiée, HEC].

<sup>&</sup>lt;sup>200</sup> Gaunet-Ascione, T. (2020). Lancement d'une plateforme VàDA en France, quelles places se réservent le film de patrimoine et la VàDA ? [Mémoire de master, La Fémis]. Femis.fr. <a href="https://www.femis.fr/IMG/pdf/exploitation\_gaunet-">https://www.femis.fr/IMG/pdf/exploitation\_gaunet-</a>

ascione thomas memoire lancement d une plateforme svod en france.pdf

En 2022, la ressortie en salles du mythique film *La Maman et la Putain* de Jean Eustache (1973), invisible pendant des décennies pour des raisons liées aux ayants droit, a été un grand succès pour son distributeur, la société Les Films du Losange. Pauline de Raymond, Responsable de programmation à la Cinémathèque Française et à la Direction du festival Toute la mémoire du monde, revient sur la stratégie « d'événementialisation » mise en œuvre par Les Films du Losange à cette occasion :

Pour la distribution, si on pense à *La Maman et la Putain*, j'ai l'impression qu'il y avait eu un excellent plan marketing. Évidemment le film est mythique, mais ils ne l'ont pas sorti « sec » comme ça. Ils ont fait toute une espèce de montée en puissance, comme une mise en scène de la ressortie, via un marketing qui était un peu nouveau. Ils ont fait le choix de faire pas mal d'interventions sur les réseaux sociaux, en allant prendre des images de lieux liés au film dans Paris. Ce qui était assez malin. Ils ont trouvé une forme d'actualisation marketing du film.<sup>201</sup>

« Evénementialiser » la ressortie d'un film, c'est également proposer des séances spéciales en salles de cinéma, avec des intervenants : membres de l'équipe du film, universitaires, journalistes, critiques, etc. Une formule qui fonctionne bien et qui attire le public, y compris les jeunes.

Ainsi, Dulac Cinémas est une société d'exploitation qui a construit une véritable saison culturelle, depuis septembre 2022, sous le nom de *Kaléidoscope*<sup>202</sup>. Cette saison déploie tout un ensemble d'événements culturels sur un an, loin de se cantonner au seul domaine cinématographique. Il faut dire que Dulac Cinémas peut compter sur son réseau de 5 cinémas à Paris, ce qui permet à cette société de varier les événements d'une salle et d'un moment à l'autre :

Avec cette stratégie « d'événementialisation », on touche un public qui ne viendrait pas principalement dans nos salles, mais marqué par tout ce que l'on peut faire. L'idée, c'est de le fidéliser. Leur montrer que le ciné indépendant c'est cool, que nos salles sont cools, qu'on fait plein de choses... Et généralement, nos spectateurs reviennent. D'une part, sur nos rendez-vous pour lesquels ils sont venus régulièrement, je parle

<sup>&</sup>lt;sup>201</sup> Entretien avec Pauline de Raymond, réalisé en présentiel le 26 juillet 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>202</sup> Site de Dulac Cinémas : <a href="http://www.dulaccinemas.com/portail/article/132553/maison-dulac-cinemasaison-culturelle-2022-2023-quot-kaleidoscope-quot">http://www.dulaccinemas.com/portail/article/132553/maison-dulac-cinemasaison-culturelle-2022-2023-quot-kaleidoscope-quot</a>

de Hurlequin par exemple [nouveau ciné-club de films de genre, proposé au cinéma L'Arlequin, qui fait partie de Dulac Cinémas].<sup>203</sup>

L'importance de ces séances dites « accompagnées » est telle que des associations sectorielles majeures, comme l'ADRC, financent des interventions en salles, notamment pour des cinémas moins dotés financièrement, en régions, comme me le disait Rodolphe Lerambert, Responsable du Département Patrimoine à l'ADRC :

Sur les animations ... Le premier cas le plus courant – ça c'est valable sur l'ensemble des films sur lesquels on travaille et des animations – c'est la prise en charge des frais de déplacement des intervenants. On essaie d'avoir des intervenants qui sont répartis sur l'ensemble du territoire, pour mettre en relation les salles avec les professionnels de leur région. Mais parfois ça n'est pas toujours le cas, donc ce sont souvent aussi des gens qui viennent d'autres régions, voire de Paris. Et donc on prend en charge ces frais de déplacement. Ça c'est le premier point et c'est la première action, qui est valable sur l'ensemble des propositions. Après, on est plus volontaire sur certaines actions où on est en mesure de financer, ou de co-financer avec des partenaires, des actions, en prenant en charge à la fois la rémunération des intervenants, mais aussi leurs frais de déplacement. Et ça, ça se met en place, évidemment selon le budget qui nous est alloué chaque année. Mais aussi selon les partenariats. C'est pour ça que i'insistais sur la mise en réseau et les partenariats, puisque ces partenariats vont aussi permettre de créer des actions d'accompagnement et de mutualiser d'une certaine façon, avec nos partenaires. Donc ce sont aussi des propositions qui sont super importantes dans nos actions.<sup>204</sup>

Un de ses collègues, Adrien Soustre, du Département Diffusion de l'ADRC, confirme l'importance – et le succès – de ces séances, dans une interview sur Internet, en l'occurrence pour des films récents (mais cela vaut tout autant pour les films de patrimoine) :

Des salles voient arriver des personnes inconnues, ou qu'elles voient rarement. La présence d'un intervenant, même sur un film art et essai, fait venir un public qui n'est pas captif. Par exemple des jeunes sur *Joyland* [film de 2022]. C'est une vraie plusvalue pour la salle et les films. Les intervenants rencontrent des publics divers et

<sup>&</sup>lt;sup>203</sup> Entretien avec Matthieu de Faucal, réalisé par téléphone le 20 juillet 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>204</sup> Entretien avec Rodolphe Lerambert, réalisé en visioconférence (Teams) le 10 juillet 2023.

constatent que la cinéphilie existe partout et que les échanges sont parfois très riches, dans des cinémas ruraux, ou itinérants, y compris avec des films difficiles.<sup>205</sup>

« Evénementialiser » des séances en salle de cinéma peut passer par des interventions plus « classiques » comme on l'a vu. Mais aussi par des animations innovantes ou proche des pratiques des jeunes dans d'autres domaines.

C'est la piste suivie par les Cinémas Indépendants Parisiens, notamment avec leur Breakfast Club (But At Night...!)<sup>206</sup>, un ciné-club par et pour les jeunes de 15-25 ans, monté dans le cadre de l'appel à projet du CNC pour les jeunes de cet âge. Pour chaque séance des cycles de films qu'ils projettent, les étudiants qui font partie de ce ciné-club choisissent et organisent une animation, dont certaines sont originales et sortent de l'ordinaire. En deux ans et autant de saisons, leur programmation a été très riche, comme me l'a indiqué Pauline Vallet, Chargée des projets LABO 15-25 et du Tarif social aux Cinémas Indépendants Parisiens :

Sur la saison 1, on avait fait une ambiance « Prom Night » [pour la projection du film Clueless]. Pour Shaun of the Dead, qui était un film en 35 mm – donc déjà c'était assez ouf en tant que tel - on avait offert des cornettos, puisque c'est la Trilogie Cornetto [trilogie de films d'Edgar Wright avec un même fil conducteur]. Pour Charlie et la Chocolaterie, on avait fait un quiz avec des tickets d'or, Polyester c'était une séance en odorama, donc ça c'était assez dingue parce que pour le coup il n'y avait plus de cartes odorama en France, donc on a pris les derniers stocks qui étaient aux Etats-Unis... Leto on a fait un concert post-punk puisque c'était à L'Entrepôt. La Rumeur et Carol c'était des soirées un peu plus classiques, puisqu'on était en partenariat avec Le Septième Genre, c'était un mini cycle, un peu cinéma lesbien, dans le cycle Nouveaux regards... Là, pour Les Funérailles des Roses, on avait fait un tatoo bar, avec des tatouages éphémères. On propose toujours quand même une rencontre avec un réalisateur ou une réalisatrice, donc là c'était avec Marie Losier pour Cassandro et sur la saison 1 c'était Yann Gonzalez pour Les Rencontres d'Après Minuit. Et là, pour Priscilla, Folle du Désert, on avait fait Drag King et Drag Queen. Donc ça fait quand même des soirées qui sont très variées, ça permet de montrer une fois de plus qu'on peut faire plein de choses en salle. Là, cette année, on a prévu de faire un ciné karaoké, puisque ça marche super bien et il n'y en a pas tant finalement. Par exemple,

<sup>&</sup>lt;sup>205</sup> Chifflet, N. (2023, juillet). Les critiques en séances accompagnées, en soutien à la petite et moyenne exploitation. Entretien avec Adrien Soustre (département diffusion de l'ADRC). *La Lettre du SFCC [Syndicat Français de la Critique de Cinéma]*, (59), <a href="https://www.syndicatdelacritique.com/actualite/adrc">https://www.cinemasindependantsparisiens.fr/breakfast-club/#</a>

sur *Saw 2*, ça va être une rencontre avec des universitaires sur qu'est-ce qu'on peut montrer au cinéma, dans quelle mesure, et jusqu'où on peut aller, autour du gore, sur ce film en particulier.<sup>207</sup>

Une « événementialisation » audacieuse et très travaillée, qui est couronnée de succès, m'a dit Pauline Vallet :

On a observé une hausse de fréquentation sur le Breakfast Club, qui était déjà bien élevée. On était à 90 spectateurs en moyenne [par séance, en salle de cinéma] sur la première saison, on est à 110 sur la deuxième. Donc ça c'est vraiment bien, parce que ça fait vraiment des très belles séances. Pour le coup, ça fait beaucoup de séances qui sont complètes.<sup>208</sup>

## 2.2.5. L'indispensable médiation

Ces actions de communication et « d'événementialisation » peuvent être plus largement regroupées sous le vocable de médiation, sous-entendu de médiation culturelle, appliquée au domaine du cinéma de patrimoine. Nous avons évoqué plusieurs fois ce terme plus haut, or il me semble important de le définir, car il brasse tellement d'enjeux qu'il peut recouvrir des sens très différents dans l'esprit des personnes qui l'utilisent.

Je fais le choix de prendre une définition à la fois simple et précise, qui me paraît à même de traduire le sens de ce terme lorsqu'on l'emploie généralement. Par médiation culturelle, j'entends ainsi « l'ensemble des fonctions relatives à la mise en relation des œuvres proposées par une structure culturelle avec les populations »<sup>209</sup>, c'est-à-dire vis-à-vis de ses publics.

En complément, je cite de nouveau Anne-Sophie Marchal, spécialiste de ce domaine : « j'aimerais que les structures culturelles assument que la communication et la médiation sont des domaines qui ne sont pas en guerre. Au contraire, on a besoin des deux »<sup>210</sup>. Je n'oppose

<sup>209</sup> Caillet, E. & Van Praet, M. (2001). *Musées et expositions : métiers et formations en 2001*. Paris. Association Française d'Action Artistique.

<sup>&</sup>lt;sup>207</sup> Entretien avec Pauline Vallet, réalisé en présentiel le 7 juillet 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>208</sup> Entretien avec Pauline Vallet, *Ibid*.

<sup>&</sup>lt;sup>210</sup> Lienard, C. (Animatrice). (2022, 17 septembre). Anne-Sophie Marchal - Quel futur pour la médiation culturelle? (No. 1) [Episode de podcast]. Dans Omnia Tips. Omnia Culture. <a href="https://podcasters.spotify.com/pod/show/omnia-culture/episodes/1---Anne-Sophie-Marchal---Quel-futur-pour-la-mdiation-culturelle-e1gthua">https://podcasters.spotify.com/pod/show/omnia-culture/episodes/1---Anne-Sophie-Marchal---Quel-futur-pour-la-mdiation-culturelle-e1gthua</a>

donc pas ces deux approches. Justement, il me semble qu'elles sont complémentaires et qu'elles s'enrichissent mutuellement, notamment dans le domaine du cinéma.

Ainsi, à mon sens, communication et médiation culturelle contribuent ensemble à faire davantage connaître les films de patrimoine et à permettre aux différents publics, dont les jeunes, de mieux les appréhender : comprendre leur histoire, leurs dimensions esthétiques, le contexte de l'époque qui a vu naître ces œuvres, ce qu'elles peuvent encore nous dire aujourd'hui... Surtout que certains éléments de ces films anciens peuvent paraître obscurs ou incompréhensibles aujourd'hui, voire choquants. Il est donc nécessaire d'accompagner le public lors de ces ressorties.

Les professionnels du cinéma de patrimoine l'ont bien compris : la plupart d'entre eux effectuent un travail conséquent de création de dispositifs de médiation et de communication, afin d'accompagner ces films anciens. Ces dispositifs peuvent être des séances accompagnées, comme on l'a vu, mais aussi tout un ensemble de documents digitaux ou physiques, tels que des vidéos d'explication, des DVD pédagogiques, des dépliants papier, des podcasts... Voire même des « petits livres » créés pour l'occasion et distribués gratuitement en salles pour les premiers spectateurs à s'y rendre, comme le propose par exemple Carlotta Films<sup>211</sup>.

Les distributeurs effectuent un gros travail d'accompagnement lors de la sortie des films de patrimoine pour lesquels ils ont un mandat. Le marketing et la communication entrent en effet dans leurs prérogatives, afin de promouvoir les films, comme le ferait un éditeur dans le domaine de l'édition papier ou musicale. Mais loin de se cantonner à un aspect purement commercial, avec un discours superficiel ou préfabriqué, ils travaillent avec des universitaires, des journalistes, des critiques de cinéma, etc. pour élaborer des documents de qualité, qui pourront plaire aussi bien à un public néophyte qu'à des cinéphiles passionnés. Pour cela, ils sont parfois accompagnés par des organisations comme l'AFCAE ou l'ADRC, qui en retour diffuseront également les documents ainsi produits.

J'en avais discuté avec Jean-Fabrice Janaudy, Gérant de la société de distribution Les Acacias, qui m'avait parlé de l'importance de l'accompagnement humain vu plus haut, c'est-à-dire des intervenants qui viennent en salle pour accompagner la projection d'un film, mais aussi de l'utilité des documents de médiation et de communication :

<sup>&</sup>lt;sup>211</sup> Page des « Petits livres »: https://laboutique.carlottafilms.com/blogs/collection-petits-livres-carlotta

Pendant très longtemps, on a fait des flyers, c'était un truc comme ça, un document [il me montre un exemple]. Et on s'est dit, il y a 2 ans, juste après le confinement que ça serait mieux d'aller plus loin que ça. Pour les gens qui seraient frustrés d'avoir vu juste le film et sans accompagnement, d'avoir un document avec eux, qui soit riche et qui leur permette d'éclairer pas mal de choses sur le film qu'ils viennent de voir. Donc, on a des choses plus denses, vraiment avec du contenu cinéphile d'analyse, à la fois d'historiens, etc. Et des visions anciennes et plus contemporaines aussi. Donc ça c'est un accompagnement papier qui me semble important, et qui ne soit pas juste de la « com' » en fait. C'est ça l'idée. Et puis, il y a tout ce... mais ça c'est plus coûteux, donc on le fait moins, et on ne le fait que quand l'AFCAE nous aide, financièrement parlant : c'est de faire un avant-programme de 6-7 minutes, qui est présenté avant le film. Et qui fait un petit résumé de l'œuvre et de la carrière d'un cinéaste, et surtout de son style, et qui va orienter le regard du spectateur quand il verra le film dans la foulée. Il y en avait un très beau qu'avait produit l'AFCAE pour Henri-Georges Clouzot, et c'est vrai que quand les gens voyaient cet avant-programme, du coup, et tout le travail très moderne de Clouzot, d'un point de vue formel... Et on enchaînait avec un film qui paraissait ancien comme Le Corbeau, ou Quai des Orfèvres, du coup, leur regard était orienté sur cette modernité-là, en fait. Qui est déjà dans ces films-là, mais qu'on ne verrait peut-être pas sans cet avant-programme-là. Voilà, il y a plein de façons de travailler l'accompagnement des films.<sup>212</sup>

Proposer des actions de médiation culturelle, cela peut être fait directement autour d'un film, de son réalisateur ou sa réalisatrice, ses actrices et acteurs... Mais cela peut être également l'occasion de mettre en place des activités annexes. Comme proposer un atelier « animation » autour d'un dessin animé par exemple. Mylène Frogé, qui a l'habitude de travailler avec des jeunes de 15-25 ans, pour les amener à venir en salle – entre autres – au cinéma où elle travaille, propose régulièrement des ateliers créatifs autour des films :

Par exemple, il y a le film *Le Livre des solutions* de Michel Gondry qui a été désigné comme Coup de cœur du Comité 15-25 ans de l'AFCAE. On va concevoir nousmêmes un tutoriel sur comment créer de la stop motion, à destination des salles, pour qu'elles proposent un atelier en plus des films, afin que les exploitants puissent se saisir de ces événements pour attirer des jeunes. Avec le Comité, on voit environ entre

<sup>&</sup>lt;sup>212</sup> Entretien avec Jean-Fabrice Janaudy, réalisé en présentiel le 28 juin 2023.

6 et 10 films par mois et on choisit. Avec des propositions d'accompagnement, avec des programmes de films qui vont bien ensemble...<sup>213</sup>

Cela me permet de faire la transition avec une autre stratégie qui fonctionne bien avec les jeunes, pour les amener au cinéma de patrimoine : les faire contribuer, d'une façon ou d'une autre, et leur faire « mettre les mains dans le cambouis ».

# 2.2.6. Faire contribuer les jeunes : co-programmation et ateliers de mise en pratique

Un autre axe, et non des moindres, est de faire participer les jeunes, de façon concrète, au champ du cinéma de patrimoine. Cela peut passer par de la co-programmation avec des professionnels en charge de lieux culturels : c'est l'expérimentation menée par les Cinémas Indépendants Parisiens avec leur Breakfast Club (But At Night...!), où les jeunes contribuent aux choix de films dans le cadre de cycles de projections, dans les salles de cinéma du réseau.

Nous en avons un peu parlé précédemment, ce dispositif a vu le jour au sein du Labo 15-25 ans des Cinémas Indépendants Parisiens, un groupe de réflexion mis en place à la suite de l'épidémie de Covid19, pour trouver de nouvelles façons d'attirer les jeunes de 15-25 ans en salles. Pauline Vallet, en charge – entre autres – de ce ciné-club d'un genre nouveau, en retrace la genèse :

En fait, c'est né à partir de l'appel à projet du CNC sur comment faire venir ou revenir les 15-25 ans en salles. Il y avait eu un très gros appel à projet. Donc moi je n'étais pas arrivée encore à ce moment-là aux Cinémas Indépendants Parisiens. Mais je sais qu'on a été incubé dans Futur@Cinéma. C'est un challenge où plusieurs structures vont porter ou co-porter des projets. Donc là justement, le challenge c'était autour des publics 15-25 ans. ... Il y avait donc le Breakfast Club (But At Night...!), donc là vraiment un ciné-club repensé, remis au goût du jour, programmé par et pour des 15-25 ans, c'était vraiment ça l'idée. Et surtout l'idée aussi, vraiment principale de ce projet-là, c'est de décloisonner la salle de cinéma. De montrer qu'au cinéma, évidemment l'idée c'est de venir voir un film et de le voir dans une salle avec d'autres personnes. Mais qu'il est aussi possible de faire autre chose, vraiment ajouter une valeur à la salle de cinéma, pour faire en sorte que les 15-25 ans viennent en salles et ne consomment pas les films tout seul de leur côté.<sup>214</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>213</sup> Entretien avec Mylène Frogé, réalisé par téléphone le 1<sup>er</sup> août 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>214</sup> Entretien avec Pauline Vallet, réalisé en présentiel le 7 juillet 2023.

Le principe de ce ciné-club, est que des jeunes de 15-25 ans mettent en place 2 cycles d'environ 5 films chacun pendant l'année, autour d'une thématique clé. Ensuite, pour chaque projection, ils vont définir et organiser une animation, de sorte à donner envie à d'autres jeunes de leur âge de venir assister à la séance. Ces jeunes, membres de l'équipe d'organisation du ciné-club, sont sélectionnés sur la base d'un appel à candidature. Pour postuler, ils doivent présenter leur candidature au format audio ou vidéo. Un moyen original de postuler, qui permet aussi de laisser libre cours à l'inventivité de ces jeunes... et de tester leur motivation. Car en général, les jeunes qui sont membres de ce ciné-club sont très motivés.

