

Ministère de la culture



La distribution indépendante du cinéma de genre français

Réintégrer le risque au cœur de l'offre cinématographique

Emilien Astor

Département Distribution

Promotion 2023

Tuteur : Mikaël Muller

Rendu le 14 avril 2023

Sous la direction de *Etienne Ollagnier, Eric Vicente, Marie-José
Elana*

“Ce qu’il y a d’admirable dans le fantastique, c’est qu’il n’y a plus de fantastique : il n’y a que le réel.”

André Breton, *Le Manifeste du surréalisme*, 1924

SOMMAIRE

Introduction.....	9
I- LE CINEMA DE GENRE FRANÇAIS : DE LA MARGE A LA LEGITIMITE, ETAT DES LIEUX D'UN CINEMA EN MUTATION.....	13
1. La définition du genre.....	13
2. Bref historique du cinéma de genre en France.....	15
A- <i>D'une tradition française du fantastique à la disette de l'après- guerre.....</i>	<i>15</i>
B- <i>La Nouvelle-Vague et le triomphe du cinéma d'auteur.....</i>	<i>18</i>
C- <i>Les années 2000 : des French Frayeurs à l'elevated genre.....</i>	<i>19</i>
3. Une économie fragile portée sur l'international.....	21
A- <i>La production nationale de cinéma de genre.....</i>	<i>21</i>
B- <i>Des guichets frileux, des budgets trop faibles.....</i>	<i>23</i>
C- <i>Quel genre fonctionne en salle ? Etude de cas comparative de Revenge et de Le Visiteur du futur.....</i>	<i>25</i>
D- <i>Un cinéma reconnu à l'international et qui s'exporte bien.....</i>	<i>30</i>
4. Vers une festivalisation du cinéma de genre ?	31
A- <i>Les festivals de genre en France.....</i>	<i>31</i>
B- <i>De l'impossibilité d'une évenementialisation permanente.....</i>	<i>32</i>
II- LES ENJEUX DE LA DISTRIBUTION DE GENRE FRANÇAIS : ETUDE DE CAS DU FILM <i>LES RASCALS</i> ET DU TRAVAIL DU DISTRIBUTEUR THE JOKERS FILMS.....	36
1. Un film audacieux au positionnement complexe.....	36
2. Le parcours du combattant de la campagne marketing.....	38
A- <i>Le public cible, le choix des partenaires et les différentes campagnes.....</i>	<i>39</i>
B- <i>La création de l'affiche.....</i>	<i>40</i>
C- <i>La réception dichotomisante du film.....</i>	<i>43</i>
3. La programmation à l'épreuve de l'éthique du 0 risque.....	44
4. L'échec du film en sortie nationale : analyse des chiffres et des entrées....	48
III- PISTES DE REFLEXION POUR UN MODELE DE DISTRIBUTION INDEPENDANTE PERENNE ET INTEGRE.....	53

1. La diversification du catalogue et le renouvellement du line-up.....	53
2. La diversification des activités.....	56
3. Vers une labellisation du travail du distributeur autour d'une « marque ».....	59
Conclusion.....	62
Bibliographie.....	64
Annexes.....	66

INTRODUCTION

En 2022, 38 % des entrées en France sont réalisées par le top 10 des films du box-office, contre 29 % en 2021, et 23 % en 2017-2019. Ce constat établi par le rapport du 17 janvier 2023 de *l'Observatoire de la diffusion cinématographique du CNC* est édifiant. 2022 apparaît toujours pour le paysage cinématographique français comme une année de transition. Marquée par un premier trimestre pollué par les contraintes sanitaires et connaissant une fréquentation de 152 millions de spectateurs. Toujours bien en deçà de « l'annus mirabilis » qu'a représenté 2019 mais de quoi redonner quelques couleurs aux plus sceptiques prédisant la fin de la salle de cinéma. C'est aujourd'hui un poncif que de dire que la fermeture des salles de cinéma et la pandémie ont profondément modifié le marché cinématographique mondial : appel d'air pour la plateformisation, perte d'habitudes pour le public, avalanche en flux-constant de films chaque mercredi, etc. La période post pandémie semble avoir vigoureusement brouillé les repères d'une profession ne parvenant que difficilement à reprendre un rythme de sortie sain et à se projeter efficacement dans ce que sera le futur du cinéma en France. Producteurs, distributeurs, exploitants ; la chaîne génésiaque de la vie des films souffre aujourd'hui, à l'aune d'une année 2023 que tous.tes espèrent prophylactique, d'une profonde mutation dans un contexte d'extrême concentration des entrées doublée d'un appauvrissement criant de l'offre de films en salles.