Le processus de sélection des films et de mise en place de la programmation se fait au cours de trois grandes étapes. Tout au long de ce processus, l'équipe des Cinémas Indépendants Parisiens est en soutien des jeunes, mais leur laisse le champ complètement libre pour sélectionner les films de leur choix :

Ce sont vraiment les jeunes qui nous proposent des films. Nous on n'émet pas d'avis sur la programmation. ... Nous, en concertation avec les salles qui participent, on choisit les étudiants. Là cette année on a 7 étudiants. A partir de là on propose trois temps, comme une mini formation. La première formation on leur présente les Cinémas Indépendants Parisiens, on leur présente le projet, on leur présente les enjeux, et on les forme sur qu'est-ce que c'est que programmer un film. ... Et à partir de là, on leur dit vous avez choisi deux thèmes – il y a toujours deux grands thèmes, deux cycles - sur ces deux thèmes-là, pour la prochaine fois et en concertation en groupe, on vous demande de nous proposer une dizaine ou une douzaine de films par cycle. A partir de là, ils et elles se voient de leur côté. Le deuxième temps de formation, le groupe arrive avec une bonne vingtaine de films pour les deux cycles. On revérifie avec le groupe que les films sont disponibles. A ce moment-là aussi, les salles qui participent au projet – pour la saison 3, il y en a 10 de nouveau – viennent se présenter. Elles viennent présenter comment est disposée la salle, quelle animation est possible dans le cinéma, mais aussi et surtout la ligne éditoriale du cinéma, parce que ça peut être vraiment très variable selon nos salles. Et à partir de là, pour le troisième temps de formation, le groupe revient, avec une programmation beaucoup plus restreinte, idéalement avec vraiment 5 films par cycle, plus les animations en lien, ça c'est super important. Et là on s'est rendu compte que c'est quand même souvent des films que découlent les animations et pas l'inverse. On leur avait dit « si jamais vous avez une idée d'animation incroyable, mais pas forcément de film en lien, gardez-la en tête », et à partir de cette idée d'animation folle, on pourra se dire « tiens on pourra programmer ça ». C'est pas trop ce qui se passe quand même... Tout ça pour dire que le groupe est vraiment hyper libre sur la programmation. Là par exemple, on va passer *Saw 2*, qui est quand même un film hyper gore, dans le cadre du Breakfast Club. On s'est dit que ça fait sens, parce qu'un des thèmes cette année c'est la notion de censure et qu'on a un étudiant du groupe qui est en Master 2, qui écrit son mémoire sur le gore, qu'est-ce qu'on peut montrer, jusqu'où on peut aller, etc. On s'est dit qu'il est intéressant de passer ce film-là dans ce cadre-là. Donc si ça fait sens, nous on ne voit vraiment aucun inconvénient à projeter certains films qui peuvent être plus compliqués. Vraiment liberté totale.<sup>215</sup>

On l'a vu plus haut, ce ciné-club participatif remporte un grand succès. La formule arrive à fidéliser un public. Qui plus est, un public jeune :

En termes de fréquentation, on observe que le public revient sur les soirées Breakfast Club, ça crée vraiment un noyau de spectateurs et de spectatrices. Je pense que c'est dû à deux choses. C'est que ça reste un ciné-club, donc c'est aussi tous les mardis, une fois par mois, c'est quand même facile à identifier. Et c'est aussi parce que le groupe d'étudiants et d'étudiantes va faire de la communication, déjà dans son propre réseau, et va se déplacer dans toutes les facs, tous les lieux qu'on aura repérés et qu'elles et eux peuvent connaître pour déposer des affiches et des cartes postales. Donc on se rend compte de ça sur le Breakfast Club. ... On s'est rendu compte qu'on était bien dans la moyenne d'âge, que le public est quand même majoritairement constitué de 18-25 ans, et après, l'autre majorité du public c'est vraiment 25-35, donc ça touche quand même un public jeune.<sup>216</sup>

Pour revenir à un cadre plus général, en moyenne, les ciné-clubs sont une formule qui fonctionne bien. On y retrouve la possibilité pour les jeunes de s'exprimer, d'échanger, dans une logique davantage horizontale, notamment pour les ciné-clubs avant tout constitués de jeunes ou organisés par et pour des jeunes. C'était le témoignage que me livrait également François Causse, Co-Directeur du cinéma La Filmothèque du Quartier Latin :

On fait beaucoup de séances accompagnées. C'est une dimension importante de la programmation. On l'a appelée d'ailleurs la Filmo+. Il y a beaucoup de « + », il y a

<sup>&</sup>lt;sup>215</sup> Entretien avec Pauline Vallet, *Ibid*.

<sup>&</sup>lt;sup>216</sup> Entretien avec Pauline Vallet. *Ibid*.

Disney+, Canal+, etc. C'était une façon d'insister sur ce qu'on avait de plus à offrir : la rencontre, l'accompagnement... C'est la dimension collective : c'est ça que ça recouvre chez nous. Ce ne sont pas des services payants supplémentaires, mais une relation particulière avec le public. La Filmo+ regroupe tous les ciné-clubs de la Filmothèque, il y en avait trois jusqu'il y a 2 ans. Et en fait l'épidémie a un peu retardé les choses, on voulait les développer depuis plusieurs années. Et là, au premier semestre 2023, on a atteint les 13 ciné-clubs mensuels. ... Avec une programmation qui est établie toujours de concert avec nous. C'est le cas notamment pour le lycée Saint-Louis, juste en face, qui est le plus ancien des ciné-clubs des établissements d'éducation. Puisqu'en fait la programmation est faite selon les objets d'étude de français-philo, des classes des prépa économiques et scientifiques. Ce sont des étudiants. Par contre, pour le ciné-club Henri IV ce sont des lycéens. On a aussi Sciences-Po, là ce sont des étudiants. En général, ce sont eux qui sont venus nous voir. ... Le ciné-club Saint-Louis marche bien, parce que les étudiants sont souvent motivés. Évidemment, ils préparent leurs concours. Donc c'est une forme de révision agréable pour eux. ... Ces ciné-clubs sont l'un des outils pour atteindre les jeunes. C'est l'un des outils, parce que ces cinéclubs ne s'adressent pas qu'aux 15-25 ans, mais comme les 15-25 ans sont avides de rencontres et d'échanges, ca les touche particulièrement. ... Je dirais que ce sont plutôt les 15-25 ans qui nous trouvent maintenant, qui se passent le mot. J'entends de plus en plus souvent des jeunes qui passent devant le cinéma, qui disent à leurs copains, à leurs amis : « ah oui, mais ça c'est la Filmothèque, j'y viens souvent, là il faut venir, là il y a toujours du monde ». Enfin voilà, ils présentent ca comme un lieu essentiel pour eux, un lieu essentiel de la vie culturelle. Et j'en suis surpris moi-même.<sup>217</sup>

Historiquement, les ciné-clubs ont été l'un des principaux moyens de transmettre le goût pour le cinéma de patrimoine aux nouvelles générations. Encore aujourd'hui, ce sont des dispositifs qui attirent les jeunes, et qui permettent de proposer des séances plus « traditionnelles » ou plus innovantes. Un certain nombre de salles de cinéma en proposent, comme nous avons pu le voir. Et un établissement majeur comme la Cinémathèque Française n'est pas en reste.

La Cinémathèque a ainsi fondé en 2010 l'Autre Ciné-Club<sup>218</sup>, un ciné-club dédié aux jeunes spectateurs entre 15 et 20 ans. J'ai pu rencontrer Elodie Imbeau, Responsable de la

<sup>&</sup>lt;sup>217</sup> Entretien avec François et Jean-Max Causse, réalisé en présentiel le 19 août 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>218</sup> Page de l'Autre Ciné-Club : <a href="https://www.cinematheque.fr/cycle/moins-de-26-ans-1960-913.html">https://www.cinematheque.fr/cycle/moins-de-26-ans-1960-913.html</a>

programmation Jeune Public à la Cinémathèque Française et en charge de l'Autre Ciné-Club, qu'elle a cocréé. Et elle m'a raconté la genèse et les principes directeurs de ce ciné-club :

On voulait faire quelque chose de nouveau. Élargir notre public, s'adresser à un public auquel on ne s'adressait pas encore en particulier. ... Les objectifs étaient d'arriver à ce qu'ils s'emparent de ce lieu, qu'ils poussent la porte du « temple du cinéma », à désacraliser le lieu. ... En créant l'Autre Ciné-Club en 2010, c'est ça qu'on a cherché à faire [recréer un noyau de spectateurs], sur des plus jeunes, sur des lycéens. Parce que moi j'avais vécu ça et qu'au lycée j'avais passé beaucoup de temps au cinéma, que j'y avais rencontré des gens, que ce sont des personnes importantes, que j'avais l'impression de partager la cinéphilie... Car le cinéma c'est aussi guelgue chose dont on discute, sur lequel on peut se disputer. Enfin se disputer, comme à l'époque des Cahiers du Cinéma et de Positif... Enfin, je veux dire que c'est un lieu d'échanges, et que ça fait partie des choses qui m'ont fait grandir. Et c'est ça que j'avais envie de proposer à la Cinémathèque. Qu'ils s'emparent de la Cinémathèque, qu'ils s'y sentent accueillis, pas en décalage. Et que ce soit un lieu de discussion ouvert et pas dogmatique. ... C'est ça que je voulais proposer en 2010, quand on a créé le Ciné-Club. Je faisais déjà de la programmation pour les enfants avant. On s'est dit « on ne va pas faire des séances spéciales pour les jeunes, enfin pour les lycéens, on va plutôt leur donner des clés, de quoi rentrer dans les séances qu'on propose à la Cinémathèque ». Donc avec Jean-François Rauger, qui est le Directeur de la programmation ici, on a discuté et on s'est dit qu'à partir de 15 ans, finalement, ils pouvaient tout voir et que justement, notre rôle à nous, ça allait être de leur donner envie de le voir. Et qu'après, là aussi, sans leur imposer nos goûts, de les laisser faire leur choix dans l'énorme offre qu'on propose à la Cinémathèque. Évidemment un cinéma du monde entier, de toutes les époques, et de tous les genres. ... Je ne sais pas combien il y a de films par an... des milliers de films par an à la Cinémathèque. Donc cette envie de leur donner des clés, des chemins à suivre. Et puis d'être en retrait aussi. J'avais envie que ce soit quelque chose avec un retour de leur part. C'est-àdire, moi de pouvoir leur dire ce qu'il se passait à la Cinémathèque, mais eux aussi d'apporter, dans le cadre de cartes blanches, des extraits de films, des choses qui leur plaisaient, sur des thématiques qu'on partageait, sur des questions de mise en scène, sur différentes choses... Où le rapport s'inverse et où nous on peut être à l'écoute de ce qu'ils aiment, de ce qu'ils connaissent... Ça fonctionne comme ça le ciné-club : qu'il y ait à la fois une aide de notre part pour les accompagner, et qu'eux ils nous disent ce dont ils ont envie, ce dont ils ont besoin. Et tout ça en dehors de l'école, de toute notion d'être noté, d'avoir des exposés ou je ne sais quoi. Avec la tradition des cinéclubs, moi il me semblait que c'était important de retrouver ce goût-là, de pouvoir parler de cinéma, avec parfois sa maladresse, son goût, ses émotions... Enfin d'être aussi un lieu d'accueil de tout ça. Et je suis assez contente, au vu des années passées.<sup>219</sup>

On pourrait croire qu'en remettant les clés d'un ciné-club à des jeunes de 15-25 ans, ils ne vont programmer que des films actuels ou récents. Or ça n'est pas le cas. C'est souvent l'occasion pour eux de diffuser des films de patrimoine, qu'ils aient un statut « culte » pour des générations de spectateurs, ou même des films plus confidentiels, qui les ont touchés d'une façon ou d'une autre. Signe que le cinéma de patrimoine est toujours intéressant aujourd'hui et qu'il a encore des choses à dire à nos contemporains, même aux plus jeunes. Pauline Vallet en faisait le constat avec le Breakfast Club (But At Night...!) :

On se rend compte que justement les étudiants et étudiantes, qui sont pour beaucoup en cinéma, d'autres en médiation culturelle, et certains/certaines un petit peu plus éloignés de la culture, mais ce n'est pas la majorité – ce sont des groupes de 7-8 en général – vont nous proposer presque toujours des films de patrimoine. En entendant justement cette définition de films de 20 ans et plus. Pas que, mais guand même beaucoup. Et certaines fois, des films très pointus. Donc je n'arrive pas vraiment à savoir si c'est parce que ces étudiants et ces étudiantes-là sont en cinéma, donc sont amenés à étudier ces films. Ou si ce sont vraiment leurs films de chevet. Je pense qu'il y a un petit peu des deux. Ça dépend aussi des thèmes... Là, on avait « Pop culture et icônes » l'année dernière. On a projeté par exemple Charlie et la Chocolaterie, et directement le choix du film s'est porté sur le premier, celui je crois qui date des années 1960. Pas celui de Tim Burton. Qui serait peut-être même un film de patrimoine maintenant, mais peut-être pas. Je ne sais pas s'il a 20 ans... Mais on avait *Polyester*, on avait Clueless, qui est aussi un film de patrimoine, beaucoup plus récent. Et après Shaun of the Dead, je ne sais plus la date précise, mais c'est peut-être presque un film de patrimoine. Et Leto non, par contre. Et c'était le seul. Sur ces 5 films, il y avait quand même une tendance à diffuser des films de patrimoine, qui vont être plutôt rares. Et là, je le vois sur la programmation, je ne peux pas tout dévoiler puisque ce n'est pas encore sorti, pour la saison 3. Mais là, on a beaucoup de films de patrimoine, dont des films vraiment anciens, notamment un film polonais des années 1930. Donc il y a une recherche de films rares. Et ce qui est quand même très intéressant, c'est qu'on se rend compte que dans le cadre de ce projet-là, du Breakfast Club (But At Night...!), les films de patrimoine trouvent complètement leur public. Je pense que c'est aussi dû à

<sup>&</sup>lt;sup>219</sup> Entretien avec Elodie Imbeau, réalisé en présentiel le 28 juillet 2023.

la communication qu'on fait autour de ce projet, ça joue forcément. On cible quand même un public de 15-25 ans qui va être assez cinéphile, puisque les étudiants sont des relais de communication privilégiés. Mais on fait ensuite de la communication auprès du grand public. Et certaines personnes se disent que c'est l'occasion, dans ce cadre-là, avec des animations assez fun autour des films, de découvrir des films de patrimoine qui peuvent être très confidentiels. L'année dernière on avait eu aussi *Les Funérailles des Roses*, de Toshio Matsumoto, et la salle était pleine. Alors après c'était au cinéma L'Archipel, qui a une ligne très patrimoine, très art et essai. Mais je pense qu'il y a vraiment une volonté de la part du groupe [d'étudiants en charge du ciné-club] de valoriser des films de patrimoine.

Autre exemple : les ateliers de mise en pratique, que proposent – entre autres – la Cinémathèque Française ou le Forum des Images, avec son école TUMO<sup>221</sup>. Ainsi, des adolescents et jeunes adultes peuvent expérimenter la mise en scène, la prise d'image et de son, le montage, l'animation... Un autre moyen de les intéresser au cinéma et de les amener à mieux comprendre les films qu'ils regardent, toujours dans une perspective d'éducation à l'image plus ou moins prononcée. Même si forcément, ce type d'initiative ne fonctionne qu'avec des effectifs relativement réduits. J'en avais discuté avec Elodie Imbeau, de la Cinémathèque Française :

En 2020, on a ouvert un espace de pratique, un studio de tournage. Avec un espace de tournage en prises de vues réelles et un espace de cinéma d'animation. Il était prévu qu'il ouvre en mars 2020. Il a ouvert en septembre 2020, puis il a été refermé, puis rouvert. En tout cas, à ce moment-là, on a eu envie de proposer un atelier pratique pour les 15-18 ans, là vraiment des lycéens, sur 15 séances. Ils sont pris en charge par une réalisatrice. Et ils ont une règle du jeu, qui est le même que celle qu'on propose dans le cadre scolaire, à des classes de collèges et lycées. En général en écho aux expositions qu'on propose. Donc là, à venir, sur Agnès Varda, l'année dernière c'était sur *Top Secret* [*Top secret : cinéma et espionnage*, exposition temporaire et rétrospectives de films à la Cinémathèque Française, d'octobre 2022 à mai 2023]. Il fallait que dans le film, il y ait une scène où quelqu'un observe quelqu'un à son insu. C'était une contrainte de mise en scène, qui devait guider un peu l'histoire, et qui résonnait avec *Top Secret*. C'est 15 séances, parce que vous savez que le Bac a changé de dates, et que c'est « hyper chouette » de faire des années qui ne sont plus

<sup>&</sup>lt;sup>220</sup> Entretien avec Pauline Vallet, réalisé en présentiel le 7 juillet 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>221</sup> Site de l'école numérique TUMO, dédiée aux jeunes : https://paris.tumo.fr/

des années scolaires... Et donc en fait à partir du mois de février, c'est difficile de leur demander de rester concentrés sur autre chose que leur Bac, ou en tout cas que leurs examens de fin d'année. Sauf les Secondes, mais on ne peut pas faire un atelier que pour les Secondes. Donc on fait des ateliers de fin septembre / début octobre jusqu'aux vacances de février. Et là, en 15 séances de 2h30, ils écrivent, ils réalisent et ils montent un film. Et après, ils viennent présenter leur film et leur travail aux gens du Ciné-Club.<sup>222</sup>

Tous ces dispositifs qui mettent à contribution les jeunes de 15-25 ans, d'une façon ou d'une autre, contribuent à les intéresser au cinéma, ainsi qu'au cinéma de patrimoine. Avec les autres dispositifs de médiation déjà vus, ils s'ajoutent à la longue liste des moyens permettant de leur transmettre le goût de ces formes artistiques. D'autres moyens fonctionnent très bien avec eux : les réseaux sociaux.

#### 2.2.7. Du bon usage des réseaux sociaux

Lorsque l'on parle de communication auprès des jeunes de 15-25 ans, on pense tout de suite aux réseaux sociaux. Et pour cause, on l'a vu dans notre état de l'art, les réseaux sociaux sont l'activité favorite de ces jeunes sur leur temps libre, permettant notamment de nourrir leur goût pour le lien social et l'amitié.

Pour autant, à mon sens, les réseaux sociaux ne doivent pas se limiter « seulement » à de la communication, tout aussi intéressante et fructueuse soit-elle. Ces outils peuvent également permettre d'effectuer de la médiation culturelle, avec des formats dédiés, auxquels on pense peut-être moins spontanément. Je me réfère pour cela, une fois de plus, à Anne-Sophie Marchal, qui maîtrise parfaitement et la médiation culturelle et les réseaux sociaux :

Vous pouvez utiliser par exemple les réseaux sociaux comme terrain de jeu, vraiment, pour faire de la médiation aussi. C'est-à-dire faire du *personal branding* sur votre structure culturelle, avec des trucs et astuces, des coulisses, avec le montage d'une exposition ou la préparation d'un spectacle, ou encore des anecdotes historiques, ou des anecdotes tout court de ce qu'il s'est passé même dans la journée du musée... Les gens ne connaissent pas non plus forcément la façon dont les structures culturelles fonctionnent. Donc typiquement, faire des focus aussi sur les métiers, que ce soient justement les métiers du spectacle ou les métiers des musées. Le fait qu'il y

<sup>&</sup>lt;sup>222</sup> Entretien avec Elodie Imbeau, réalisé en présentiel le 28 juillet 2023.

ait des réserves, c'est aussi quelque chose qui nous paraît évident quand on travaille dans la culture. Mais pour plein de personnes ce n'est pas du tout évident que ce qu'on voit là, à un instant « t », c'est juste une toute petite partie de ce que par exemple le musée ou le château a dans ses réserves. Donc c'est tout ça, je pense qu'il y a toute cette partie sensibilisation, qui va bien au-delà finalement de l'objet culturel en luimême. Puisqu'il va y avoir tout un microcosme autour duquel on peut vraiment communiquer. Et d'utiliser les réseaux sociaux ça c'est génial, parce que ça peut donner envie aussi aux gens de venir déjà dans votre structure, ce qui est quand même le but aussi. Mais à la limite, même s'ils ne viennent pas, ça les sensibilise déjà à l'existence de votre lieu, et au fait qu'il y a des humains qui travaillent derrière. Ce sont des humains en chair et en os, ce ne sont pas des demi-dieux ou alors des gens inexistants. Il y a énormément de travail derrière toute la création artistique de façon générale et dans la culture. Et je pense que ça gagne vraiment à être connu.<sup>223</sup>

Anne-Sophie Marchal illustre son propos en prenant l'exemple de musées, mais comme je le disais plus haut, cette logique peut tout à fait s'appliquer au domaine du cinéma de patrimoine. Je peux ainsi citer la Youtubeuse Clararunaway, qui a réalisé une vidéo montrant les coulisses du Festival de Cannes, ayant récolté 89 000 vues, 7 800 *likes* et 360 commentaires<sup>224</sup>. Signe de l'intérêt qu'elle a suscité, notamment auprès des jeunes qui la suivent.

Pourquoi ne pas réaliser et diffuser des vidéos sur l'envers du décor dans un cinéma « art essai », par exemple sur le métier de projectionniste ou de programmateur/programmatrice? Ou encore filmer le travail de distributeur/distributrice de films de patrimoine, de quoi est faite une journée type, etc. ? Un grand nombre de contenus et de formats peuvent donc être mis à profit sur les réseaux sociaux, au-delà des traditionnelles bandes annonces.

Je ne vais pas m'étendre sur ce sujet des réseaux sociaux, que j'ai déjà balayé lors de la revue de littérature, et car la plupart des professionnels du cinéma de patrimoine savent combien ces outils sont indispensables aujourd'hui pour communiquer auprès de leurs publics, en particulier auprès des jeunes.

<sup>&</sup>lt;sup>223</sup> Lienard, C. (Animatrice). (2022, 17 septembre). Anne-Sophie Marchal - Quel futur pour la médiation culturelle? (No. 1) [Episode de podcast]. Dans Omnia Tips. Omnia Culture. <a href="https://podcasters.spotify.com/pod/show/omnia-culture/episodes/1---Anne-Sophie-Marchal---Quel-futur-pour-la-mdiation-culturelle-e1qthua">https://podcasters.spotify.com/pod/show/omnia-culture/episodes/1---Anne-Sophie-Marchal---Quel-futur-pour-la-mdiation-culturelle-e1qthua</a>

<sup>&</sup>lt;sup>224</sup> Clararunaway. (2021, 16 août). *La face cachée du Festival de Cannes* [Vidéo]. YouTube. <a href="https://www.youtube.com/watch?v=BJXdWxGtYJE">https://www.youtube.com/watch?v=BJXdWxGtYJE</a>

Je vais juste apporter une petite mise en garde, car l'usage des réseaux sociaux est souvent très bien décrypté par les jeunes, qui ont appris à connaître les intentions derrière celles et ceux qui s'en servent pour capter leur attention. Il est donc nécessaire, lorsqu'on veut utiliser les réseaux sociaux pour atteindre les jeunes, d'être dans une démarche honnête, sincère et constructive avec eux, sous peine de les décevoir et de les détourner définitivement de la structure culturelle et des films qu'on cherche à promouvoir. Je me réfère pour cela aux propos de Mylène Frogé, qui connaît très bien les jeunes, ce qu'ils apprécient et ce qu'ils rejettent :

Les jeunes ne sont plus si influençables que ça, sur ce qu'on veut leur vendre ou ce qu'on veut leur proposer en termes d'événementiel. ... Car ils ont bien conscience que les grosses boîtes le font toutes maintenant. On a une vision en tant que jeune de ce qu'est un placement produit, ils ont l'habitude. Quand on regarde ce qui est dit dans les commentaires sur les différentes vidéos, que ce soit sur du YouTube, du TikTok, de l'Instagram, ils sont beaucoup plus au taquet que nous à l'époque sur toutes ces questions-là. 225

Lorsque l'on diffuse des contenus à destination des jeunes sur les réseaux sociaux, il vaut donc mieux être toujours dans la logique de « construire » un public, comme le disait François Aymé<sup>226</sup>, plutôt que de simplement chercher à le « capter ». Car les jeunes ne sont pas dupes.