Reprenons les chiffres de *l'Observatoire de la diffusion cinématographique du CNC* : 38% des entrées réalisées par 10 titres en 2022, 54% par les studios américains et plus de la moitié dans les trois premiers circuits de l'exploitation française : Pathé, UGC, CGR. Le constat est implacable, la tendance claire : la concentration des entrées assoit durablement, dans un contexte des plus moribonds, la domination des groupes au détriment du cinéma indépendant. C'est dans cet écosystème, tendant à l'uniformisation et au monopole mais, reconnaissons-le, relançant l'économie cinématographique ; que notre sujet prend place. Car la distribution indépendante, historiquement en première ligne du risque encouru dans le défi que représente la sortie d'un film en salle, semble plus que jamais précarisée, avançant à l'aveugle au milieu du torrent des sorties, croisant

les doigts pour trouver la recette, enchaînant bien souvent les échecs et raréfiant ses succès.

J'ai choisi, dans le cadre de ce travail de recherche, d'établir un état des lieux de la distribution indépendante d'une certaine typologie cinématographique : le cinéma de genre français. La décision de m'orienter vers un tel sujet suit plusieurs logiques que je vais tenter de résumer succinctement, afin d'embrasser l'ambition de ce mémoire ainsi que ses motivations.

Tout d'abord, j'ai choisi de porter mon attention sur le travail du distributeur¹ indépendant car il agrège, selon moi et d'après le constat effectué en ouverture de ce mémoire, les questions et défis auxquels la profession du cinéma se confronte aujourd'hui. Le distributeur tient cette position intermédiaire entre le film et la salle, entre le producteur et l'exploitant. Son rôle est déterminant et incontournable dans la vie d'un film et il porte bien souvent seul la charge de la réussite ou de l'échec d'une sortie. Je souhaite refléter au mieux, notamment par une étude de cas, les difficultés rencontrées par la distribution indépendante et de quelle manière, pour la pérennité de cet art nécessairement collectif qu'est le cinéma, elles gagnent à être mises en lumière.

Ensuite, mon sujet se concentre sur le cinéma de genre (que je tâcherai de définir par la suite) pour deux raisons fondamentales : premièrement, il s'agit d'un cinéma qui m'est cher, qui a bercé ma naissante cinéphilie et qui continue aujourd'hui d'insuffler au 7^{ème} art sa part d'imaginaire et à en troubler les frontières. Pour cette raison je m'oriente naturellement vers un cinéma que j'aime et souhaite défendre ardemment. Deuxièmement, par l'analyse approfondie d'une typologie précise, j'ambitionne de broser plus largement la question de la diversité et de l'ouverture, dans une offre cinématographique tendant à l'homogénéisation et bien souvent trop exclusive.

Enfin, choisir de travailler sur la distribution indépendante de cinéma de genre français ne suit pas uniquement un désir de recherche universitaire et scolaire. Il s'agit également pour moi d'un travail préliminaire permettant de défricher des questionnements et des débats qui m'intéressent d'un point de vue professionnel. Travailler à faire évoluer l'offre de films et à renouveler certaines préconceptions entourant le cinéma de genre sont en

¹ On choisira, tout au long de ce mémoire, d'employer le masculin pour qualifier les différents acteurs qui seront cités. Ce choix relève d'une commodité de langage visant un confort d'écriture de ma part et ne doit pas être interprété par le prisme du genre.

effet des leitmotifs qui m'animent et qui, je l'espère, seront au centre de mon futur projet professionnel.

Le postulat de départ de mon travail est celui d'un paysage cinématographique français en difficulté, concentrant son économie sur des acteurs et des films uniformisants. Au centre de cet écosystème, le distributeur indépendant apparaît comme un maillon plus précaire que jamais et pourtant essentiel au renouvellement de l'offre de films et à la sauvegarde de la sacro-sainte exception culturelle française. A l'image d'une poupée russe, au centre de ce microsystème existe une typologie elle-même encore plus précaire, celle du cinéma de genre français. Souvent méprisé, illégitime et voué à la marge. C'est au sein de ce postulat de départ que prend racine et sens la problématique principale de ce mémoire : dans quelle mesure le cinéma de genre français peut être vecteur d'un changement de paradigme de l'offre cinématographique dans un contexte d'intense concentration du marché et d'uniformisation des contenus. Quelle économie alors pour la distribution indépendante dans ce contexte moribond ? Quels outils mettre en place pour contrer des mécanismes invisibilisant un certain type d'acteurs et de films ?

En filigrane de ces questions repose une interrogation plus vaste, presque politique : celle du risque. Comment réintégrer le risque au cœur de l'offre cinématographique, à rebours d'une éthique de la prudence qui, en des temps troublés, conduit à un appauvrissement du cinéma français.

Pour tenter de répondre à ces postulats, nous tâcherons de séparer notre travail en trois parties distinctes et interconnectées. Dans un premier temps, nous tâcherons de pleinement remettre en contexte ce qu'est le cinéma de genre français et de dresser un état des lieux de ce cinéma en mutation oscillant encore entre marge et légitimité. Cette première partie analytique nous permettra de bien cerner les enjeux et défis entourant la distribution du cinéma de genre. Il s'agira alors dans un second temps de les mettre en exergue le mieux possible, à travers l'étude de cas d'un distributeur et d'un film précis agrégeants et cristallisants les difficultés énoncées : The Jokers Films, comme point d'ancrage professionnel et *Les Rascals*² comme exemple filmique éloquent. Enfin, nous tenterons dans une troisième et dernière partie prospective de questionner les solutions et

² Premier film du réalisateur Jimmy Laporal-Trésor, produit et distribué par The Jokers Films, sorti le 11 janvier 2023.

outils permettant à la distribution indépendante d'outrepasser ces difficultés et de se projeter sereinement tout en conservant son intégrité (artistique et politique).

Outre (je l'espère) la valeur épistémique de ce travail, il demeure un moyen réflexif et analytique de penser les défis auxquels va nécessairement faire face le cinéma français dans les prochaines années. Il s'agit également d'une manière de mettre en lumière une cinématographie boudée, méjugée voire méprisée et d'investir un champ d'étude déconstruisant cette exception culturelle qui prend trop souvent des allures de carcan. Ce travail est en somme, pour reprendre les mots de l'essayiste Michel Marie, « une bonne manière pour échapper à la ratiocination générale du discours critique sur le cinéma »³.

³ Raphaëlle Moine, *Le cinéma français face aux genres*, p. 6.

I- Le cinéma de genre français : de la marge à la légitimité, état des lieux d'un cinéma en mutation

1. La définition du genre

Le terme cinéma de genre revêt de nombreuses définitions et acceptions. Il convient dans un premier temps d'en définir les contours et d'en figer une définition qui nous servira de boussole tout au long de ce mémoire. Le terme de « genre » a, dans son essence, une valeur classificatoire permettant de regrouper au sein d'une même catégorie des produits, des œuvres, des entités comportant à priori des caractères communs. Que cela soit dans les arts en général, la littérature, le cinéma ou la musique ; distinguer les œuvres par genre apparaît comme un chemin de pensée naturel nous permettant de concevoir une multitude d'œuvres par le prisme de leurs points communs et d'en établir une carte mentale favorisant leur lecture. Pour reprendre les mots de la chercheuse Raphaëlle Moine, le genre au cinéma apparaît comme « une catégorie empirique, servant à nommer, distinguer et classer des œuvres, et censée rendre compte d'un ensemble de ressemblances formelles et thématiques entre elles »⁴.

Au cinéma, donc, un film est dit de genre à partir du moment où il regroupe une série de caractères et de topos précis le rattachant à une typologie de films. Il existe pléthore de genres au cinéma : le western, le film de guerre, le mélodrame, la comédie, le film d'horreur, le fantastique, la comédie musicale, etc. Néanmoins la terminologie « cinéma de genre » que nous utiliserons pour notre travail diffère légèrement de cette définition originelle. Ce que l'on appelle communément aujourd'hui « cinéma de genre » est une catégorisation dépassant le seul cadre classificatoire et comportant une forte dimension de distinction (sociale)⁵. La genrimité semble distinguer un cinéma « d'exploitation », populaire, aisément compréhensible et de divertissement d'un cinéma

⁴ Raphaëlle Moine, *Les genres au cinéma*, p.7.

⁵ Le terme « Distinction Sociale » est ici emprunté au sociologue français Pierre Bourdieu. Issu de son ouvrage *La Distinction*, ce concept est défini comme suit par Hervé Glevarec : « synonyme du style de vie et de l'habitus (dominant), la distinction représente le tout de l'être social [...] la distinction n'est pas seulement la manifestation symbolique de la supériorité sociale mais elle est la cause des pratiques et des goûts. Dit autrement, les pratiques et les goûts culturels s'expliquent par la distinction sociale ». Hervé Glevarec, *La distinction n'est pas une différenciation*, pp.39-59.