Maintenant que nous avons examiné l'axe des réseaux sociaux, intéressons-nous à une autre stratégie prisée par les jeunes et qui se place dans la droite lignée de tout ce que l'on a évoqué auparavant : recourir aux pairs.

#### 2.2.8. Les jeunes parlent aux jeunes : faire appel à leurs pairs

Nous avons pu le constater, les jeunes se méfient de la verticalité, de la hiérarchie, de ce qui leur est imposé par d'autres personnes, notamment si elles sont (beaucoup) plus âgées qu'eux et si elles estiment savoir ce qui est « bon pour eux ». De plus, les jeunes sont avides d'expériences, de pratiquer les choses par eux-mêmes et d'interagir. C'est l'une des explications du succès de ces dispositifs de co-programmation dont on a parlé plus haut.

<sup>&</sup>lt;sup>225</sup> Entretien avec Mylène Frogé, réalisé par téléphone le 1er août 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>226</sup> Aymé, F. (2017, novembre). Capter le public, construire le public. *AFCAE*. <a href="https://www.art-et-essai.org/editos/993633/capter-le-public-construire-le-public">https://www.art-et-essai.org/editos/993633/capter-le-public-construire-le-public</a>

C'est aussi pour cela qu'un autre dispositif qui fonctionne bien avec eux est le recours aux « pairs », c'est-à-dire notamment à des jeunes, qui vont se faire les relais, voire même les « médiateurs culturels » d'œuvres cinématographiques auprès d'autres jeunes.

Cette logique a été identifiée depuis un moment par des chercheurs et a déjà été discutée dans des conférences à destination de professionnels. Cela a par exemple été le cas en 2016, avec l'intervention du sociologue Tomas Legon, dans le cadre des Journées Professionnelles de l'association Cinémas 93 :

On retrouve toujours le rôle des grands médias traditionnels ayant accès aux informations, lesquelles sont ensuite relayées par des groupes de pairs ayant un lien de proximité plus fort avec son public. C'est donc dans un second temps que ces prescriptions peuvent se transformer en pratiques. Cette structure de communication à deux étages est ancienne.

Ce rapport de proximité indispensable peut prendre les formes suivantes :

- Un rapport au cinéma proche du mien,
- Une proximité sociale (âge, ville, toute forme de ressemblance),
- La force d'un lien.

Si, en tant que prescripteur, vous ne répondez à aucun de ces critères, il vous sera très difficile d'être crédible. C'est pourquoi les meilleurs prescripteurs restent les amis. Tout ceci va ordonner nos rapports à la prescription, nous pousser à faire plus ou moins confiance à l'expertise de certains prescripteurs.<sup>227</sup>

Le lien social étant très important pour les jeunes, comme on l'a vu, et les figures d'autorité les « prenant de haut » leur étant désagréables, ils feront davantage confiance à leurs amis qu'à des institutions, tout aussi reconnues soient-elles. Un certain nombre d'entre elles ont alors recours à des « ambassadeurs », c'est-à-dire des jeunes qu'elles vont former, accompagner, à qui elles vont donner accès à des événements ou à des contenus en exclusivité ou en avant-première, pour qu'ensuite ils se fassent le relais de ces institutions auprès de leurs amis.

<sup>&</sup>lt;sup>227</sup> Legon, T. (2016, 17 novembre). *Les pratiques culturelles des adolescents aujourd'hui : mieux les comprendre pour repenser les propositions qui leur sont faites* [Conférence]. Journées Professionnelles des Cinémas 93, au Ciné 104 de Pantin. <a href="https://www.cinemas93.org/page/pratiques-culturelles-adolescents-aujourdhui-mieux-comprendre-pour-repenser-propositions-qui">https://www.cinemas93.org/page/pratiques-culturelles-adolescents-aujourdhui-mieux-comprendre-pour-repenser-propositions-qui</a>

Mylène Frogé m'en a parlé : c'est un type de dispositif très suivi au sein du Comité 15-25 de l'AFCAE, un comité qui rassemble une vingtaine de professionnels de toute la France, et qui réfléchit à des actions innovantes pour attirer les jeunes de 15-25 ans dans les salles Art et Essai. Voici ce qu'elle m'en disait :

Il y a un Discord du Comité 15-25 ans sur lequel on échange. On parle beaucoup des ambassadeurs, c'est un dispositif clé, qui marche bien auprès des jeunes. On partage des conseils : comment développer des axes de réflexion par rapport aux films, mettre en place un accompagnement plus précis des jeunes avec des ateliers, etc. ... [Le public des 15-25 ans] est un public qui a des difficultés à revenir si on ne crée pas du lien. C'est un public qui a besoin qu'on s'intéresse à lui et pas qu'on lui vende des trucs. Les ambassadeurs, c'est quelque chose d'important, on prend en compte ce qu'ils aiment vraiment, ça permet de créer un vrai lien avec eux. Ils sont bien conscients qu'ils sont des cibles marketing fortes. Dans la culture il faut se détacher de ça, il faut prendre en compte leur avis. Beaucoup d'exploitants ne sont pas làdedans ou veulent transmettre uniquement ce qui, eux, les intéresse, donc ça ne marche pas... Mais c'est un public très intéressant, qui peut s'investir très fort<sup>228</sup>.

## 2.2.9. Recourir à des influenceurs suivis par les jeunes... mais bien le doser

Toujours dans cette logique de communiquer auprès des jeunes de façon « horizontale », citons également le recours à des influenceurs, qui en général sont populaires car ils ont réussi à installer une proximité avec leur jeune public. Ces derniers leur font donc davantage confiance qu'à des « figures traditionnelles » d'autorité.

J'ai jugé utile de dédier une sous-partie aux influenceurs, car depuis un certain nombre d'années ils sont devenus quasiment un « passage obligé » pour communiquer auprès des jeunes. Du moins c'est ce que les personnes plus âgées estiment : nous apporterons des nuances, voire des limites, à cette assertion.

Il n'empêche que la notoriété des influenceurs auprès des jeunes est bien réelle, ce qui en fait des relais mobilisés par les professionnels pour attirer un public jeune. Y compris, de plus en plus, par les professionnels du cinéma de patrimoine. En effet, ces influenceurs jouent à la fois un rôle identitaire, mobilisant leurs fans et leur « tribu ». Mais ils jouent aussi un rôle de médiation, permettant, en employant un langage qui parle à leurs fans, de jouer les

<sup>&</sup>lt;sup>228</sup> Entretien avec Mylène Frogé, *Ibid*.

intermédiaires et de les amener à voir des films dont ils n'avaient jamais entendu parler ou qui les rebuteraient au premier abord. Les influenceurs ont ainsi en partie remplacé la critique et les médias traditionnels, non sans heurts... mais c'est un autre débat.

Toujours est-il que des institutions culturelles et cinématographiques font de plus en plus appel à des influenceurs. C'est le cas du Forum des Images, comme me l'indiquait Mathieu Guilloux, Coordinateur du public jeune, du Comité 15-25 et du dispositif Étudiant-es au cinéma, à l'AFCAE :

J'ai travaillé pour une association, où j'étais bénévole, qui s'appelle *Panic! Cinéma*. Ce qu'on voit avec les 15-25 ans et le patrimoine, c'est la force des prescripteurs numériques. J'ai fait des séances au Forum des Images, devant des films de Billy Wilder, qui étaient pleines de jeunes. Et ils ne sont pas venus parce qu'ils étaient fans de Billy Wilder, mais ils sont venus parce que c'était Karim Debbache, Jérémy Morvan et Gilles Stella [célèbres influenceurs en cinéma, plébiscités par les jeunes] qui avaient fait la programmation. Et ils ont suivi ça les yeux fermés. Donc ça aussi, développer la cinéphilie chez les 15-25 ans, c'est le même travail qu'auparavant. C'est déjà de leur faire aimer le cinéma et ensuite essayer de les emmener vers des films de patrimoine, de répertoire. Vers lesquels ils ne seraient pas forcément allés d'eux-mêmes.<sup>229</sup>

La force de ces influenceurs, c'est en effet la communauté de fans qu'ils ont réussi à se constituer au fil des années. Une communauté souvent très engagée. Et celles et ceux qui n'ont pas fait ce « travail » de proximité auprès de leur communauté, d'attention portée à leurs fans, ou encore qui ne proposent pas des contenus jugés suffisamment qualitatifs, peuvent faire face à des déconvenues.

Un Youtubeur, Bolchegeek, a consacré fin 2022 une vidéo très intéressante sur les limites des chaînes YouTube consacrées au cinéma<sup>230</sup>. Il y reprend l'analyse d'un autre Youtubeur, Misterfox :

Un exemple très criant de ce phénomène, c'est l'étude comparée de deux campagnes de financement participatif, celle de *Nexus VI* et celle du *Monde à l'Envers*. D'un côté, *Le Monde à l'Envers*: une chaîne de parodie, notamment du monde de la télé et du web. Une chaîne de flux, certes, mais de 3,6 millions d'abonnés et avec un projet « Un

<sup>&</sup>lt;sup>229</sup> Entretien avec Mathieu Guilloux, réalisé en visioconférence (Teams) le 8 août 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>230</sup> Bolchegeek. (2022, 27 novembre). *Le Problème du YouTube Ciné* [Vidéo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=nz1szZUO9DE

film au cinéma ». Pour produire cette idée, ils avaient besoin de 500 000 euros, ils en ont récolté moins de 90 000. De l'autre côté : *Nexus VI*. Une chaîne de 145 000 abonnés, dédiée aux univers de science-fiction, et au concept singulier : le vidéaste c'est le capitaine d'un vaisseau du futur, dérivant dans l'espace. Son format principal, baptisé *Nexus VI* est ponctué de segments fictionnés ambitieux, et pour conclure leur histoire en apothéose avec une grande trilogie, ils avaient demandé 40 000 euros. Ils en ont récolté presque 100 000. Un exploit qu'ils ont reproduit il y a quelques semaines, avec une nouvelle campagne, en atteignant leur objectif de 150 000 euros, en une soirée. Ils avaient 25 fois moins d'abonnés, mais des abonnés investis, impliqués et prêts à soutenir des créateurs qui avaient un petit quelque chose en plus à partager.<sup>231</sup>

Mylène Frogé confirme que pour que des jeunes soutiennent des influenceurs ou suivent leurs recommandations, il faut qu'un rapport de confiance et un sentiment de proximité se soit installé, et ne pas être dans un rapport vertical avec ces jeunes, en cherchant juste à leur « vendre quelque chose » par ce biais. Sinon, clairement, recourir à un influenceur pour promouvoir un film ou un événement, même s'il a de nombreux abonnés, sera un échec :

Je fais partie du comité de réflexion autour [du festival Ciné Junior (94)] depuis cette année. On discutait de ce qu'on peut faire pour faire venir ce public [de 15-25 ans], puisqu'il est vraiment au cœur de toutes les réflexions finalement... Ils nous disaient « ce qu'on avait pensé c'était peut-être de demander à des influenceurs de venir parler de notre festival ». Je leur ai dit « arrêtez-vous immédiatement, ça ne marche pas ». C'est une vision très adulte du réseau social de laisser penser que si un influenceur parle de notre événement ou de ce produit qu'on a à vendre, par conséquent les jeunes vont venir, vont se déplacer, etc. Ce n'est pas réel, à partir du moment où les jeunes ne sont plus si influençables que ça, sur ce qu'on veut leur vendre ou ce qu'on veut leur proposer en termes d'événementiel de ce type.<sup>232</sup>

Recourir à des influenceurs pour attirer des jeunes est donc une idée intéressante, mais qui ne fonctionne pas toujours, et surtout pas à n'importe quelles conditions...

<sup>&</sup>lt;sup>231</sup> Misterfox. (2022, 27 novembre). *YouTube évolue* [Vidéo]. YouTube. <a href="https://www.youtube.com/watch?v=CJG0TcrjK8g">https://www.youtube.com/watch?v=CJG0TcrjK8g</a>

<sup>&</sup>lt;sup>232</sup> Entretien avec Mylène Frogé, *Ibid*.

#### 2.2.10. Encourager les dispositifs d'éducation à l'image

Nous l'avons vu dans la revue de littérature, les dispositifs d'éducation à l'image sont une porte d'entrée privilégiée vers le cinéma de patrimoine pour les jeunes de 15-25 ans, notamment pour ceux davantage éloignés de la culture et du cinéma, et donc a fortiori du cinéma de patrimoine.

Il s'agit en effet parfois de leur première occasion d'aller découvrir un film en salle de cinéma, ou tout du moins dans des conditions aménagées, avec un minimum de médiation, pour les inciter à porter un autre regard sur ces films, enrichi de l'expérience de professionnels de l'image. C'est aussi souvent l'occasion, à travers ces dispositifs, de diffuser des films de patrimoine, en les accompagnant afin qu'ils puissent être mieux compris, et même davantage appréciés, des jeunes spectateurs.

Alors qu'on peut penser au premier abord que les jeunes élèves ne sont pas forcément intéressés par les films projetés dans le cadre scolaire, on l'a vu plus haut, la majorité des jeunes accueillent favorablement les dispositifs d'éducation à l'image. A titre d'exemple, Chloé, une jeune de 20 ans que j'ai interrogée, m'a fait part de films vus dans le cadre scolaire qui l'ont marquée :

Hitchcock c'est le premier grand cinéaste que j'ai découvert. J'ai eu ça en Seconde je crois. On a été voir Psychose, entre autres. Mais ça c'est celui dont je me souviens le plus. C'était vachement bien. C'est un des premiers trucs où je me suis dit « ok, il y a des trucs particuliers quand même qui existent » et c'est cool. ... Quand tu ne vois que du cinéma « convenable », entre guillemets – pour l'époque ça devait être un peu indécent, j'imagine, de faire ça – ça m'a montré qu'il existait vraiment de tout. <sup>233</sup>

Non seulement les jeunes ont conscience des apports des dispositifs d'éducation à l'image, mais les professionnels du cinéma de patrimoine savent aussi qu'il s'agit de mécanismes clés pour amener les jeunes spectateurs à ce cinéma moins facile d'accès, aussi bien en termes d'accès « physique » et « logistique » au visionnage de tels films, qu'en termes « d'appréhension » et de compréhension de ces films.

C'est ce que me confirmait Mylène Frogé, Coordinatrice du développement des publics au cinéma La Tournelle de L'Haÿ-les-Roses et membre du Comité 15-25 de l'AFCAE :

<sup>&</sup>lt;sup>233</sup> Entretien avec Chloé et Raphaël, réalisé en présentiel le 8 août 2023.

Le gros de la chose c'est quand même de se baser sur les scolaires. Parce que même si on a tendance à se dire « les jeunes ils ont une vie en dehors de l'école », certes, mais une grosse partie de leur vie c'est quand même l'école à ce moment-là. Du coup, se baser sur les scolaires pour créer du lien et dire « coucou on est cool, venez, on est hyper sympas », c'est quand même le gros du travail, à mon sens. Là cette année par exemple, j'ai travaillé avec un collège autour d'une espèce d'événement / festival où on leur a projeté 5 films, d'ailleurs qui étaient 5 films de patrimoine. On leur a projeté Le Kid de Chaplin, Matilda, E.T., Peter Pan mais la version de 2003... L'idée était de leur montrer ces 5 films-là, et ensuite d'aller en salle de classe avec eux, pour discuter avec eux des films, mais aussi de faire des ateliers avec eux. Donc on a fait un atelier bruitage, un atelier doublage, on a fait un atelier sur le corps dans le burlesque, et un atelier de recréation de scènes en court métrage. L'idée c'était de créer du lien avec eux, par le biais des ateliers notamment. En leur montrant qu'on passe des films dans notre cinéma, mais qu'on vient aussi à l'extérieur du cinéma et qu'on est hyper sympa, pour qu'ils reviennent. Et ce qui est assez drôle, c'est que j'ai vu des jeunes qui n'avaient pas l'habitude de fréquenter le cinéma, revenir en salle de cinéma guelgues semaines après, pour venir voir un film en famille. Donc ça c'est un autre moyen qui à mon sens est hyper important, de réussir à créer du lien avec eux, par le biais de l'école. Où ils se rendent compte qu'on n'est pas que présent au moment du scolaire, qu'on existe aussi en dehors. Donc ça c'est un élément très important.<sup>234</sup>

Ainsi, non seulement les dispositifs d'éducation à l'image permettent de confronter tôt les jeunes au cinéma de patrimoine, mais c'est aussi un moyen de les familiariser avec tout l'écosystème de professionnels de ce secteur : salles de cinéma (dont beaucoup sont indépendantes et/ou classées Art et Essai), cinémathèques, médiateurs et médiatrices culturels, critiques de cinéma... Ces dispositifs sont donc doublement importants et méritent d'être encouragés, au vu des nombreux bénéfices qu'ils apportent dans la transmission du cinéma de patrimoine aux jeunes de 15-25 ans.

# 2.2.11. Constituer des groupes de réflexion et d'action pour développer des projets innovants

De manière générale, si un certain nombre de stratégies sont possibles pour amener les jeunes de 15-25 ans au cinéma de patrimoine, il reste encore beaucoup à faire, et de

<sup>&</sup>lt;sup>234</sup> Entretien avec Mylène Frogé, réalisé par téléphone le 1<sup>er</sup> août 2023.

nouvelles idées ou de nouveaux dispositifs sont encore à trouver. C'est pour cela que l'on a vu depuis quelques années se constituer des groupes de travail, dans différents types de structures, dédiés à ce type de public, pour réfléchir à comment le faire revenir au domaine du cinéma dans son ensemble et en salles plus particulièrement.

C'est un processus continu, et de nouvelles générations arrivant à cet âge-là chaque année, il est donc nécessaire de suivre les évolutions de leurs pratiques pour leur proposer des expériences qui correspondent à leurs usages. C'est l'objet de ces groupes, sortes de « laboratoires à idées ».

J'ai ainsi évoqué deux d'entre eux : le Comité 15-25 de l'AFCAE et le Labo 15-25 des Cinémas Indépendants Parisiens. Au vu des projets qu'ils ont portés, dont un certain nombre ont été couronnés de succès, nous pouvons très certainement les prendre pour modèle et nous en inspirer. Ainsi, quel que soit son métier et sa place dans l'écosystème du cinéma de patrimoine, il peut être utile de constituer ou de rejoindre de tels groupes de réflexion. Qui mènent un travail d'expérimentation et de veille très utile, nécessitant du temps long et un effort régulier pour faire naître de nouvelles innovations.

A titre d'exemple, le site de l'AFACE possède une page dédiée au Comité 15-25, qui décrit ses objectifs principaux et ses moyens d'action :

Composé de 34 exploitant·es et coordinateur·rices d'associations régionales, le Comité 15-25 se réunit une fois par mois pour accompagner des films auprès des publics jeunes. Nés en 2022, le Comité et les actions de l'AFCAE en direction des publics jeunes visent à accompagner le travail des salles sur le développement et la consolidation de la médiation auprès des 15-25 ans.

Ce comité a plusieurs objectifs :

- Identifier des films Art et Essai pour les publics jeunes ;
- Envoyer une newsletter mensuelle aux adhérent es pour des conseils de programmation à destination des publics jeunes;
- Accompagner et promouvoir des films Coup de cœur de manière adaptée pour les publics jeunes ;
- Mener un travail de réflexion sur les publics jeunes.<sup>235</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>235</sup> Page du Comité 15-25: https://www.art-et-essai.org/films-soutenus/coup-de-coeur-15-25

#### 2.2.12. Agir sur le prix des séances et des activités associées

Enfin, dernière grande stratégie que j'ai identifiée au fil de mes recherches et de mes entretiens : agir sur le prix des activités proposées. C'est peut-être une stratégie qui peut paraître simple, c'est d'ailleurs l'une des premières qui peut venir à l'esprit lorsqu'on cherche à attirer le jeune public, mais néanmoins elle a fait ses preuves.

Le domaine du cinéma est coutumier des offres à tarif réduit pour les jeunes, qu'il s'agisse des places moins chères pour les moins de 26 ans, au même titre que beaucoup d'autres institutions culturelles, ou encore des grandes opérations de places à prix réduit sur un temps limité, comme le Printemps du Cinéma<sup>236</sup> ou la Fête du Cinéma<sup>237</sup>, qui sont bien ancrés dans les mœurs.

On le sait, les jeunes de 15-25 ans ont moins de moyens financiers que les personnes plus âgées ou même que les jeunes actifs de 26-35 ans. Les 15-18 ans sont en général lycéens, en filières générales ou professionnelles, ou encore dans d'autres voies d'apprentissage, quand ils ne travaillent pas déjà, avec pour beaucoup d'entre eux l'argent de poche donné par leurs parents pour seuls revenus. Et les 18-25 ans sont généralement étudiants, avec un budget lui aussi limité, qu'il soit financé par leurs parents ou qu'ils doivent travailler par eux-mêmes, en parallèle de leurs études<sup>238</sup>.

Par conséquent, proposer un tarif réduit aux 15-25 ans est une piste envisageable – et souvent mise en place – par les institutions culturelles et cinématographique pour faire venir un public jeune, aux moyens financiers davantage limités. Souvent avec succès... Mais à condition de fixer le bon prix pour les bonnes tranches d'âges, comme me l'a fait remarquer François Causse, Co-Directeur de La Filmothèque du Quartier Latin. Et attention, si le prix d'une place est un paramètre de poids, il ne suffit pas : « c'est une condition nécessaire mais non suffisante » comme me l'a dit François Causse, car la programmation reste le « moteur » :

Pour les 15-25 ans, nous avons créé un nouveau tarif, pour favoriser leur retour, qui n'existait pas auparavant. Avant le Covid, on avait un tarif à 4 euros pour les moins de 20 ans, qui était particulièrement attrayant. Mais il ne marchait pas si bien que ça, on avait finalement assez peu d'entrées, par rapport au nombre total. A la reprise [post-

<sup>&</sup>lt;sup>236</sup> Site du Printemps du Cinéma: https://www.printempsducinema.com/

<sup>&</sup>lt;sup>237</sup> Site de la Fête du Cinéma : https://www.feteducinema.com/

<sup>&</sup>lt;sup>238</sup> Galland, O. & Lazar, M. (2022, février). *Une jeunesse plurielle. Enquête auprès des 18-24 ans.* Institut Montaigne. <a href="https://www.institutmontaigne.org/publications/une-jeunesse-plurielle-enquete-aupres-des-18-24-ans">https://www.institutmontaigne.org/publications/une-jeunesse-plurielle-enquete-aupres-des-18-24-ans</a>

Covid], on s'est dit qu'il faudrait peut-être qu'on innove, qu'on fasse quelque chose pour leur donner envie de revenir. On a décidé d'augmenter l'âge tout en augmentant aussi un peu le tarif : on a fait 5 euros pour les moins de 26 ans. Pour s'aligner aussi sur les tarifs moins de 26 ans de beaucoup d'institutions, la SNCF, etc. C'est quelque chose qui est ancré dans les esprits. On s'est rendu compte qu'en passant de 20 à 26 ans, ce tarif a très bien marché. Donc là c'est plutôt la tranche supérieure des 15-25 ans. Et ce tarif a connu un grand succès, au contraire de son prédécesseur. Je crois d'ailleurs qu'on est légèrement moins cher que les concurrents. MK2 avait lancé son tarif à 4,90 euros, je crois qu'il a augmenté depuis. En tout cas, c'est l'une des offres les plus intéressantes actuellement, à Paris, pour cette tranche d'âge. Donc voilà, il faut toujours donner envie aux gens de venir. Les tarifs c'est toujours important, mais c'est une condition nécessaire mais non suffisante! Si les gens n'ont pas envie de venir, si on pouvait les inviter ils ne viendraient pas. Donc c'est la programmation, en fait, le moteur [emphase ajoutée]. Et le tarif, enfin l'économie, ne doit pas être un obstacle. Comme il l'était peut-être, parce que justement, 5 euros la place, on a franchi un cap psychologique, peut-être, qui fait que les gens se disent que ce n'est pas cher. Pour ceux qui n'ont pas les cartes illimitées, parce qu'on a aussi beaucoup de nos spectateurs qui ont des cartes UGC et le Pass [CinéPass, des cinémas Pathé], que nous acceptons depuis 2006. On les a acceptées très rapidement, ça a été aussi un des leviers de la hausse de la fréquentation de la salle. Qui, comme le disait Jean-Max, est passée de 48 000, la dernière année, je pense, de l'ancienne propriétaire, à 113 000 l'année dernière. Il n'est pas impossible qu'on fasse un peu mieux cette année. On va essayer d'établir notre record. Au-delà, je pense qu'on va atteindre un peu nos limites, parce que nous avons pratiquement les plus petites salles du quartier.239

Oui, le prix a beau être une variable importante pour faire venir des publics à la culture, elle ne saurait faire oublier l'importance prépondérante de la programmation : le choix des films de patrimoine proposés, l'angle pris pour les promouvoir. Bouclant ainsi la boucle des stratégies que l'on a pu balayer dans cette grande partie de notre étude.

Des solutions multiples, nous l'avons vu, peuvent être mises en œuvre, qui pour beaucoup d'entre elles rencontrent un certain succès auprès des jeunes. Néanmoins, il ne faut pas omettre certaines limites qui persistent et qui sont bien réelles. Nous allons donc en

<sup>&</sup>lt;sup>239</sup> Entretien avec François et Jean-Max Causse, réalisé en présentiel le 19 août 2023.

lister quelques-unes à présent, puis formuler quelques recommandations pour contrebalancer ces limites et pour compléter les stratégies listées ci-dessus.

# 3. Limites de la promotion du cinéma de patrimoine et quelques recommandations

Dans cette partie, je souhaite aborder plusieurs limites aux stratégies déployées par les professionnels du cinéma de patrimoine. Ces limites sont inhérentes au domaine du cinéma de patrimoine, et rendent par essence difficile son appropriation par les jeunes. Elles constituent aussi, pour certaines d'entre-elles, des limites propres à ces acteurs du cinéma de patrimoine ou à la conjoncture, le modèle économique de ce secteur étant fragile et bouleversé par les récents changements technologiques, l'évolution des sociétés et les crises comme celle du Covid ou la guerre en Ukraine.

Je souhaite également formuler par la suite quelques pistes de recommandations en complément, car des éléments reviennent de façon récurrente, sur certains manques, ou certaines actions qui au contraire marchent bien, et qu'il faut continuer à développer. Ces recommandations proviennent également de réflexions personnelles, muries avant que j'effectue ce travail et qui se trouvent confirmées par les témoignages que j'ai recueillis.

## 3.1. Limites de la promotion du cinéma de patrimoine

# 3.1.1. Le manque de reconnaissance du cinéma de patrimoine par le grand public : l'effet « films en noir et blanc » ou « vieux films »

On pourrait penser que le cinéma de patrimoine part un peu « perdant » dès le départ... Je m'explique. Dans un monde où l'image est omniprésente, où les effets spéciaux et les jeux vidéo, toujours plus réalistes, ambitieux et bluffants, deviennent la norme visuelle aujourd'hui, les films anciens, et notamment les films en noir et blanc (sans parler du cinéma muet), sont perçus un peu comme des « antiquités » par les jeunes.

Avec notamment cette fameuse barrière des films en noir et blanc : tant qu'ils sont en couleur, « ça va ». Mais s'ils sont monochromes, c'est beaucoup plus compliqué de les faire accepter par les jeunes... Alors que tout cinéphile dira qu'une fois cette barrière dépassée (comme celle de la version originale sous-titrée), c'est tout un monde qui s'ouvre, les films en noir et blanc regorgeant de chefs-d'œuvre universels et intemporels.

Ce n'est pas un hasard si un certain nombre de films, et notamment de films de patrimoine, sont inscrits au Registre international « Mémoire du monde » de l'UNESCO<sup>240</sup>, montrant dans leur diversité toute la richesse du patrimoine cinématographique.

On peut ainsi citer les films des frères Lumière, qui comptent parmi les tous premiers films cinématographiques jamais tournés; *Metropolis* de Fritz Lang (1927), sommet du cinéma muet, qui a inspiré tant de films et d'artistes, de Ridley Scott à Francis Ford Coppola, en passant par le groupe de musique Kraftwerk ou la chanteuse Janelle Monáe; *Le Magicien d'Oz* de Victor Fleming (1939), film culte pour des générations de spectateurs, aux Etats-Unis et partout dans le monde; la filmographie de Norman McLaren, figure éminente de l'animation; les films d'actualité et les photographies de l'ex-Istituto Luce (aujourd'hui Cinecittà S.p.A.), institution italienne qui détient les archives de Cinecittà, la ville mondiale du cinéma avec Hollywood; la collection de films et de vidéos « John Marshall Ju-'hoan Bushman », qui a une valeur anthropologique inestimable; *Los Olvidados* de Luis Buñuel (1950), véritable brûlot cinématographique, politique et social tourné au Mexique par un célèbre cinéaste espagnol; ou encore le « film de Westerbork », documentaire portant sur le camp nazi éponyme, établi aux Pays-Bas pendant la Seconde Guerre Mondiale.

Toutes ces œuvres cinématographiques, documentaires ou de fiction, ont été jugées dignes d'être préservées pour les générations futures. C'est le signe de l'importance que revêtent ces films anciens, ces films de patrimoine. Ils ont beau, parfois, être difficiles d'accès (au sens propre comme au sens figuré), leur transmission vaut la peine, c'est ce que nous dit l'UNESCO.

Ainsi, on ne peut pas nier la difficulté qu'il y a à faire connaître, et plus encore à faire aimer le cinéma de patrimoine aux jeunes de 15-25 ans. Une difficulté dont tous les professionnels de ce secteur sont bien conscients... Mais cela ne les empêche pas de fournir un travail extraordinaire pour conserver et transmettre cet héritage, qui figure, au même titre que les autres arts et les autres expressions culturelles, au patrimoine mondial de l'humanité.

Et si l'on veut revenir à des considérations plus terre à terre, la « bataille » ou la « guerre » sont loin d'être perdues. Pour peu qu'on trouve les bons moyens de transmettre cet héritage, les jeunes seront souvent beaucoup plus prompts qu'on ne le pense à s'en emparer. J'en reviens pour cela à l'interview de Chloé (20 ans) et Raphaël (17 ans) :

<sup>&</sup>lt;sup>240</sup> https://fr.wikipedia.org/wiki/Registre international M%C3%A9moire du monde

Chloé: Je pense évidemment que le cinéma de patrimoine est toujours important. Il est intéressant au même titre que le cinéma d'aujourd'hui, dans la mesure où les histoires sont basées sur des humains qui les ont faites il y a 50 ans, donc ce n'est pas si différent. Même s'il y a certains thèmes qui sont apparus, ce genre de choses... Mais globalement, je pense que les histoires sont aussi intéressantes. Il y a juste des idées, des manières différentes de faire. Donc ça, c'est aussi intéressant juste d'un point de vue cinématographique. Ça te donne des trucs un peu différents à voir, ça t'ouvre un peu. Mais globalement, je pense que c'est intéressant parce que ça été fait et ça ne sera pas refait. C'est comme demander si un livre est intéressant.

Raphaël: Pour moi tous les films sont au même niveau, je ne fais pas trop de différence entre les anciens films ou les nouveaux films. Pour moi ils sont aussi intéressants les uns que les autres

*Chloé*: Oui c'est ça. Mais comme on a eu l'habitude de voir des films de toutes époques [par leur père], voire même plutôt des films anciens, on ne fait pas trop de différence entre les deux.<sup>241</sup>

Cet échange montre selon moi tout le paradoxe, tout sauf insurmontable, du rapport entre les jeunes et le cinéma de patrimoine : pour peu qu'on leur tende la main, qu'on les incite à s'intéresser à ce genre de films, qu'on fasse l'effort de se mettre à leur niveau, qu'on trouve les mots ou les moyens de leur transmettre ce goût pour le cinéma de patrimoine... ils vont s'y intéresser.

D'où l'importance de l'éducation familiale, d'où l'importance de l'éducation à l'image et des dispositifs scolaires, d'où l'importance de toutes les actrices et de tous les acteurs du cinéma de patrimoine, qui jouent un rôle essentiel dans le passage de cet héritage d'une génération à une autre. C'est un travail inlassable, difficile, mais ô combien nécessaire. Car sans eux, c'est quasiment certain, les jeunes perdront ce lien avec ces films anciens.

#### 3.1.2. Un manque de visibilité du cinéma de patrimoine à la télévision

Justement, en parlant de lien... On l'a vu au début de cette étude et lors d'entretiens avec des professionnels, un lien qui était fort, et qui a permis de construire des générations de cinéphiles, a été rompu. Ce lien, c'est celui qui unissait la télévision et son public autour des films de patrimoine.

<sup>&</sup>lt;sup>241</sup> Entretien avec Chloé et Raphaël, réalisé en présentiel le 8 août 2023.

Beaucoup d'acteurs du cinéma de patrimoine s'accordent à le dire, il y a eu une rupture dans la transmission de ce cinéma. Si la télévision a été perçue un temps comme un concurrent dangereux<sup>242</sup>, elle a fini par être un formidable passeur pour les cinéphiles de différentes générations, grâce à des émissions de passionnés et à la diffusion plus ou moins importante de films de patrimoine de toutes époques pendant un certain nombre d'années.

Or ce type d'émissions et ces diffusions de films de patrimoines se sont faites de plus en plus rares avec le temps, voire ont disparu, même sur les chaînes du service public... Sauf sur Arte, vaillante résistante, bien seule aujourd'hui... Une rupture a donc bien eu lieu dans cette chaîne de transmission, avec des conséquences peut-être irréversibles...

En 2020, au Marché International du Film Classique de Lyon, Nathanaël Karmitz, Président du Directoire du Groupe MK2, ne mâchait pas ses mots :

Nathanaël Karmitz a qualifié la programmation du groupe télévisuel de « plate », avant d'enfoncer le clou en affirmant que « France Télévisions a abandonné depuis plus de dix ans le terrain du cinéma de Patrimoine ».<sup>243</sup>

On l'a vu, promouvoir le cinéma de patrimoine, c'est à la fois transmettre un héritage humain d'une richesse inouïe... Et en quelque sorte faire œuvre de service public, tant cette transmission ne va pas de soi, est difficile et requiert une énergie continuelle.

Or si même les chaînes de télévision du service public abandonnent ce combat, alors qui pourra défendre ce cinéma de patrimoine ? Arte résiste, mais peut-elle tenir seule, à la longue, avec son budget<sup>244</sup> 8 fois inférieur à celui de France Télévisions et de ses 2,4 milliards d'euros<sup>245</sup>, comme on l'a vu plus haut ?

Si l'on voulait pousser la question dans ses retranchements, on pourrait se demander si les chaînes de télévision gratuites ont encore un rôle à jouer dans la promotion du cinéma de patrimoine. Or on a pu le constater précédemment, Arte arrive à attirer près de 2 millions

<sup>&</sup>lt;sup>242</sup> Creton, L. (2020). L'Economie du cinéma en 50 fiches, 6e édition, Paris, Armand Colin.

<sup>&</sup>lt;sup>243</sup> Marché International du Film Classique. (2020, 14 octobre). *La filière du Patrimoine en mutation* [Conférence] Festival Lumière à Lyon. <a href="https://www.mifc.fr/actualit%C3%A9s/table-ronde-mifc-2020-la-filiere-du-patrimoine-en-mutation.html">https://www.mifc.fr/actualit%C3%A9s/table-ronde-mifc-2020-la-filiere-du-patrimoine-en-mutation.html</a>

<sup>&</sup>lt;sup>244</sup> Chiffres disponibles sur le site du Sénat : <a href="https://www.senat.fr/rap/a22-120-41/a22-120-413.html">https://www.senat.fr/rap/a22-120-41/a22-120-413.html</a>
<sup>245</sup> Sallé, C. (2022, 28 octobre). France Télévisions va faire des économies sur les programmes. *Le Figaro*. <a href="https://www.lefigaro.fr/medias/france-televisions-va-faire-des-economies-sur-les-programmes-20221028">https://www.lefigaro.fr/medias/france-televisions-va-faire-des-economies-sur-les-programmes-20221028</a>

de spectateurs devant des films de patrimoine<sup>246</sup>. C'est le signe que oui, répétons-le encore une fois, ces films anciens intéressent encore des gens, y compris des jeunes, en 2023.

Une autre raison, qu'il ne faut pas délaisser, est la question du coût d'accès à la culture. On l'a vu avec François Causse<sup>247</sup>, le prix d'une place de cinéma est une « condition nécessaire mais non suffisante » pour faire venir des jeunes en salles. Non suffisante... mais nécessaire. Ainsi, si l'on veut que, comme les générations précédentes, des jeunes puissent voir à 8-10 ans des films de patrimoine et y prendre goût, si l'on veut que des lycéens ou des jeunes étudiants puissent construire leur culture cinématographique, oui, les chaînes de télévision ont un rôle à jouer.

Pour parachever le tout, comme si la situation n'était pas assez compliquée pour France Télévisions, la stratégie du gouvernement français n'est pas rassurante dans ce domaine. Lui qui a jugé bon, sous l'impulsion d'Emmanuel Macron, de supprimer la redevance télévisuelle en 2022<sup>248</sup>, remettant radicalement en cause l'indépendance financière de l'audiovisuel public et déstabilisant ainsi son action à long terme...

#### 3.1.3. Un besoin inépuisable de médiation et de contextualisation

Pour finir avec les limites à la promotion du cinéma de patrimoine, évoquons une difficulté récurrente et intrinsèque à la transmission de cet héritage. Certains professionnels s'en étonnent, d'autres le savent très bien : chaque année une nouvelle génération de cinéphiles découvre le cinéma de patrimoine, il faut donc refaire inlassablement ce travail de promotion et de médiation de ce cinéma.

C'est ce qu'évoque dans une interview Vincent Paul-Boncour, co-fondateur et Directeur de Carlotta Films, personnalité incontournable du domaine du cinéma de patrimoine :

*Timé Zoppé* : Quand on fait ce métier [de] distributeur, particulièrement de films de patrimoine, comment l'engagement se traduit-il ?

<sup>&</sup>lt;sup>246</sup> Serrell, M. (2020, 27 avril). *Cinéma et télévision publique, un nouvel élan patrimonial* [Emission de radio]. France Culture. <a href="https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/la-theorie/cinema-et-television-publique-un-nouvel-elan-patrimonial-2713672">https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/la-theorie/cinema-et-television-publique-un-nouvel-elan-patrimonial-2713672</a>

<sup>&</sup>lt;sup>247</sup> Entretien avec François et Jean-Max Causse, réalisé en présentiel le 19 août 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>248</sup> Madelaine, N. (2022, 7 avril). *Audiovisuel public : la fin de la redevance n'est pas un détail*. Les Echos. <a href="https://www.lesechos.fr/idees-debats/editos-analyses/audiovisuel-public-la-fin-de-la-redevance-nest-pas-un-detail-1399043">https://www.lesechos.fr/idees-debats/editos-analyses/audiovisuel-public-la-fin-de-la-redevance-nest-pas-un-detail-1399043</a>

Vincent Paul-Boncour: On ne se pose pas ce genre de questions. Être distributeur, éditeur, d'autant plus sur des films de patrimoine, c'est un engagement, la mission — ce sont des grands mots — de transmettre l'histoire du cinéma. C'est ce qui m'a toujours plu dans mon métier, être un passeur. Prend[re] un film de n'importe quelle époque et le faire découvrir. Bien sûr avec l'aide des programmateurs, des journalistes, et de toute la chaîne. Nous-mêmes, distributeurs, on découvre des films dont on ne soupçonnait même pas l'existence, qui arrivent des quatre coins du monde. Le cinéma est tellement large, avec 120 ans d'histoire, que c'est une découverte constante. On fait découvrir à la fois des films qui sortent « de nulle part », que les gens ne connaissent pas — et nous les premiers —, et on continue de faire exister des grands classiques. C'est important de les montrer constamment parce que sinon ils disparaissent de la mémoire collective. Il faut montrer et remontrer des Hitchcock, des Buñuel, des Pasolini, des Ford pour les nouvelles générations de cinéphiles.<sup>249</sup> [emphase ajoutée]

Il faut également inlassablement recontextualiser les films de patrimoine, car la société évolue continuellement, et tel film ostracisé à sa sortie sera réhabilité aujourd'hui, tandis que tel autre porté aux nues à l'époque ou plus récemment sera vilipendé de nos jours. D'où le titre et la ligne éditoriale, par exemple, du périodique et du média Revus & Corrigés<sup>250</sup>.

Bref, le travail de médiation et de promotion du cinéma de patrimoine n'est pas près de s'arrêter...

## 3.2. Quelques recommandations complémentaires

J'ai évoqué tout au long de ce mémoire un ensemble de pratiques, de « bonnes pratiques » même pourrait-on dire – c'est-à-dire d'actions qui ont prouvé leur efficacité – mises en œuvre par des professionnels afin de promouvoir le cinéma de patrimoine auprès des jeunes de 15-25 ans. Il y en a certainement d'autres que j'ai omises, tant les professionnels de la culture et du cinéma redoublent d'inventivité, en permanence, pour transmettre leur passion et cette riche histoire du septième art.

<sup>249</sup> Zoppé, T. (2022, 4 avril). Vincent Paul-Boncour, distributeur : « Il faut montrer et remontrer des Hitchcock, des Buñuel, des Pasolini, pour les nouvelles générations de cinéphiles ». *Troiscouleurs*. https://www.troiscouleurs.fr/article/vincent-paul-boncour-distributeur-il-faut-montrer

<sup>&</sup>lt;sup>250</sup> Rouyer, P. (2019, novembre). Revus & Corrigés, dépoussiérer l'image du cinéma de patrimoine. Entretien avec Sylvain Lefort, *La Lettre du SFCC [Syndicat Français de la Critique de Cinéma]*, (53). <a href="https://www.syndicatdelacritique.com/actualite/revus-corriges-lactualite-du-cinema-de-patrimoine">https://www.syndicatdelacritique.com/actualite/revus-corriges-lactualite-du-cinema-de-patrimoine</a>

J'ai pu ainsi, à travers ces stratégies listées plus haut, esquisser des recommandations, ou du moins des façons de faire qui ont fait leurs preuves.

Dans cette partie, je souhaite à présent apporter un regard un peu décalé, suggérer un pas de côté, et émettre des propositions – recommandations étant un grand mot – pour contribuer également, en complément, à la promotion du cinéma de patrimoine auprès des jeunes de 15-25 ans.

Certaines ont déjà été formulées différemment, en filigrane, précédemment dans ce document, et toutes méritent certainement un plus long examen que les quelques lignes que je vais tracer, pour en éprouver la validité. Mais j'espère qu'elles permettront, elles aussi, de contribuer à la réflexion des lecteurs et des lectrices de ce mémoire.

## 3.2.1. Mobiliser tous les acteurs du secteur pour réhabiliter le cinéma de patrimoine autour d'une vaste campagne de communication

C'est peut-être une idée saugrenue, mais je pense qu'il y a des barrières et des clichés négatifs à faire tomber quant au cinéma de patrimoine, notamment auprès du grand public. Est-ce qu'on parle de « vieux tableaux » ou de « vieille peinture » quand on évoque Le Caravage ou Van Gogh ? Est-ce qu'on parle de « vieille musique » quand on évoque Bach ou Mozart, les Beatles ou les Rolling Stones, Otis Redding ou Marvin Gaye ? Alors pourquoi ce cliché tenace selon lequel les films de patrimoine seraient « poussiéreux », ineptes ou n'auraient plus rien à nous dire ?

J'en avais discuté avec Eugénie Filho, Directrice de publication et Gérante du périodique et du média *Revus & Corrigés*. Tout comme un grand nombre de professionnels du secteur du cinéma de patrimoine, elle partage ce constat :

Les « vieux films »... on les appelait les « vieux films », alors qu'on ne parle pas de « vieilles peintures », de « vieille musique », etc. On se demandait donc : comment est-ce qu'on parle à tous et toutes de ces films qui ressortent ? Comment on les montre ? Comment on amène de nouveaux regards sur ces films ? ... Et en plus, s'ils ressortent, c'est bien qu'ils parlent encore de quelque chose. Chaque génération amène ses regards. Mais surtout depuis 2017, avec #MeToo, il y a pas mal de changements... Toute la critique culturelle a évolué. Et il y a des films qui sont réévalués. Par exemple, *Les Petites Marguerites*, de Věra Chytilová – magnifique film, il est dingue – Malavida l'a ressorti en 2014 une première fois. Il a marché

correctement, mais ça a fait un carton en 2022. Il y a vraiment des films qui ont parlé davantage au public après 2017 qu'avant. Donc je pense qu'à la fois le numérique évolue, et en même temps la société évolue et a besoin de revoir des films. Ça permet aussi de faire remonter des films de femmes, etc.<sup>251</sup>

Déjà en 1930, à la sortie de *La Terre* d'Alexandre Dovjenko, cinéaste soviétique né en Ukraine, on pouvait débattre de ce qu'est l'identité ukrainienne et combien l'emprise de la Russie a bouleversé l'histoire de l'Ukraine et de son peuple. Ce n'est pas un hasard si la Cinémathèque Française a ressorti ce film fondateur et fondamental lors de la soirée de lancement d'une rétrospective consacrée au cinéma ukrainien en septembre 2022 et intitulée *Slava Ukraïni* ! <sup>252</sup> (Gloire à l'Ukraine !), à la suite de l'invasion de l'Ukraine par la Russie, déclenchée en février 2022. *La Terre* est véritablement l'acte de naissance du cinéma ukrainien, un coup de tonnerre et un coup d'éclat dont se souviendront les Ukrainiens, puisqu'ils donneront le nom de ce grand réalisateur à leur cinémathèque nationale : le Centre National Alexandre Dovjenko, communément appelé Centre Dovjenko<sup>253</sup>.

Pour celles et ceux qui en doutaient encore : oui le cinéma de patrimoine est vital, indispensable, constitutif de l'histoire culturelle et humaine des différents pays de ce monde et des êtres humains qui le composent. Et aujourd'hui, encore, il peut nous apprendre des choses, nous questionner, nous enrichir, nous édifier, nous faire « grandir en humanité ».

Comme le disait Samantha Leroy, Responsable de la programmation à la Fondation Jérôme Seydoux-Pathé, le cinéma de patrimoine a de nombreux échos avec le monde d'aujourd'hui... et est en cela passionnant. Même le cinéma muet, souvent sous-estimé voire méprisé :

On avait fait un cycle « Journalistes-reporters », on avait programmé le film de Dziga Vertov *L'Homme à la caméra*. Et il se trouve que la projection a eu lieu 4 jours après le début de la guerre en Ukraine. Donc, là, les gens venaient. Je me disais tiens, c'est étonnant de voir autant de monde qui viennent voir un film, qui est quand même assez connu... Et quelqu'un m'a dit : « Oui, mais c'est tourné en Ukraine », donc il y a des liens qui se font comme ça... Et en fait, ce qui est assez fascinant avec la période du cinéma muet, c'est qu'il y a vraiment, souvent, tout le temps, un écho... Déjà, l'Europe à cette période-là a vécu beaucoup de chamboulements, et il n'y a pas que l'Europe

<sup>&</sup>lt;sup>251</sup> Entretien avec Eugénie Filho, réalisé en présentiel le 12 juillet 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>252</sup> Page de la rétrospective *Slava Ukraïni!*: <a href="https://www.cinematheque.fr/cycle/slava-ukraini-988.html">https://www.cinematheque.fr/cycle/slava-ukraini-988.html</a>

<sup>&</sup>lt;sup>253</sup> Site officiel du Centre Dovjenko: https://dovzhenkocentre.org/

d'ailleurs, le monde entier. Et il y a beaucoup d'échos à ce qu'il se passe aujourd'hui, encore. Donc c'est toujours intéressant de faire des liens, même si on les fait parfois a posteriori. Mais de se dire il se passe vraiment quelque chose. Et je pense que ce n'est pas parce que c'est un cinéma qui est « fini », enfin je veux dire que le cinéma muet n'existe plus tel qu'il était. C'est un cinéma qui existe dans son ensemble. C'est vraiment un cinéma très particulier, mais qui n'est pas quelque chose de mort, en fait. C'est quelque chose qui continue à résonner. A la fois en tant que spectateur, parce qu'on y découvre des choses qu'on ne voit plus dans le cinéma d'après : des trouvailles de mise en scène, esthétiques... Et en même temps, il y a un lien permanent avec la vie en général, mais avec ce qu'il se passe dans le monde actuel, quoi. Donc, c'est assez fascinant. Et plus on creuse, plus on trouve ça intéressant.

Je pense donc que tous les acteurs du cinéma de patrimoine devraient se mobiliser ensemble pour faire tomber les barrières et les clichés qui entravent ce type de cinéma, notamment auprès du grand public. Par exemple en lançant une campagne de communication à vaste échelle pour réhabiliter le cinéma de patrimoine, pour montrer que « les films en noir et blanc » sont toujours actuels, etc. Avec d'autres formulations, plus pertinentes et efficaces, à trouver, bien sûr. Sans hésiter à faire preuve d'humour ou à utiliser d'autres moyens de marquer les esprits.

Il est possible par exemple de recourir à des films et à des visuels des années 1920 et 1930, pendant les Années Folles et l'ère pré-code Hays, une époque libre qui possède de nombreuses résonnances avec notre monde d'aujourd'hui. Une autre époque qui pourrait être mise en valeur est celle des années 1960, avec les nombreuses Nouvelles Vagues, en France bien sûr, mais aussi en Pologne, en République Tchèque, en Slovaquie, au Japon, etc. Ou encore l'ère contestataire des années 1960-1970, notamment avec le courant du Nouvel Hollywood aux Etats-Unis, avec de nombreux films, de nombreux cinéastes et de nombreux acteurs et actrices iconiques. Et bien sûr, d'autres films d'autres époques peuvent sûrement être tout autant mis en avant. Bref, l'histoire du cinéma est tellement riche qu'il y a plein de porte d'entrées pour la promouvoir. Et le cinéma étant avant tout un art de l'image, il y a de nombreuses façons de trouver des illustrations éloquentes pour inciter les spectateurs à découvrir ou redécouvrir des films de patrimoine.

Des campagnes de publicité récentes ont vu différents acteurs majeurs du secteur du cinéma s'unir pour promouvoir cet art auprès du grand public. Par exemples, les campagnes

<sup>&</sup>lt;sup>254</sup> Entretien avec Samantha Leroy, réalisé en présentiel le 21 juin 2023.

qui ont été lancées à la suite du Covid-19 pour faire revenir le public en salles, mise en œuvre, entre autres, par le CNC et la Fédération Nationale des Cinémas Français (FNCF)<sup>255</sup>.

Je pense qu'une campagne de publicité intelligente, avec un angle intéressant et une forme percutante peut faire bouger les lignes et questionner les spectateurs et spectatrices de tous âges, y compris les jeunes. Ou au moins, créer un débat de société.

Je prends l'exemple d'une autre campagne de communication récente qui a beaucoup fait parler d'elle, et que je trouve très intéressante : celle du Musée National de l'Histoire de l'Immigration, au sein du Palais de la Porte Dorée, organisée par l'agence de communication BETC<sup>256</sup>, dont voici quelques visuels ci-dessous. Il y a sûrement quelque chose à faire, et ces exemples peuvent nous inspirer.



<sup>&</sup>lt;sup>255</sup> Page du Ministère de la Culture consacré à cette campagne de publicité : <a href="https://www.culture.gouv.fr/Actualites/Les-salles-de-cinema-veulent-reconquerir-leur-public">https://www.culture.gouv.fr/Actualites/Les-salles-de-cinema-veulent-reconquerir-leur-public</a>

<sup>&</sup>lt;sup>256</sup> Page dédiée à cette campagne de publicité sur le site du Palais de la Porte Dorée : <a href="https://www.histoire-immigration.fr/nouvelle-campagne-de-communication">https://www.histoire-immigration.fr/nouvelle-campagne-de-communication</a>





Affiches de publicité pour le Musée National de l'Histoire de l'Immigration

# 3.2.2. Mobiliser les acteurs du secteur pour un retour significatif du cinéma de patrimoine sur les chaînes de France Télévisions

On l'a vu précédemment, un grand nombre d'acteurs du secteur du cinéma de patrimoine se sont mobilisés à travers une tribune collective, publiée dans Le Monde, en 2020<sup>257</sup>, pour inciter la direction de France Télévisions et les pouvoirs publics à rediffuser plus largement des films de patrimoines et des émissions s'y rapportant.

Une initiative nécessaire et louable. Néanmoins, le problème ne date pas d'hier et est plus profond. Serge Toubiana faisait déjà le même constat en 2003! Notamment dans son rapport qui a fait date, *Toute la mémoire du monde*. Un rapport tellement important que c'est lui qui a préfiguré la refonte totale et la nouvelle stratégie de la Cinémathèque Française, dont

<sup>&</sup>lt;sup>257</sup> Tribune. (2020, 26 avril). « Retour massif du cinéma sur France Télévisions : souhaitons que cette envie frénétique perdure après le confinement ! ». *Le Monde*. <a href="https://www.lemonde.fr/idees/article/2020/04/26/retour-massif-du-cinema-sur-france-televisions-souhaitons-que-cette-envie-frenetique-perdure-apres-le-confinement 6037795 3232.html.

L'ensemble des signataires (ainsi que la tribune) sont visibles sur le site de Revus & Corrigés : <a href="https://revusetcorriges.com/2020/04/29/pour-une-diversite-du-cinema-sur-france-televisions-en-periode-de-confinement-et-apres/">https://revusetcorriges.com/2020/04/29/pour-une-diversite-du-cinema-sur-france-televisions-en-periode-de-confinement-et-apres/</a>

il a pris la tête en mai 2003, dans la foulée de la remise de ce rapport au Ministre de la Culture de l'époque, Jean-Jacques Aillagon. Voici ce que Serge Toubiana écrivait déjà à l'époque :

On n'insistera jamais assez sur l'importance du travail de réédition en salles des films du répertoire, tel qu'il est mis en œuvre par quelques distributeurs indépendants. C'est en effet l'occasion pour de nouvelles générations de spectateurs de découvrir de grands classiques sur grand écran. Ce travail est aujourd'hui plus difficile, plus aléatoire et plus risqué, du fait du développement de nombreuses chaînes de télévision thématiques, qui programment sur le câble un très grand nombre de films classiques. Cette concurrence s'exerce au détriment des distributeurs. On constate également que les cases « ciné-club » ont pratiquement disparu des grilles de programmation des chaînes hertziennes généralistes, y compris celles du service public (exception faite de France 3 le dimanche soir, et de Arte dont l'audience se développe grâce à ses différentes cases consacrées au cinéma). Il n'en reste pas moins que la diminution du nombre de films diffusés par les chaînes hertziennes a entraîné une marginalisation du cinéma classique, y compris le plus récent, celui des années 70 et 80 : les films de Truffaut et de Sautet, pour ne citer que deux exemples, ne sont plus programmés en « prime time ». On ne peut pas considérer que le développement des chaînes thématiques compense cette diminution. Les chaînes généralistes publiques devraient utiliser totalement les capacités de diffusion des films que leur procure la loi, contribuant ainsi à faire découvrir ou redécouvrir davantage de films classiques.

Les chaînes thématiques du câble occupent de fait un créneau laissé entièrement libre par les chaînes généralistes. Afin d'atténuer la concurrence qui s'exerce au détriment des distributeurs indépendants, il est non seulement souhaitable mais envisageable de créer des synergies, pour peu que le travail de réédition des films soit entrepris dans la concertation. Grâce à la promotion et aux comptes rendus de presse qui redonnent aux films leur notoriété, la ressortie des films en salles crée un effet « vitrine » qui est profitable aux films télédiffusés. Il peut donc y avoir une communauté d'intérêts entre distributeurs indépendants et programmateurs de chaînes, même si, répétons-le, les premiers prennent des risques économiques autrement plus significatifs. La concertation est susceptible de favoriser des synergies éditoriales. <sup>258</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>258</sup> Toubiana, S. (2003, 27 janvier). « Toute la mémoire du monde. Mission de réflexion sur le patrimoine cinématographique en France, rapport présenté à M. Jean-Jacques Aillagon, Ministre de la culture et de la Communication ». <a href="https://www.vie-publique.fr/rapport/25815-toute-la-memoire-du-monde-rapport-de-la-mission-de-reflexion-sur-le-pa">https://www.vie-publique.fr/rapport/25815-toute-la-memoire-du-monde-rapport-de-la-mission-de-reflexion-sur-le-pa</a>

Il faut le lire pour le croire. 2003-2023, 20 ans. On a l'impression que rien n'a changé pendant tout ce temps... Et l'on comprend que les professionnels du secteur soient remontés contre France Télévisions!

Il leur faut donc, à mon sens, continuer ce travail de lobbying auprès de leurs autorités de tutelles (CNC, Ministère de la Culture...), en unissant leurs forces, en trouvant un terrain d'entente entre tous les syndicats de la profession... qui sont nombreux et qui savent habituellement faire entendre leur voix.

Toutefois, pour apporter peut-être une lueur d'espoir, la nomination en janvier 2021 de Manuel Alduy, en tant que Directeur du Cinéma et du Développement International de France Télévisions<sup>259</sup>, a apparemment été plutôt bien accueillie par un certain nombre des professionnels que j'ai rencontrés. Il n'est pas anodin qu'il se soit déplacé jusqu'au Marché International du Film Classique, en octobre 2022, à Lyon, pour rencontrer les professionnels du secteur et présenter la stratégie cinéma de France Télévisions<sup>260</sup>. Signe de l'intérêt nouveau du groupe audiovisuel public pour le cinéma de patrimoine, et prémices d'un changement positif à venir ?

# 3.2.3. Solliciter davantage l'avis des jeunes et accroître leur participation aux actions de diffusion et de promotion des films de patrimoine

Pour finir, je vais appuyer une pratique déjà mise en œuvre dans le secteur du cinéma de patrimoine, et qui me semble tellement intéressante que je n'hésite pas à la mentionner de nouveau. Je parle bien sûr des actions de co-programmation, par et pour les jeunes.

Cet axe, déjà mobilisé par certains acteurs du secteur, devrait être davantage développé à mon sens. La journaliste de 27 ans Salomé Saqué le montre dans son livre *Sois jeune et tais-toi*, sorti en 2023<sup>261</sup>, et qui a eu un grand retentissement : les générations plus âgées ont parfois tendance à prendre un peu de haut les jeunes... Or ceux-ci sont curieux et engagés, ils ne demandent qu'à être considérés et entendus, comme on a pu le voir tout au long de ce mémoire.

<sup>&</sup>lt;sup>259</sup> Nomination de Manuel Alduy: https://www.francetypro.fr/contenu-de-presse/8330782

<sup>&</sup>lt;sup>260</sup> Site du MIFC: https://www.mifc.fr/actualit%C3%A9s/rencontre-avec-manuel-alduy.html

<sup>&</sup>lt;sup>261</sup> Saqué, S. (2023, mars). Sois jeune et tais-toi. Réponse à ceux qui critiquent la jeunesse. Paris. Payot.

On a longuement parlé des ciné-clubs co-programmés par les jeunes. Mais il existe d'autres moyens et d'autres formes d'organisation pour faire contribuer et impliquer les jeunes. En voici deux, mais il y en a certainement plein d'autres qui existent ou qu'il reste à inventer.

### 3.2.3.1. Les « comités de jeunes » : les faire contribuer à la stratégie et aux décisions

Cette logique participative peut aussi s'effectuer, à mon sens, à un niveau plus « stratégique », au sein d'organisations comme les cinémathèques et les salles de cinéma, ou encore les distributeurs ou les éditeurs de films. Après tout, comme le disait Corneille : « aux âmes bien nées, la valeur n'attend point le nombre des années »<sup>262</sup>. Alors pourquoi ne cantonner les jeunes qu'aux marges, sans les inclure dans les processus de décisions ?

Pourquoi ne pas créer, par exemple, un comité éditorial de jeunes comme les « shadow committees » ou « shadow boards » dans les grandes entreprises des secteurs privé et public ? Un certain nombre d'entre elles en ont mis en place, même (et justement ?) dans des secteurs créatifs comme la mode et le luxe, en remportant un certain succès, à l'instar de Prada ou Gucci<sup>263</sup>. En France, certaines entreprises sont bien connues pour avoir mis des comités de ce type en place, comme AccorHotels, suivie ensuite par des entreprises aussi diverses qu'Eiffage, la Macif, la SNCF, Havas, etc. comme le détaille Matthieu Dardaillon dans un article pour Les Echos Start, média consacré aux étudiants et aux jeunes actifs<sup>264</sup>...

Cofondateur de Ticket for Change, startup qui aide les entrepreneurs et intrapreneurs à se développer, Mathieu Dardaillon est un spécialiste de l'entreprenariat et de l'engagement des jeunes. Dans son article, il évoque les bénéfices de ces « comités de jeunes » :

Quelle que soit la forme choisie, les « shadow comex » – ou leur équivalent – répondent en général à 3 objectifs :

- Éclairer les dirigeants, les aider à mieux comprendre les mutations à venir, notamment sur les sujets liés à la révolution digitale.
- Porter un regard critique sur la stratégie de l'entreprise. Les membres du shadow comex ont accès aux mêmes informations que le comex. Seulement, ils ne sont pas décisionnaires, mais seulement « consultatifs ».

<sup>&</sup>lt;sup>262</sup> Corneille, P. (1637). Le Cid. Paris. Le Livre de Poche.

<sup>&</sup>lt;sup>263</sup> Jordan, J. & Sorell, M. (2020, 12 septembre). *Pourquoi vous devriez créer un « shadow board » de jeunes collaborateurs*. Harvard Business Review France. <a href="https://www.hbrfrance.fr/chroniques-experts/2020/09/31289-pourquoi-vous-devriez-creer-un-shadow-board-de-jeunes-collaborateurs/">https://www.hbrfrance.fr/chroniques-experts/2020/09/31289-pourquoi-vous-devriez-creer-un-shadow-board-de-jeunes-collaborateurs/</a>

<sup>&</sup>lt;sup>264</sup> Dardaillon, M. (2017, 8 octobre). *Shadow Comex : ces boites qui veulent donner du pouvoir aux jeunes*. Les Echos Start. <a href="https://start.lesechos.fr/travailler-mieux/vie-entreprise/shadow-comex-ces-boites-qui-veulent-donner-du-pouvoir-aux-jeunes-1177959">https://start.lesechos.fr/travailler-mieux/vie-entreprise/shadow-comex-ces-boites-qui-veulent-donner-du-pouvoir-aux-jeunes-1177959</a>

 Porter de nouveaux projets, à la fois en termes de nouvelles offres de services et de produits, et en matière de fonctionnement interne.<sup>265</sup>

On le voit, ces structures donnant la parole aux jeunes peuvent se révéler fructueuses et amener à porter un autre regard sur leur entreprise ou leur organisation, enrichissant ainsi la stratégie et les pratiques des dirigeants.

Il ne faut toutefois pas s'imaginer que mettre en place un tel comité se fait facilement et qu'il résoudra tous les problèmes, notamment si les dirigeants de l'organisation ne soutiennent pas ce comité. Ce type de comité suppose un certain nombre de prérequis, ce qui, le cas échant, conduit à plusieurs limites, évoquées elles aussi par Mathieu Dardaillon :

- 1- Paradoxalement, ce type d'initiatives cherchant à donner plus de voix aux jeunes peut amener à leur mise à l'écart, à l'image des sections « jeunes » des partis politiques. Si le but est réellement de leur donner plus de pouvoir, pourquoi ne pas intégrer des jeunes au comex traditionnel plutôt que de créer un « comex de l'ombre » pour eux ?
- 2- Autre limite : le jeunisme, ou l'absence d'intergénérationnel. En créant des comités de jeunes, on double la réflexion, on la « parallélise », mais on ne confronte pas les avis des différentes générations dans les prises de décision. D'où le contre-pied de Stéphane Richard, PDG d'Orange : « Bien sûr on connaissait le modèle du « shadow comex » d'Accor. Mais sur la forme, on a décidé de faire différemment avec la Petite Fabrique, un programme d'accompagnement de huit mois à destination de 30 jeunes de moins de 30 ans, qui mise sur l'intergénérationnel, avec des « sherpas », mentors qui aiguillent les jeunes au sein de l'organisation », indique-t-il.
- 3- Ces initiatives sont parfois très médiatiques et la démarche peut être mal comprise par celles et ceux qui n'y participent pas : « Cela a pris une telle ampleur que les plus de 35 ans se sont sentis exclus, car je n'ai pas assez valorisé parallèlement leur expertise et leur recul », admet Sébastien Bazin [PDG d'AccorHotels], cité dans Le Monde.
- 4- La question de la diversité doit aussi légitimement être posée. « Une des erreurs les plus courantes est d'aller chercher les talents de manière « classique » les « hauts potentiels » et les graduate programmes alors que les boîtes veulent opérer des pivots stratégiques. Il faudrait aller chercher les hérétiques, les rebelles, les

<sup>&</sup>lt;sup>265</sup> Dardaillon, M. (2017, 8 octobre). *Ibid*.

insoumis, désobéissants... ceux qui vont faire évoluer la norme ! », analyse Emmanuelle Duez, fondatrice de The Boson Project.

- 5- Enfin, l'échelle peut être questionnée. Ces initiatives impliquent quelques dizaines de jeunes, ce qui est peu comparé à l'échelle de ces organisations. Elles permettent de « prendre le pouls » de certains jeunes, mais probablement pas de changer la culture en profondeur.
- 6 La règle d'or à respecter pour Stéphane Guerry d'Havas : « Ne pas être trop économe sur les moyens si on veut que ça marche... Il faut investir en temps, en RH, en moyens financiers, car sinon la déception sera grande ».<sup>266</sup>

Les limites ainsi exprimées, tout comme les autres initiatives quelque peu différentes mises en place dans d'autres groupes, démontrent qu'il existe une grande variété de possibilités et de dispositifs à mettre en place, selon la situation de l'organisation qui les accueille. Mais toujours autour de ce principe clé : faire contribuer les jeunes aux décisions, ou au moins à la réflexion de l'organisation, et à sa stratégie de long terme.

## 3.2.3.2. Les « résidences numériques » : remettre aux jeunes les clés des réseaux sociaux

Au-delà de l'aspect stratégique, il me semble aussi bénéfique de faire appel à des jeunes à un niveau plus opérationnel et/ou éditorial et artistique, notamment pour les actions de communication, de promotion et de médiation des films de patrimoines.

Je prends l'exemple des « résidences » numériques, où certains acteurs culturels ont laissé les clés de leurs comptes sur les réseaux sociaux à des artistes ou des jeunes sur une période limitée.

Le Musée d'Orsay est l'une des premières grandes institutions culturelles à l'avoir expérimenté en France, en faisant appel en 2020 à Jean-Philippe Delhomme, illustrateur réputé, publié régulièrement dans le prestigieux journal *The New Yorker* ou dans *Vanity Fair*, pour mettre en ligne ses dessins depuis le compte Instagram du musée<sup>267</sup>. Alors certes, cet artiste est âgé de 64 ans, mais cette démarche originale a intrigué et a fait parler d'elle<sup>268</sup>,

<sup>267</sup> Page dédie sur le site du Musée d'Orsay : <a href="https://www.musee-orsay.fr/fr/articles/jean-philippe-">https://www.musee-orsay.fr/fr/articles/jean-philippe-</a>

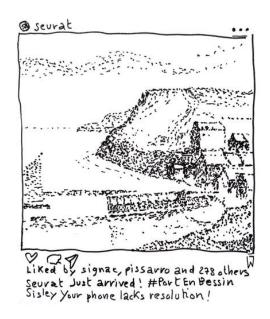
<sup>&</sup>lt;sup>266</sup> Dardaillon, M. (2017, 8 octobre). *Ibid*.

delhomme-en-residence-instagram-350

268 Baldacchino, J. (2020, 11 janvier). Quand le Musée d'Orsay (et d'autres avant lui) offrent leur compte Instagram à des artistes. *France Inter*. <a href="https://www.radiofrance.fr/franceinter/quand-le-musee-d-orsay-et-d-autres-avant-lui-offrent-leur-compte-instagram-a-des-artistes-3914519">https://www.radiofrance.fr/franceinter/quand-le-musee-d-orsay-et-d-autres-avant-lui-offrent-leur-compte-instagram-a-des-artistes-3914519</a>

donnant un coup de jeune à l'image de cette institution muséale. D'autant que cette « campagne » a été bien pensée, Jean-Philippe Delhomme se fondant à la fois dans la ligne éditoriale du musée et dans les codes d'Instagram, en imaginant comment les artistes du 19<sup>e</sup> siècle se seraient emparés de cette application pour documenter leur quotidien, si elle avait existé à l'époque.





Illustrations de Jean-Philippe Delhomme pour le Musée d'Orsay

Cette démarche n'est pas tout à fait nouvelle. D'autres institutions culturelles avaient mis en place de tels dispositifs auparavant, notamment aux Etats-Unis. C'est par exemple le cas du Los Angeles County Museum of Art (LACMA), dédié à l'art contemporain, qui avait accueilli en 2017 sur son comte Instagram une artiste beaucoup plus jeune, Guadalupe Rosales (37 ans à l'époque), pendant 6 semaines<sup>269</sup>.

Ainsi, le numérique est l'opportunité parfaite pour mettre à contribution des jeunes, artistes ou non, pour faire œuvre de médiation et de communication auprès des jeunes de leur âge, particulièrement utilisateurs des réseaux sociaux et dont ils partagent les « codes » de communication. Cela peut être l'occasion de publier des contenus artistiques, mais aussi des contenus sur les structures culturelles elles-mêmes, comme on l'a vu précédemment dans les stratégies déployées à destination des jeunes. En n'hésitant pas à « dévoiler l'envers du décor », à mettre en valeur les métiers de ces organisations, en faisant preuve de *storytelling*.

<sup>&</sup>lt;sup>269</sup> Baldacchino, J. (2020, 11 janvier). *Ibid*.

Nous avons donc pu voir qu'un certain nombre d'actions peuvent être mises en place pour promouvoir le cinéma de patrimoine auprès des jeunes de 15-25 ans, qu'il s'agisse d'actions collectives, à l'échelle du secteur du cinéma de patrimoine, ou au sein de chaque structure culturelle : cinémathèques, distributeurs et éditeurs de films, salles de cinéma....

Il reste encore beaucoup de formes de médiation et d'expériences à imaginer et à mettre en œuvre pour donner toute leur place aux jeunes et leur transmettre les richesses culturelles du passé.

## Conclusion

A l'issue de ce mémoire, nous pouvons nous rendre compte que le cinéma de patrimoine dispose d'un beau potentiel. C'est un cinéma certes plus ancien, mais qui possède un grand nombre de liens avec notre société actuelle, et qui permet de poser dessus un regard enrichi et renouvelé pour toutes les générations qui s'y abreuvent.

C'est un cinéma qui attire moins les jeunes, notamment ceux de 15-25 ans, mais qui peut tout de même leur parler, sous réserve que les professionnels du secteur mettent en place les bonnes stratégies et actions d'intermédiation.

Ainsi, nous avons vu que tout un panel de méthodes peuvent être utilisées avec profit pour promouvoir le cinéma de patrimoine auprès des jeunes de 15-25 ans. Tout d'abord, programmer et choisir des films susceptibles d'intéresser ces jeunes, en n'hésitant pas à innover dans la façon de les présenter, tout en mettant l'accent sur des thématiques ou des histoires qui entrent en résonnance avec le monde d'aujourd'hui et les préoccupations des jeunes générations.

Ne pas hésiter à adopter une approche transdisciplinaire, en recourant par exemple à la « pop culture », pour relier les films anciens à la culture des jeunes d'aujourd'hui... mais sans non plus oublier les films de patrimoine qui paraissent moins faciles d'accès.

Utiliser à la fois la communication, notamment la communication digitale, et la médiation culturelle, en n'hésitant pas à s'inspirer de ce qui se fait de mieux dans les autres champs culturels et artistiques.

Faire contribuer les jeunes : les solliciter pour qu'ils co-programment eux-mêmes des films de patrimoine à destination d'autres jeunes de leur âge, ou leur proposer des ateliers de mise en pratique, qui sont un moyen concret de leur faire comprendre les enjeux du cinéma, en éduquant leur regard et leur rapport aux images.

Développer également la communication et la médiation « horizontales » : recourir à leurs pairs, c'est-à-dire à des jeunes qui se feront les médiateurs d'autres jeunes, notamment via ce qu'on appelle des « ambassadeurs ». Ou recourir à des « influenceurs » qui ont su gagner la confiance et l'attention de leur communauté de fans, grâce à leur proximité et/ou à la qualité de leurs contenus.

Capitaliser sur les dispositifs d'éducation à l'image et les encourager : ce sont des moyens de favoriser la rencontre entre le jeune public de tous âges et le cinéma de patrimoine, en particulier pour les jeunes éloignés de la culture et du cinéma. Ce sont aussi des moyens de mettre en relation ces jeunes avec les professionnels du cinéma de patrimoine. Notamment de les faire entrer, parfois pour la première fois, dans des salles de cinéma indépendantes et/ou Art et Essai, ce qui les incitera peut-être à revenir par la suite, avec leur famille, leur amis ou mêmes seuls, une fois adolescents ou jeunes adultes. Deux dispositifs principaux concernent les jeunes de 18-25 ans : Lycéens et Apprentis au Cinéma, et Etudiant.e.s au Cinéma.

Et puis, de manière générale, on a pu constater la grande pertinence de monter des groupes de réflexion, fonctionnant comme des laboratoires d'idées, pour porter des projets expérimentaux, et réfléchir et agir dans la durée, afin d'adapter les dispositifs de médiation et de communication à l'évolution des usages des jeunes.

Enfin, *last but not least*, le prix reste une variable qui a fait ses preuves, même si elle ne saurait tenir lieu à elle seule de politique culturelle ou de ligne éditoriale. Face aux faibles revenus des jeunes de 15-25 ans, leur proposer des tarifs réduits est un moyen, à défaut de les attirer sur cette seule base, de réduire les obstacles entre eux et le cinéma de patrimoine.

Par la suite, nous avons pu évoquer certaines limites propres au cinéma de patrimoine. Des films anciens parfois qualifié hâtivement de « vieux films » par les jeunes, plus difficiles à promouvoir auprès d'eux face aux nouvelles images toujours plus impressionnantes qu'offrent le numérique, les jeux vidéo ou les effets spéciaux dans les films les plus récents.

De plus, un lien s'est cassé entre la télévision et son jeune public : alors que des générations de cinéphiles se sont construites grâce à la télévision et à des émissions « cultes », animées par des passionnés de cinéma, de véritables « passeurs », le cinéma de patrimoine y est de plus en plus rarement diffusé aujourd'hui... Sauf sur une chaîne comme Arte, qui fait figure de courageuse exception. Un cinéma de patrimoine, qui quand il est montré à la télévision, se concentre de surcroît habituellement sur quelques « poncifs » grand public vus et revus, et pas assez sur la diversité de pays, d'époques et de genres dont recèle pourtant la riche histoire du septième art.

Enfin, dernière grande limite évoquée, le renouvellement constant des nouvelles générations, qui nécessite un travail inlassable et continu de médiation et de transmission, de

la part de l'ensemble des professionnels du cinéma de patrimoine, sous peine de rompre la chaîne de transmission de cet héritage précieux... mais fragile.

Quelques pistes complémentaires aux stratégies évoquées plus haut peuvent peutêtre aider à promouvoir davantage le cinéma de patrimoine auprès des jeunes de 15-25 ans. Par exemple, mettre en place une ou plusieurs campagnes de communication à grande échelle, pour redonner envie aux jeunes d'aujourd'hui de se plonger dans les richesses, la beauté et la profondeur de réflexion des films passés.

Les professionnels du cinéma de patrimoine devraient également, nous semble-t-il, continuer à faire preuve de lobbying envers les pouvoirs publics et leurs autorités de tutelle pour accorder davantage de place à ce cinéma sur les chaînes de France Télévisions, au titre du service public culturel que le citoyen-spectateur et la citoyenne-spectatrice sont en droit d'attendre de l'audiovisuel public. Une nécessité évoquée depuis plus de 20 ans et qui est peut-être enfin en train d'aboutir... même si la prudence et la vigilance s'imposent, face aux nombreuses déconvenues passées.

Enfin, solliciter toujours plus l'avis des jeunes, les mobiliser dans la programmation, la ligne éditoriale et les choix stratégiques des structures promouvant le cinéma de patrimoine, semble être une piste d'avenir, qui réponde aux attentes de ces jeunes d'aujourd'hui. Par exemple en créant ou en développant des « comités de jeunes » ou des « résidences numériques », deux types de dispositifs qui se développent de plus en plus, dans le secteur culturel mais aussi dans d'autres domaines.

Toujours dans le souci de laisser la parole aux jeunes, je souhaite citer une dernière fois Chloé<sup>270</sup> (20 ans) et Raphaël (17 ans), qui nous ont accompagnés tout au long de ce mémoire :

Adrien : Est-ce que selon vous il est important de préserver et transmettre les films de patrimoine ? Et si oui, pourquoi ?

Raphaël: Moi je pense que oui. Parce que ça peut transmettre aux nouvelles générations les idées de l'époque. Pour montrer comment c'était à l'époque. Et puis surtout les films qui parlent de l'Histoire. Ça ancre certains événements. Et du coup, c'est bien de les transmettre pour la culture des nouvelles générations et ne pas oublier ce qui se faisait avant.

<sup>&</sup>lt;sup>270</sup> Leurs noms été changés, pour garantir leur anonymat.

Chloé: Moi, du point de vue juste de la curiosité, je pense que c'est intéressant, parce qu'il y a des films qui ont été faits et qui ne seront jamais refaits. En fait, si on ne garde pas ça, on ne sera toujours que dans les films des 10 dernières années. Et du coup, tu avances comme ça, mais c'est beaucoup moins dense, forcément, que d'avoir des films qui viennent de toutes les époques. Je pense que c'est intéressant pour avoir des choses très variées en tête. Donc dans ce sens-là, c'est intéressant de le garder et de le transmettre. Parce que sinon, si tu ne regardes que des films actuels, ça peut être intéressant, mais c'est beaucoup plus restreint que si tu as 100 ans d'influence.

. . .

Adrien : Comment selon-vous inciter les jeunes générations à s'intéresser au cinéma de patrimoine ?

Raphaël: Toujours bien le vendre, communiquer dessus. Et surtout montrer que ce sont des bons films, au même titre que les films d'aujourd'hui.

Chloé: Moi je pense que la particularité des jeunes générations, c'est que c'est vachement lié à la transmission des parents. Je ne pense pas qu'une génération s'intéresse d'elle-même au cinéma de patrimoine. Pas parce que c'est du cinéma de patrimoine, mais parce qu'elle ne s'intéresse peut-être à aucun film. Au tout début, en tout cas, je pense que si on ne te fait pas voir des films, tu n'iras pas forcément les voir de toi-même, sauf cas exceptionnels. Du coup je pense que ça passe forcément par le biais des parents, qui transmettent à leurs enfants. C'est sûrement une question d'éducation et de sensibilisation. Mais je pense que c'est de l'éducation surtout. Peut-être que c'est aux parents qu'il faut montrer l'intérêt de ça, pour que ce soit transmis. Après ça pourrait être par les écoles, en termes d'éducation aussi, forcément. Mais il y a le risque que ça devienne scolaire et que du coup les jeunes n'en voient pas l'intérêt.

Adrien : Tu disais que Psychose tu l'avais vu avec le lycée, est-ce que ce genre de dispositifs tu trouves ça intéressant pour les jeunes ?

Chloé: Carrément. On avait vu d'autres choses, je me souviens, mais c'était avec une option particulière, donc je crois que tout le monde ne l'avait pas fait. Surtout, le cinéma c'est pas « donné » entre guillemets [financièrement]. Je pense qu'il y a plein de gens pour qui ça ne fait pas partie de leur quotidien parce qu'ils n'ont pas forcément de budget cinéma, ils ont un budget pour d'autres choses. Du coup, le fait de pouvoir y aller avec l'école, ça fait que tu peux bénéficier de ça, et donc ça peut être l'occasion de voir des films qu'en plus tu ne pourrais pas voir si tu allais juste au cinéma voir ce qui est à l'affiche. Et pareil pour le théâtre – mais du coup c'est pas vraiment dans le sujet – on avait aussi fait ça. Et je trouve que pareil, tu n'irais pas forcément au théâtre quand tu es en Première, parce que tes parents ils n'ont peut-être pas pensé à

161

t'emmener au théâtre. Et c'est pareil, c'est pas forcément hyper accessible. Donc je pense que pour le coup, ça c'est que bénéfique. Même s'il y a plein de gens je pense que ça fait « chier », mais peut-être parce que ça n'est peut-être pas hyper bien amené. Moi à chaque fois qu'il y a eu des films proposés, je trouvais que tu découvres toujours des trucs. Je me souviens qu'en philo on voyait des films, en Terminale. On a regardé *Memento* de Nolan et j'avais trouvé ça génial. Du coup, après tu avais un débat, etc. Et ça, pareil, je pense que c'est un truc qui peut être chouette. Parce que du coup, ça permet et de voir un film et d'en parler. Et de voir que ça a un intérêt « intellectuel », entre guillemets, de voir un film. Que ce n'est pas juste « divertissant ». Que les films ne sont pas réservés à la fin de l'année, genre « ah on ne fait plus rien, on regarde des films ». En vrai, ça pourrait être intéressant d'intégrer ça dans les cours. Parce qu'un film, ça reste une réflexion développée sur un sujet, tu vois. Donc ça aurait totalement sa place dans les cours. Ça pourrait être un sujet de devoir, j'ai envie de dire : « voyez tel film pour la semaine prochaine ».

Raphaël: Ça serait long comme devoir...

Chloé: Mais ça serait plus fun. Raphaël: Oui, c'est plus fun. <sup>271</sup>

Ainsi, si les acteurs du secteur du cinéma de patrimoine commencent à prendre de l'âge, après la génération des ciné-clubs puis celle des vidéo-clubs, il revient à la génération actuelle de jeunes de prendre le relais, du côté du public... mais aussi du côté des professionnels engagés dans ce secteur passionnant, lorsque ces jeunes auront intégré eux aussi le monde du travail.

On l'a vu, la transmission du cinéma de patrimoine est l'affaire de toutes et tous : cinémathèques et archives de films, salles de cinéma, distributeurs et éditeurs de films, chaînes de télévision, mais aussi festivals, presse spécialisée, associations, institutions scolaires, parents, etc.

Mais le cinéma de patrimoine de demain se fera avant tout avec les jeunes. En leur faisant une place où ils puissent se sentir à l'aise pour explorer un domaine où il reste encore tant de choses à (re)découvrir...

<sup>&</sup>lt;sup>271</sup> Entretien avec Chloé et Raphaël, réalisé en présentiel le 8 août 2023.

## **Bibliographie**

## 1. Périodiques

#### 1.1. Articles de revues

- Cohen, E. & Goetschel, P. (2017). Visite à la Fondation Jérôme Seydoux-Pathé. *Sociétés* & *Représentations*, 43 (1), 159-172. <a href="https://www.cairn.info/revue-societes-et-representations-2017-1-page-159.htm&wt.src=pdf">https://www.cairn.info/revue-societes-et-representations-2017-1-page-159.htm&wt.src=pdf</a>
- Djakouane, A. (2023, avril). Un portable sinon rien ? Les pratiques culturelles des jeunes à l'ère numérique. L'Observatoire La revue des politiques culturelles. Jeunesse, politique et culture : changer l'optique, 60 (1), 21-27. <a href="https://www.cairn.info/revue-l-observatoire-2023-1-page-21.htm">https://www.cairn.info/revue-l-observatoire-2023-1-page-21.htm</a>
- Dupin, C. (2013, avril). The Origins of FIAF, 1936-1938. *Journal of Film Preservation*, 88, pp.43-58. https://www.fiafnet.org/pages/History/Origins-of-FIAF.html
- Labourdette, B. (2023, avril). Et si on changeait de posture ? L'Observatoire La revue des politiques culturelles. Jeunesse, politique et culture : changer l'optique, 60 (1), 53-56. https://www.observatoire-culture.net/reseaux-sociaux-changer-posture/
- Laurent, N. (2020, juin). L'ivresse patrimoniale, et après ? *1895 Revue d'Histoire du Cinéma*, 91, 08-30. https://journals.openedition.org/1895/7994
- Louis, S.-E. (2016, juin). Des cinémathèques au patrimoine cinématographique. Tendances du questionnement historiographique français. *1895 Revue d'Histoire du Cinéma*, 79, 50-69. http://journals.openedition.org/1895/5167

Pasquier, D. (2015). La communication numérique dans les cultures adolescentes.

\*Communiquer\*, 13, 79-89. https://journals.openedition.org/communiquer/1537\*

## 1.2. Articles de journaux ou de magazines

- Audureau, W. (2017, 7 septembre). Françoise Nyssen : « Le jeu vidéo est un vrai élément de notre culture en France ». Le Monde.

  <a href="https://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/09/07/francoise-nyssen-le-jeu-video-est-un-vrai-element-de-notre-culture-en-france-5182201-4408996.html">https://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/09/07/francoise-nyssen-le-jeu-video-est-un-vrai-element-de-notre-culture-en-france-5182201-4408996.html</a>
- Benedetti Valentini, F. (2021, 13 octobre). Le dernier James Bond domine au box-office mais n'atteint pas les sommets. *Les Echos*. <a href="https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/james-bond-realise-le-meilleur-demarrage-de-lannee-en-france-1354733">https://www.lesechos.fr/tech-medias/james-bond-realise-le-meilleur-demarrage-de-lannee-en-france-1354733</a>.
- Bordes, P. (2023, 4 juin). Blockbuster: les secrets pour transformer un comic book en super-production. *Ça m'intéresse*. <a href="https://www.caminteresse.fr/culture/blockbuster-lessecrets-pour-transformer-un-comic-book-en-super-production-11188734/">https://www.caminteresse.fr/culture/blockbuster-lessecrets-pour-transformer-un-comic-book-en-super-production-11188734/</a>
- Cassely, J.-L. (2017, 19 avril). *Le vrai concurrent de Netflix ? Votre sommeil*. Slate FR. <a href="https://www.slate.fr/story/144029/vrai-concurrent-netlfix-sommeil">https://www.slate.fr/story/144029/vrai-concurrent-netlfix-sommeil</a>
- Colon, T. (2023, 26 juillet). Box-office hebdo : Barbie cartonne, Oppenheimer rayonne.

  \*\*Boxoffice Pro France.\*\* <a href="https://www.boxofficepro.fr/box-office-france-barbie-oppenheimer-cinema/">https://www.boxofficepro.fr/box-office-france-barbie-oppenheimer-cinema/</a>

- Haddad, Y. (2023, 22 avril). Les 10 plus gros succès de films adaptés de jeux vidéo. *Première*.

  <a href="https://www.premiere.fr/Cinema/News-Cinema/Les-10-plus-gros-succes-de-films-adaptes-de-jeux-video">https://www.premiere.fr/Cinema/News-Cinema/Les-10-plus-gros-succes-de-films-adaptes-de-jeux-video</a>
- Jacob, R. (2023, 30 mai). «Super Mario Bros» est entré dans le top 20 des plus gros succès mondiaux au box-office. *Europe 1*. <a href="https://www.europe1.fr/culture/super-mario-brosest-entre-dans-le-top-20-des-plus-gros-succes-mondiaux-au-box-office-4185855">https://www.europe1.fr/culture/super-mario-brosest-entre-dans-le-top-20-des-plus-gros-succes-mondiaux-au-box-office-4185855</a>
- Jordan, J. & Sorell, M. (2020, 12 septembre). *Pourquoi vous devriez créer un « shadow board*» de jeunes collaborateurs. Harvard Business Review France.

  https://www.hbrfrance.fr/chroniques-experts/2020/09/31289-pourquoi-vous-devriez
  creer-un-shadow-board-de-jeunes-collaborateurs/
- Laurent, N. (2018, 14 décembre). Le patrimoine cinématographique est-il encore un bien commun ? *Le Monde*. <a href="https://www.lemonde.fr/idees/article/2018/12/14/le-patrimoine-cinematographique-est-il-encore-un-bien-commun 5397246 3232.html">https://www.lemonde.fr/idees/article/2018/12/14/le-patrimoine-cinematographique-est-il-encore-un-bien-commun 5397246 3232.html</a>
- Lefort, S. (2019, 13 octobre). « Ancrer l'actualité du patrimoine dans le présent » Vincent Paul-Boncour de Carlotta Films. Revus & Corrigés.

  <a href="https://revusetcorriges.com/2019/10/13/ancrer-lactualite-du-patrimoine-dans-le-present-vincent-paul-boncour-de-carlotta-films/">https://revusetcorriges.com/2019/10/13/ancrer-lactualite-du-patrimoine-dans-le-present-vincent-paul-boncour-de-carlotta-films/</a>
- Madelaine, N. (2022, 7 avril). *Audiovisuel public : la fin de la redevance n'est pas un détail*.

  Les Echos. <a href="https://www.lesechos.fr/idees-debats/editos-analyses/audiovisuel-public-la-fin-de-la-redevance-nest-pas-un-detail-1399043">https://www.lesechos.fr/idees-debats/editos-analyses/audiovisuel-public-la-fin-de-la-redevance-nest-pas-un-detail-1399043</a>

Sallé, C. (2022, 28 octobre). France Télévisions va faire des économies sur les programmes.

\*\*Le Figaro.\*\* https://www.lefigaro.fr/medias/france-televisions-va-faire-des-economies-sur-les-programmes-20221028

The Media Leader. (2022, 8 avril). Les écrans captent plus de 60% du temps libre des Français d'après une étude de Vertigo. *The Media Leader*. <a href="https://themedialeader.fr/les-ecrans-captent-plus-de-60-du-temps-libre-des-français-dapres-une-etude-de-vertigo/">https://themedialeader.fr/les-ecrans-captent-plus-de-60-du-temps-libre-des-français-dapres-une-etude-de-vertigo/</a>

Zoppé, T. (2022, 4 avril). Vincent Paul-Boncour, distributeur : « Il faut montrer et remontrer des Hitchcock, des Buñuel, des Pasolini, pour les nouvelles générations de cinéphiles ».

\*Troiscouleurs.\* https://www.troiscouleurs.fr/article/vincent-paul-boncour-distributeur-ilfaut-montrer\*

## 2. Livres

## 2.1. Livres

Baumol, W. J. & Bowen, W. G. (1966). *Performing Arts : The Economic Dilemma*. Cambridge (Mass.). MIT Press.

Blondeau, R. (2022). Netflix, l'aliénation en série. Paris. Seuil.

Bourdieu, P. (1979). La Distinction. Critique sociale du jugement. Paris. Les Editions de Minuit.

Caillet, E. & Van Praet, M. (2001). *Musées et expositions : métiers et formations en 2001*.

Paris. Association Française d'Action Artistique.

Corneille, P. (1637). Le Cid. Paris. Le Livre de Poche.

- Creton, L. (2020). Économie du cinéma Perspectives stratégiques. 6° édition. Paris. Armand Colin.
- Creton, L. (2020). L'Economie du cinéma en 50 fiches. 6e édition. Paris. Armand Colin.
- Creton, L. & Kitsopanidou K. (dirs.) (2013). Les salles de cinéma. Enjeux, défis et perspectives. Paris. Armand Colin.
- Gauthier, C. (dir.) (2020). *Patrimoine et patrimonialisation du cinéma*. Paris. Ecole Nationale des Chartes.
- Les associés d'EIM (2004). Les Dirigeants face au changement. Baromètre 2004. Les Editions du Huitième Jour.
- Saqué, S. (2023, mars). Sois jeune et tais-toi. Réponse à ceux qui critiquent la jeunesse.

  Paris. Payot.
- Viard, J. (2012). Nouveau portrait de la France. La société des modes de vie. La Tourd'Aigues. Editions de l'Aube.
- Vincent, P.-A. (2022). Kinuyo Tanaka : Réalisatrice de l'âge d'or du cinéma japonais. Paris.

  Carlotta Films.

## 2.2. Chapitres de livres

- Allard, L. (2015). Express yourself 2.0 ! Dans Maigret, E. & Macé, E. (dirs.). Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde. Paris. Armand Colin.
- Davallon, J. (2014, novembre). A propos des régimes de patrimonialisation, enjeux et questions. Dans *Patrimonalização e sustentabilidade do patrimonio ; reflexão e prospectiva*. Lisbonne. IHC. <a href="https://shs.hal.science/halshs-01123906">https://shs.hal.science/halshs-01123906</a>
- Gauthier, C. (2020). Le processus de patrimonialisation du cinéma. Dans Gauthier, C. (dir.),

  \*Patrimoine et patrimonialisation du cinéma (pp.29-44). Paris, Ecole Nationale des Chartes.
- Laborde, B. & Legon, T. (2020). Cinéphilie et patrimoine cinématographique en milieu scolaire: quels enjeux? Dans Gauthier, C. (dir.) (2020). *Patrimoine et patrimonialisation du cinéma* (pp. 89-100). Paris, Ecole Nationale des Chartes.
- Laurent, N. (2020). Le patrimoine cinématographique est-il soluble dans le marché ? Dans Gauthier, C. (dir.) (2020), *Patrimoine et patrimonialisation du cinéma* (pp. 13-25). Paris, Ecole Nationale des Chartes.
- Leveratto, J.-M. (2020). La patrimonialisation du cinéma sur internet : expérience personnelle et mesure de l'art. Dans Gauthier, C. (dir.) (2020). *Patrimoine et patrimonialisation du cinéma* (pp. 101-114). Paris, Ecole Nationale des Chartes.
- Louis, S.-E. (2020). Je montre donc je suis. Programmation et identité institutionnelle des cinémathèques en France. Dans Gauthier, C. (dir.) (2020). *Patrimoine et patrimonialisation du cinéma* (pp. 63-78). Paris, Ecole Nationale des Chartes.

## 3. Rapports

## 3.1. Rapports d'organisations et études

- Abgrall, C., Jardillier, S. & Lacoue, C. (2023, janvier). *La programmation et les résultats des cinémas classés Art et Essai en 2021*. CNC. <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/programmation-et-resultats-des-salles-art-et-essai 1873384">https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/programmation-et-resultats-des-salles-art-et-essai 1873384</a>
- ACAP. & SoCo Etudes. (2020, octobre). *Etude Les Jeunes, Les Images, Les Ecrans*. <a href="https://www.acap-cinema.com/les-jeunes-et-les-ecrans/">https://www.acap-cinema.com/les-jeunes-et-les-ecrans/</a>
- AFCAE. (2023). Fonds pour le développement de la cinéphilie du public jeune (15-25 ans) : Retours d'expériences 2021-2022.
- CNC (2023, janvier). *Ma classe au cinéma Engagement des partenaires*.

  <a href="https://www.cnc.fr/documents/36995/1118512/Ma+classe+au+cinema+-">https://www.cnc.fr/documents/36995/1118512/Ma+classe+au+cinema+-</a>
  +Engagement+des+partenaires.pdf/0e0e394e-ea8a-e619-3fe3-1c0915fa503f
- CNC. (2021, décembre). Observatoire de la vidéo à la demande.

  <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-">https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-</a>
  <a href="prospectives/observatoire-de-la-video-a-la-demande">prospectives/observatoire-de-la-video-a-la-demande</a> 1594544
- CRÉDOC. (2023, janvier). Baromètre du numérique édition 2022. Enquête sur la diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française. https://www.credoc.fr/publications/barometre-du-numerique-edition-2023-rapport

- Danard, B. (2021, 14 octobre). *La diffusion des films de patrimoine*. CNC. <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/la-diffusion-des-films-de-patrimoine">https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/la-diffusion-des-films-de-patrimoine</a> 1559669
- EY & France Créative. (2019, novembre). 3e Panorama des Industries Culturelles et Créatives

  en France. <a href="https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Industries-culturelles-et-creatives/Etats-Generaux-des-industries-culturelles-et-creatives/Etatde-Panorama-des-Industries-Culturelles-et-Creatives">https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Industries-culturelles-et-creatives/Etatde-Panorama-des-Industries-Culturelles-et-Creatives</a>
- Galland, O. & Lazar, M. (2022, février). *Une jeunesse plurielle. Enquête auprès des 18-24 ans.* Institut Montaigne. <a href="https://www.institutmontaigne.org/publications/une-jeunesse-plurielle-enquete-aupres-des-18-24-ans">https://www.institutmontaigne.org/publications/une-jeunesse-plurielle-enquete-aupres-des-18-24-ans</a>
- Golding, E., Jardillier, S. & Lacoue, C. (2023, juillet). *Le public du cinéma en 2022*. CNC.

  <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/le-public-du-cinema-en-2022">https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/le-public-du-cinema-en-2022</a> 1986690
- Lacoue C. (2022, 20 octobre). Les films de patrimoine : leur diffusion et leurs performances.

  CNC. <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/les-films-de-patrimoine--leur-diffusion-et-leurs-performances">https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/les-films-de-patrimoine--leur-diffusion-et-leurs-performances</a> 1817169
- Lacoue, C. (2023, 27 janvier). *Observatoire de la vidéo à la demande*. CNC.

  <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/observatoire-de-la-video-a-la-demande--janvier-2023">https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudesprospectives/observatoire-de-la-video-a-la-demande--janvier-2023</a> 1882166
- Lombardo, Ph. & Wolff, L. (2020). *Cinquante ans de pratiques culturelles en France*. DEPS.

  Ministère de la Culture. https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Etudes-et-

statistiques/Publications/Collections-de-synthese/Culture-etudes-2007-2023/Cinquante-ans-de-pratiques-culturelles-en-France-CE-2020-2

Toubiana, S. (2003, 27 janvier). « Toute la mémoire du monde. Mission de réflexion sur le patrimoine cinématographique en France, rapport présenté à M. Jean-Jacques Aillagon, Ministre de la culture et de la Communication ». <a href="https://www.vie-publique.fr/rapport/25815-toute-la-memoire-du-monde-rapport-de-la-mission-de-reflexion-sur-le-pa">https://www.vie-publique.fr/rapport/25815-toute-la-memoire-du-monde-rapport-de-la-mission-de-reflexion-sur-le-pa</a>

Tucoulat, V., Jardillier, S. & Lacoue, C. (2022, septembre). Les pratiques cinématographiques des Français en 2022. CNC. <a href="https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/les-pratiques-cinematographiques-des-français-en-2022\_1794773">https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/les-pratiques-cinematographiques-des-français-en-2022\_1794773</a>

Vertigo. (2022, 20 octobre). Le public jeune.

## 3.2. Rapports annuels

Cinémathèque Française. (2023). Rapport annuel 2022. <a href="https://www.cinematheque.fr/media/ra-2022-de-la-cin-mat-que-fran-aise.pdf">https://www.cinematheque.fr/media/ra-2022-de-la-cin-mat-que-fran-aise.pdf</a>

## 4. Conférences et présentations

André, S., Bouaziz, N., Bouyer, S. & Soulet, J. (2017, 17 octobre). *Editions DVD/BluRay et livres de patrimoine : de l'objet brut à l'objet collector* [Conférence]. Marché International du Film Classique, Festival Lumière à Lyon. https://www.mifc.fr/actualit%C3%A9s/de-l%E2%80%99objet-brut-%C3%A0-

I%E2%80%99objet-collector-%22les-aides-du-cnc-sur-la-vid%C3%A9o-physique-est-indispensable%22.html

- Legon, T. (2016, 17 novembre). Les pratiques culturelles des adolescents aujourd'hui : mieux les comprendre pour repenser les propositions qui leur sont faites [Conférence].

  Journées Professionnelles des Cinémas 93, au Ciné 104 de Pantin.

  <a href="https://www.cinemas93.org/page/pratiques-culturelles-adolescents-aujourdhui-mieux-comprendre-pour-repenser-propositions-qui">https://www.cinemas93.org/page/pratiques-culturelles-adolescents-aujourdhui-mieux-comprendre-pour-repenser-propositions-qui</a>
- Marché International du Film Classique. (2020, 14 octobre). La filière du Patrimoine en mutation [Conférence] Festival Lumière à Lyon. <a href="https://www.mifc.fr/actualit%C3%A9s/table-ronde-mifc-2020-la-filiere-du-patrimoine-en-mutation.html">https://www.mifc.fr/actualit%C3%A9s/table-ronde-mifc-2020-la-filiere-du-patrimoine-en-mutation.html</a>
- Papagno, J.-E. (2022-2023). *Production et Politiques audiovisuelles* [Cours] Master Management des Organisations Culturelles, Formation continue, Université Paris-Dauphine.
- Dacco, C., Debenedetti, S., Lévêque, J., Mas, A. & Moget, F. (2023, 23 janvier). *Cinéma, Salle, Public* [Conférence] Master Management des organisations culturelles en formation initiale, UE « Actualités culturelles », à l'Université Paris Dauphine PSL. <a href="https://www.linkedin.com/posts/master-234-management-des-organisations-culturelles-universit%C3%A9-paris-dauphine-psl activit%C3%A9-du-master-hier-le-master-activity-7023644040021606402-3IQe/">https://www.linkedin.com/posts/master-234-management-des-organisations-culturelles-universit%C3%A9-paris-dauphine-psl activit%C3%A9-du-master-hier-le-master-activity-7023644040021606402-3IQe/</a>

## 5. Mémoires et thèses

- Benhaiem, J. (2018). Le cinéma peut-il Netflix and Chill ? Six réflexions autour du financement du cinéma par Netflix et les autres plateformes de SVOD [Mémoire de master, La Fémis].

  Femis.fr.

  https://www.femis.fr/IMG/pdf/production\_benhaiem\_jonas\_memoire.pdf
- Descombes, L. (2018). La transmission de la cinéphilie sur Youtube : Une aubaine pour la distribution et l'exploitation des films ? [Mémoire de master, La Fémis]. Femis.fr. https://www.femis.fr/IMG/pdf/distribution descombes louis me moire.pdf
- Frogé, M. (2020). YouTube comme outil pédagogique : enseigner le cinéma et l'audiovisuel par l'analyse et la création de contenus audiovisuels [Mémoire de master non publié, Université Sorbonne Nouvelle Paris 3].
- Gaunet-Ascione, T. (2020). Lancement d'une plateforme VàDA en France, quelles places se réservent le film de patrimoine et la VàDA ? [Mémoire de master, La Fémis]. Femis.fr. <a href="https://www.femis.fr/IMG/pdf/exploitation\_gaunet-ascione\_thomas\_memoire\_lancement\_d\_une\_plateforme\_svod\_en\_france.pdf">https://www.femis.fr/IMG/pdf/exploitation\_gaunet-ascione\_thomas\_memoire\_lancement\_d\_une\_plateforme\_svod\_en\_france.pdf</a>
- Trepos, A. (2019). *Recréer de la valeur autour des films de catalogue*. [Thèse professionnelle non publiée, HEC].

## 6. Documents audiovisuels

- 6.1. Documents vidéos
- 6.1.1. Vidéos YouTube

Bolchegeek. (2022, 27 novembre). *Le Problème du YouTube Ciné* [Vidéo]. YouTube. <a href="https://www.youtube.com/watch?v=nz1szZUO9DE">https://www.youtube.com/watch?v=nz1szZUO9DE</a>

- Clararunaway. (2021, 16 août). *La face cachée du Festival de Cannes* [Vidéo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=BJXdWxGtYJE
- Misterfox. (2022, 27 novembre). *YouTube évolue* [Vidéo]. YouTube. <a href="https://www.youtube.com/watch?v=CJG0TcrjK8g">https://www.youtube.com/watch?v=CJG0TcrjK8g</a>
  - 6.2. Documents audios
  - 6.2.1. Podcasts
- Brejon, E. (Animatrice). (2020-présent). *Silence! Elles tournent* [Podcast]. Revus & Corrigés & Mouvement Up. <a href="https://revusetcorriges.com/audio-video-reco/podcasts/silence-elles-tournent-2/">https://revusetcorriges.com/audio-video-reco/podcasts/silence-elles-tournent-2/</a>
- Coucoureux, C. & Montet, P. (2019-présent). *Cinéphiles de notre temps* [Podcast]. Patreon. https://cinephilesdnt.lepodcast.fr/
- Jullien, A. (2020-présent). *Une Histoire de cinéma* [Podcast]. Revus & Corrigés & Mouvement

  Up. <a href="https://revusetcorriges.com/audio-video-reco/podcasts/une-histoire-de-cinema/">https://revusetcorriges.com/audio-video-reco/podcasts/une-histoire-de-cinema/</a>

## 6.2.2. Episodes de podcasts

Lienard, C. (Animatrice). (2022, 17 septembre). Anne-Sophie Marchal - Quel futur pour la médiation culturelle ? (No. 1) [Episode de podcast]. Dans Omnia Tips. Omnia Culture.

<a href="https://podcasters.spotify.com/pod/show/omnia-culture/episodes/1---Anne-Sophie-Marchal---Quel-futur-pour-la-mdiation-culturelle-e1gthua">https://podcasters.spotify.com/pod/show/omnia-culture/episodes/1---Anne-Sophie-Marchal---Quel-futur-pour-la-mdiation-culturelle-e1gthua</a>

#### 6.2.3. Emissions de radio

Lacarrière, C. (2023, 20 mars). Le piratage, plus puissant que jamais [Emission de radio].

France Inter. <a href="https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/la-chronique-mediatique-de-cyril-lacarriere-du-lundi-20-mars-2023-1958821">https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/la-chronique-mediatique-de-cyril-lacarriere-du-lundi-20-mars-2023-1958821</a>

Serrell, M. (2020, 27 avril). Cinéma et télévision publique, un nouvel élan patrimonial [Emission de radio]. France Culture.

https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/la-theorie/cinema-et-television-publique-un-nouvel-elan-patrimonial-2713672

## 7. Sites et pages Internet

- Aymé, F. (2017, novembre). Capter le public, construire le public. *AFCAE*. <a href="https://www.art-et-essai.org/editos/993633/capter-le-public-construire-le-public">https://www.art-et-essai.org/editos/993633/capter-le-public-construire-le-public</a>
- Beauchet, S. (2022, 7 novembre). Coffret Kinuyo Tanaka réalisatrice de l'âge d'or du cinéma japonais. *DVDClassik*. <a href="https://www.dvdclassik.com/test/blu-ray-coffret-kinuyo-tanaka-realisatrice-de-l-age-d-or-du-cinema-japonais-carlotta-films">https://www.dvdclassik.com/test/blu-ray-coffret-kinuyo-tanaka-realisatrice-de-l-age-d-or-du-cinema-japonais-carlotta-films</a>.
- Chifflet, N. (2023, juillet). Les critiques en séances accompagnées, en soutien à la petite et moyenne exploitation. Entretien avec Adrien Soustre (département diffusion de l'ADRC). La Lettre du SFCC [Syndicat Français de la Critique de Cinéma], (59), <a href="https://www.syndicatdelacritique.com/actualite/adrc">https://www.syndicatdelacritique.com/actualite/adrc</a>
- CNC. (2023, 2 janvier). A 152 millions d'entrées en 2022, fort rebond de la fréquentation dans un contexte encore atypique. *CNC*. https://www.cnc.fr/professionnels/actualites/a-152-

millions-dentrees-en-2022-fort-rebond-de-la-frequentation-dans-un-contexte-encoreatypique 1861985

- CNC. (2019, 30 juillet). Retour sur le « Plan nitrate ». *CNC*. <a href="https://www.cnc.fr/cinema/actualites/retour-sur-le-plan-nitrate">https://www.cnc.fr/cinema/actualites/retour-sur-le-plan-nitrate</a> 1027210
- Gutman, P.-S. (2023, juillet). De la difficulté d'arrêter. Propos de Eugénie Filho, directrice de publication de Revus & Corrigés. *La Lettre du SFCC [Syndicat Français de la Critique de Cinéma]*, (59). <a href="https://www.syndicatdelacritique.com/actualite/revue-corrige-findune-revue">https://www.syndicatdelacritique.com/actualite/revue-corrige-findune-revue</a>
- Gwen. (2022, 2 janvier). Accéder au catalogue complet de Netflix en 2023. Sitegeek. <a href="https://www.sitegeek.fr/article-technologie/acceder-au-catalogue-complet-de-netflix/">https://www.sitegeek.fr/article-technologie/acceder-au-catalogue-complet-de-netflix/</a>
- Marcadé, N. (2023, juillet). « Les grands films du patrimoine nous inspirent pour nous libérer du formatage » Entretien avec Mikael Buch, cinéaste et cofondateur du Director's club de la SRF. La Lettre du SFCC [Syndicat Français de la Critique de Cinéma], (59). <a href="https://www.syndicatdelacritique.com/actualite/les-grands-films-du-patrimoine-nous-inspirent-pour-nous-liberer-du-formatage">https://www.syndicatdelacritique.com/actualite/les-grands-films-du-patrimoine-nous-inspirent-pour-nous-liberer-du-formatage</a>
- Maurel, E. (2022, 7 novembre). Dossier « Kinuyo Tanaka, cinéaste retrouvée ». *DVDClassik*. https://www.dvdclassik.com/article/kinuyo-tanaka-cineaste-retrouvee.
- Paul-Boncour, V. (2023, mars). Kinuyo Tanaka, réalisatrice de l'âge d'or du cinéma japonais en 6 films En ce début de 6e semaine au cinéma, retour sur les coulisses d'un succès ! Carlotta Films. <a href="https://carlottafilms.com/wp-content/uploads/2022/03/CAS-TANAKA.pdf">https://carlottafilms.com/wp-content/uploads/2022/03/CAS-TANAKA.pdf</a>.

Reyre, G. (s. d.). Rendez-vous en terre inconnue : La critique de cinéma sur YouTube. *La Lettre du SFCC [Syndicat Français de la Critique de Cinéma]*, (58). <a href="https://www.syndicatdelacritique.com/actualite/rendez-vous-en-terre-inconnue-la-critique-de-cinema-sur-youtube">https://www.syndicatdelacritique.com/actualite/rendez-vous-en-terre-inconnue-la-critique-de-cinema-sur-youtube</a>

Tuil, J. (2020, 21 avril). Netflix et MK2 annoncent un partenariat sur une vaste sélection de films d'auteur français et internationaux. *Netflix*. <a href="https://about.netflix.com/fr/news/netflix-and-mk-2-announce-a-partnership-on-a-wide-selection-of-french-and-international-auteur-films">https://about.netflix.com/fr/news/netflix-and-mk-2-announce-a-partnership-on-a-wide-selection-of-french-and-international-auteur-films</a>

## 8. Dictionnaires, encyclopédies et Wikipédia

## 8.1. Dictionnaires en ligne

Le Robert. (s. d.). Cinémathèque. Dans *Le Dictionnaire Le Robert en ligne*. Consulté le 17 août 2023 sur <a href="https://dictionnaire.lerobert.com/definition/cinematheque">https://dictionnaire.lerobert.com/definition/cinematheque</a>.

Le Robert. (s. d.). Promouvoir. Dans *Le Dictionnaire Le Robert en ligne*. Consulté le 17 août 2023 sur <a href="https://dictionnaire.lerobert.com/definition/promouvoir">https://dictionnaire.lerobert.com/definition/promouvoir</a>.

## 8.2. Wikipédia

Kinuyo Tanaka. (2023, 17 août). Dans Wikipédia. https://fr.wikipedia.org/wiki/Kinuyo Tanaka

Registre international Mémoire du Monde. (2023, 17 août). Dans Wikipédia. https://fr.wikipedia.org/wiki/Registre international M%C3%A9moire du monde

Temps de cerveau humain disponible. (2023, 17 août). Dans *Wikipédia*. https://fr.wikipedia.org/wiki/Temps de cerveau humain disponible

## Index des films cités

Akerman, C. (Réalisatrice). (1975). *Jeanne Dielman, 23 quai du Commerce, 1080 Bruxelles* [Film]. Paradise Films & Unité Trois.

Argento, D. (Réalisateur). (1977). Suspiria [Film]. SEDA Spettacoli.

Bousman, D. L. (Réalisateur). (2005). Saw II [Film]. Twisted Pictures.

Buñuel, L. (Réalisateur). (1950). Los Olvidados [Film]. Ultramar Films.

Burton, T. (Réalisateur). (2005). *Charlie and the Chocolate Factory* [Charlie et la Chocolaterie]

[Film]. The Zanuck Company, Plan B Entertainment, Village Roadshow Pictures &

Theobald Film Productions.

Chaplin, C. (Réalisateur). (1921). The Kid [Le Kid] [Film]. Charles Chaplin Productions.

Chytilová, V. (Réalisatrice). (1966). *Sedmikrásky* [Les Petites Marguerites] [Film]. Filmové studio Barrandov.

Clouzot, H.-G. (Réalisateur). (1943). Le Corbeau [Film]. Continental Films.

Clouzot, H.-G. (Réalisateur). (1947). Quai des Orfèvres [Film]. Majestic Films.

Coen, J. & Coen, E. (Réalisateurs). (1998). The Big Lebowski [Film]. Working Title Films.

Colombus, C. (Réalisateur). (2001). *Harry Potter and the Philosopher's Stone* [Harry Potter à l'école des sorciers] [Film]. Warner Bros. Pictures, Heyday Films & 1492 Pictures.

- Costa-Gavras (Réalisateur). (1969). *Z* [Film]. Valoria Films, Reggane Films & Office National pour le Commerce et l'Industrie Cinématographique (ONCIC).
- Demy, J. (Réalisateur). (1964). *Les Parapluies de Cherbourg* [Film]. Parc Film, Madeleine Films & Beta Film.
- DeVito, D. (Réalisateur). (1996). Matilda [Film]. TriStar Pictures & Jersey Films.
- Donen, S. & Kelly, G. (Réalisateurs). (1952). *Singin' in the Rain* [Chantons sous la pluie] [Film]. Metro-Goldwyn-Mayer (MGM).
- Dovjenko, A. (Réalisateur). (1930). Земля [La Terre] [Film]. Vseukrainske Foto Kino Upravlinnia (VUFKU Comité pan ukrainien du cinéma et de la photo).
- Elliott, S. (Réalisateur). (1994). *The Adventures of Priscilla, Queen of the Desert* [Priscilla, folle du désert] [Film]. PolyGram Filmed Entertainment & Specific Films.
- Eustache, J. (Réalisateur). (1973). *La Maman et la Putain* [Film]. Elite Films, Ciné Qua Non, Les Films du Losange, Simar Films & V.M. Productions.
- Fleming, V. (Réalisateur). (1939). *The Wizard of Oz* [Le Magicien d'Oz] [Film]. Metro-Goldwyn-Mayer (MGM).
- Fukunaga, C. J. (Réalisateur). (2021). *No Time to Die* [Mourir peut attendre] [Film]. Metro-Goldwyn-Mayer (MGM) & Eon Productions.

Gerwig, G. (Réalisatrice). (2023). *Barbie* [Film]. Heyday Films, LuckyChap, Entertainment, NB/GG Pictures & Mattel Films.

Gondry, M. (Réalisateur). (2023). Le Livre des solutions [Film]. Partizan.

Gonzalez, Y. (Réalisateur). (2013). Les Rencontres d'après minuit [Film]. Sedna Films.

Grémillon, J. (Réalisateur). (1941). *Remorques* [Film]. Maîtrise Artisanale de l'Industrie Cinématographique (MAIC) & Sedis.

Hawks, H. (Réalisateur). (1946). *The Big Sleep* [Le Grand Sommeil] [Film]. Warner Bros.

Haynes, T. (Réalisateur). (2015). *Carol* [Film]. Number 9 Films, Film4 Productions & Killer Films.

Heckerling, A. (Réalisatrice). (1995). Clueless [Film]. Paramount Pictures.

Hogan, P. J. (Réalisateur). (2003). *Peter Pan* [Film]. Universal Pictures, Columbia Pictures, Revolution Studios, Red Wagon Entertainment & Allied Stars Ltd.

Honoré, C. (Réalisateur). (2007). *Les Chansons d'amour* [Film]. Alma Films, Flach Film & Cofinova 4.

Horvath, A. & Jelenic, M. (Réalisateurs). (2023). *The Super Mario Bros. Movie* [Super Mario Bros.] [Film]. Universal Pictures, Illumination & Nintendo.

Kurosawa, A. (Réalisateur). (1950). 羅生門 [Rashômon] [Film]. Daiei.

- Lang, F. (Réalisateur). (1927). Metropolis [Film]. UFA (Universum-Film AG).
- Losier, M. (Réalisatrice). (2018). *Cassandro the Exotico !* [Film]. Tamara Films & Tu vas voir Productions.
- Lubitsch. E. (Réalisateur). (1940). *The Shop Around the Corner* [Rendez-vous] [Film]. Metro-Goldwyn-Mayer (MGM).
- Lynch, D. (Réalisateur). (2001). *Mulholland Drive* [Film]. Les Films Alain Sarde, Asymmetrical Productions, Babbo Inc., StudioCanal & The Picture Factory.
- Matsumoto, T. (Réalisateur). (1969). 薔薇の葬列 [Les Funérailles des Roses] [Film]. Art Theatre Guild (ATG).
- Nolan, C. (Réalisateur). (2000). Memento [Film]. Summit Entertainment & Team Todd.
- Nolan, C. (Réalisateur). (2023). Oppenheimer [Film]. Syncopy Inc. & Atlas Entertainment.
- Oswald, R. (Réalisateur). (1919). *Anders als die Andern* [Différent des autres] [Film]. Richard Oswald-Film GmbH.
- Peckinpah, S. (Réalisateur). (1969). *The Wild Bunch* [La Horde Sauvage] [Film]. Warner Bros.-Seven Arts.
- Perry, F. (Réalisateur). (1968). The Swimmer [Le Plongeon] [Film]. Horizon Pictures.

- Renoir, J. (Réalisateur). (1939). La Règle du Jeu [Film]. La Nouvelle Édition française (N.E.F.).
- Sadiq, S. (Réalisateur). (2022). جوائے لینڈ [Joyland] [Film]. All Caps, Khoosat Films, Diversity

  Hire Ltd., One Two Twenty Entertainment, Blood Moon Creative, NNB Digital Media,

  Film Manufacturers Inc., Astrakan AB, Noruz Films & Vidhi Films.
- Scorsese, M. (Réalisateur). (1980). Raging Bull [Film]. Chartoff-Winkler Productions, Inc.
- Scott, R. (Réalisateur). (1982). *Blade Runner* [Film]. The Ladd Company, Shaw Brothers & Blade Runner Partnership.
- Serebrennikov, K. (Réalisateur). (2018). Лето [Leto] [Film]. Hype Film & Kinovista.
- Seyrig, D. (Réalisatrice). (1981). Sois belle et tais-toi [Film]. Delphine Seyrig & Studio 43.
- Spielberg, S. (Réalisateur). (1982). *E.T. the Extra-Terrestrial* [E.T., l'Extra-Terrestre] [Film]. Amblin Entertainment.
- Stuart, M. (Réalisateur). (1971). Willy Wonka & the Chocolate Factory [Charlie et la Chocolaterie] [Film]. Wolper Pictures, Ltd. & The Quaker Oats Company.
- Tanaka, K. (Réalisatrice). (1955). 月は上りぬ [La Lune s'est levée] [Film]. Nikkatsu Corporation.
- Tanaka, K. (Réalisatrice). (1962). お吟さま [Mademoiselle Ogin] [Film]. Shōchiku Kinema Gomeisha.

- Téchiné. A. (Réalisateur). (1994). Les Roseaux sauvages [Film]. Les Films Alain Sarde. Ima Films.
- Vertov, D. (Réalisateur). (1929). *Человек с киноаппаратом* [L'Homme à la caméra] [Film]. Studio Dovjenko & VUFKU (Comité pan ukrainien du cinéma et de la photo).
- Water, J. (Réalisateur). (1981). *Polyester* [Film]. New Line Cinema, Dreamland & Michael White Productions.
- Welles, O. (Réalisateur). (1941). *Citizen Kane* [Film]. RKO Radio Pictures & Mercury Productions.
- Wilder, B. (Réalisateur). (1950). *Sunset Boulevard* [Boulevard du Crépuscule] [Film]. Paramount Pictures.
- Wright, E. (Réalisateur). (2004). *Shaun of the Dead* [Film]. Studio Canal, WT<sup>2</sup> Productions & Big Talk Productions.
- Wyler, W. (Réalisateur). (1961). The Children's Hour [La Rumeur] [Film]. United Artists.

## **Annexes**

## 1. Entretiens – Tableau de synthèse

Nom	Prénom	Organisation	Poste	Date entretien	Conditions
Landureau	Annelise	Indépendante	Chargée de projets culturels - Expertise cinéma	02 mai 2023	Visio (Teams)
Louis	Stéphanie- Emmanuelle	Ecole Nationale des Chartes	Historienne du cinéma, chargée de projets en sciences humaines & responsable de l'appui à la recherche et aux relations internationales	05 mai 2023	Téléphone
Cauquy	Emilie	Cinémathèque Française	Responsable de la valorisation de la collection de films	07 juin 2023	Présentiel
Shahmiri	Elvira	Fondation Jérôme Seydoux- Pathé	Responsable d'exploitation, développement des publics et action culturelle	08 juin 2023	Présentiel
Leroy	Samantha	Fondation Jérôme Seydoux- Pathé	Responsable de la programmation et d'exploitation	21 juin 2023	Présentiel
Janaudy	Jean-Fabrice	Les Acacias / Cinéma Le Vincennes (94)	Gérant	28 juin 2023	Présentiel
Dru-Lumbroso	Loris	Capricci	Chargé de distribution / Chargé de communication et des partenariats	28 juin 2023	Présentiel
Mercier	Sarajoy	Cinémas Indépendants Parisiens	Chargée des actions éducatives - Lycéens et Apprentis au Cinéma	07 juillet 2023	Présentiel
Vallet	Pauline	Cinémas Indépendants Parisiens	Chargée des projets LABO 15-25 et du Tarif social	07 juillet 2023	Présentiel
Lerambert	Rodolphe	ADRC	Responsable du Département Patrimoine	10 juillet 2023	Visio (Teams)
Filho	Eugénie	Revus & Corrigés	Directrice de publication et Gérante	12 juillet 2023	Présentiel
Viaud	Jean-Baptiste	LaCinetek	Délégué Général	19 juillet 2023	Visio (Teams)
de Faucal	Matthieu	Dulac Cinémas (75)	Responsable événementiel	20 juillet 2023	Téléphone
Brénéol- Ithurralde	Anne-Laure	Malavida Films	Directrice Artistique et Directrice Pôle Cinéma	24 juillet 2023	Visio (Teams)
Gaffez	Fabien	Forum des Images	Directeur Artistique et Directeur des Programmes	24 juillet 2023	Présentiel
de Raymond	Pauline	Cinémathèque Française	Responsable de programmation - Direction Festival Toute la mémoire du monde	26 juillet 2023	Présentiel
Imbeau	Elodie	Cinémathèque Française	Responsable de la programmation Jeune Public - En charge de l'Autre Ciné-Club	28 juillet 2023	Présentiel
Frogé	Mylène	Cinéma La Tournelle (94)	Coordinatrice du développement des publics et membre du Comité 15-25 de l'AFCAE	01 août 2023	Téléphone
Guilloux	Mathieu	AFCAE	Coordinateur du public jeune, du Comité 15-25 et du dispositif Étudiant-es au cinéma	08 août 2023	Visio (Teams)
	Chloé (nom changé)	Paris I – La Sorbonne	Etudiante en 2e année de licence de cinéma	08 août 2023	Présentiel
	Raphaël (nom changé)	Lycée (28)	Lycéen en Première	08 août 2023	Présentiel
Causse	François et Jean-Max	La Filmothèque du Quartier Latin (75)	Co-Directeurs	19 août 2023	Présentiel

## 2. Grille d'entretiens - Archives de films / Cinémathèques

#### **Questions invariables:**

## 1) Votre parcours et vos expériences

Pouvez-vous me présenter votre parcours ?

## 2) Les films de patrimoine : définition, enjeux et marché

Quels termes et quelle définition préférez-vous utiliser pour parler du cinéma de patrimoine ?

Selon vous, quels sont les enjeux pour les films de patrimoine aujourd'hui?

Quel regard portez-vous sur le marché actuel du cinéma de patrimoine ?

## Questions spécifiques au type de professionnels rencontrés :

## 3) La programmation de films dans votre institution

Quels sont les axes de votre programmation de manière générale et quels sont les objectifs que vous visez ?

Comment mettez-vous en place vos cycles de films et comment choisissez-vous les thématiques des rétrospectives ?

Quelles sont vos relations avec d'autres partenaires pour ces rétrospectives ?

Comment « événementialisez-vous » ces programmes, quelles actions de promotion / communication mettez-vous en œuvre pour les faire connaître ?

Pour les jeunes comment choisissez-vous les programmes que vous diffusez ?

Quelles tranches d'âge visez-vous et comment ?

Est-ce que vous faites des programmations à destination des jeunes en partenariat avec d'autres institutions ?

## 4) La promotion de films de patrimoine, notamment auprès des jeunes

Quels sont les meilleurs moyens selon vous pour promouvoir un film de patrimoine aujourd'hui

Quels sont selon-vous les meilleurs moyens pour promouvoir des films de patrimoine auprès des jeunes de 15-25 ans ?

Quelles sont les difficultés que vous rencontrez pour atteindre ce public et quelles sont les actions qui fonctionnent bien ?

Quels outils de communication et de médiation vous semblent pertinents pour atteindre ce public ?

## 3. Grille d'entretiens - Distributeurs de films

#### Questions invariables:

## 1) Votre parcours et vos expériences

Pouvez-vous me présenter votre parcours ?

## 2) Les films de patrimoine : définition, enjeux et marché

Quels termes et quelle définition préférez-vous utiliser pour parler du cinéma de patrimoine ?

Selon vous, quels sont les enjeux pour les films de patrimoine aujourd'hui?

Quel regard portez-vous sur le marché actuel du cinéma de patrimoine ?

## Questions spécifiques au type de professionnels rencontrés :

### 3) La distribution de films dans votre structure

Quelle est la ligne éditoriale de votre structure ? Quels sont les grands axes que vous vous donnez lorsque vous distribuez des films de patrimoine ?

Quels sont les enjeux pour une société de distribution comme la vôtre, aujourd'hui et dans les années à venir ?

Comment « événementialisez-vous » vos sorties, quelles actions de promotion / communication mettez-vous en œuvre pour les faire connaître ?

Quelles tranches d'âge visez-vous et comment ?

Est-ce que vous faites des sorties en partenariat avec d'autres organisations/institutions ? Avec des partenaires médias ?

#### 4) La promotion de films de patrimoine, notamment auprès des jeunes

Quels sont les meilleurs moyens selon vous pour promouvoir un film de patrimoine aujourd'hui ?

Quels sont selon-vous les meilleurs moyens pour promouvoir des films de patrimoine auprès des jeunes de 15-25 ans ?

Quelles sont les difficultés que vous rencontrez pour atteindre ce public et quelles sont les actions qui fonctionnent bien ?

Quels outils de communication et de médiation vous semblent pertinents pour atteindre ce public ?

## 4. Grille d'entretiens - Salles de cinéma

#### Questions invariables:

## 1) Votre parcours et vos expériences

Pouvez-vous me présenter votre parcours ?

## 2) Les films de patrimoine : définition, enjeux et marché

Quels termes et quelle définition préférez-vous utiliser pour parler du cinéma de patrimoine ?

Selon vous, quels sont les enjeux pour les films de patrimoine aujourd'hui?

Quel regard portez-vous sur le marché actuel du cinéma de patrimoine ?

## Questions spécifiques au type de professionnels rencontrés :

## 3) L'exploitation de films dans votre structure

Quelle est la ligne éditoriale de votre structure ? Quels sont les grands axes que vous vous donnez lorsque vous projetez des films de patrimoine ?

Quels sont les enjeux pour une salle de cinéma comme la vôtre, aujourd'hui et dans les années à venir ?

Comment « événementialisez-vous » vos sorties, quelles actions de promotion / communication mettez-vous en œuvre pour les faire connaître ?

Quelles tranches d'âge visez-vous et comment ?

Est-ce que vous faites des sorties en partenariat avec d'autres organisations/institutions ? Avec des partenaires médias ?

#### 4) La promotion de films de patrimoine, notamment auprès des jeunes

Quels sont les meilleurs moyens selon vous pour promouvoir un film de patrimoine aujourd'hui ?

Quels sont selon-vous les meilleurs moyens pour promouvoir des films de patrimoine auprès des jeunes de 15-25 ans ?

Quelles sont les difficultés que vous rencontrez pour atteindre ce public et quelles sont les actions qui fonctionnent bien ?

Quels outils de communication et de médiation vous semblent pertinents pour atteindre ce public ?