« d’auteur » ayant pour vocation artistique le « Beau » et l’exaltation intellectuelle et esthétique. Cette dichotomie séparant le noble du pauvre, le bon goût du mauvais n’est pas qu’une affaire de cinéma. Elle provient originellement de la définition des Beaux-Arts d’Emmanuel Kant qui a infusé la culture occidentale et continue encore aujourd’hui de distinguer, au sein des champs culturels et artistiques, la culture dominante de la culture dominée :

« Dans les beaux-arts, l’essentiel réside dans la *forme*, laquelle, vis-à-vis de l’observation et du jugement d’appréciation, contient en elle une dimension de finalité, et où le plaisir est en même temps *culture* et dispose l’esprit à des *idées* en le rendant par conséquent capable d’éprouver bien d’avantage de plaisir et de divertissement de ce type ; l’essentiel ne réside pas dans la *matière* de la sensation (l’attrait ou l’émotion), où il s’agit uniquement de jouissance, laquelle n’apporte rien à l’idée, émousse l’esprit »⁶

De cette distinction originelle découle le classement des œuvres en deux catégories : le bas divertissement érodant la raison et l’art, l’idée esthétique, élevant l’âme et l’intellect. Cette digression du côté de la philosophie kantienne n’est pas hors-propos, elle nous permet en quelques va et viens de mieux comprendre pourquoi et comment la culture occidentale est basée sur la distinction et la domination et dans quelle mesure cette distinction compose encore aujourd’hui les arts et le cinéma, particulièrement français, où depuis la seconde moitié du XX^{ème} siècle, « l’auteur » est synonyme d’exception culturelle et le « genre » est synonyme de marge, d’outrance et de mauvais goût. C’est aussi pour cet enjeu sociologique que le cinéma de genre gagne aujourd’hui à être défendu et que mon travail se cristallise autour de lui : faire évoluer les mentalités et les prismes afin de dépasser une lecture surannée et bourgeoise de l’art et de la culture.

Pour en revenir à notre définition du cinéma de genre, j’ai décidé de me référer à celle contenue dans l’ouvrage *La Nouvelle Vague du cinéma de genre en France* : « **appréhender le cinéma de genre comme regroupant le fantastique, l’horreur, la science-fiction et l’anticipation** »⁷. Dans cet ouvrage datant de 2021, le genre est défini par le prisme que l’on a tenté de dégager précédemment :

⁶ Emmanuel Kant, *Critique de la faculté de juger*, p.55.

⁷ Mélanie Boissonneau, David Maurice, Ethan Dahan, *La Nouvelle Vague du cinéma de genre en France*, p.12.

« Ces films seraient produits dans une logique essentiellement commerciale, selon des codes ou des recettes préétablies et immuables, destinés à satisfaire le public de manière immédiate. [...] un cinéma essentiellement de consommation courante ou de divertissement. Cela reviendrait finalement à séparer le cinéma de genre du cinéma dit d'auteur. »⁸.

Pour mieux cerner la place du cinéma de genre dans le paysage cinématographique français actuel, il convient à présent de revenir sur quelques repères historiques qui démontreront pourquoi et comment le genre (suivant notre nouvelle définition) demeure aujourd'hui marginal et boudé.

2. Bref historique du cinéma de genre en France

Il existe aujourd'hui une littérature très abondante sur l'histoire du genre et la place qu'il occupe dans la cinématographie française. De nombreux travaux et mémoires ont déjà très bien parlé de ces aspects⁹. Je ne vais donc pas m'appesantir sur cette partie afin de passer rapidement au cœur du sujet qui nous intéresse. Je vais simplement tenter de dégager quelques points et moments clés expliquant cette relation particulière que le cinéma français entretient avec le genre et en quoi cela est éclairant aujourd'hui pour comprendre les fonctionnements du marché.

A- D'une tradition française du fantastique à la disette de l'après-guerre

La littérature française entretient une relation très prolifique avec le fantastique, l'épouvante et la science-fiction. Le XIX^{ème} siècle voit son lot d'auteurs français puiser dans le fantastique un terreau pour de nouvelles formes de récits surnaturels, faisant de la

⁸ *Ibid*, p.10.

⁹ Citons notamment le mémoire de fin d'étude de Mathieu Guilloux, *Le cinéma de genre, la règle française et les salles Art et Essai*, 2018.

France un pays d'avant-garde en la matière. Citons sans exhaustivité aucune *Le Horla* de Maupassant, *Peau de Chagrin* de Balzac, *De la Terre à la Lune* et *Vingt mille lieues sous les mers* de Jules Verne, etc. Forte de cette tradition littéraire très ancrée et populaire, il n'est pas étonnant de voir le premier cinéma de genre naître en France avec Georges Méliès et son *Voyage dans la Lune* (1902). Le proto cinéma de genre français revêt pleinement un caractère populaire, en filiation directe avec l'art forain et le divertissement. L'histoire du cinéma est ainsi étroitement liée à celle du genre, dès sa genèse, et est à mettre en relation avec l'essence populaire et « sensationnaliste » du cinématographe, principalement utilisé dans les foires, pas encore sanctuarisé par la salle (de cinéma). Julien Richard-Thomson résume cette relation en ces termes :

« Le recours au fantastique est bien sûr un moyen d'appâter le spectateur, susciter sa curiosité. Cela nous rappelle le caractère forain et racoleur du cinéma qui s'est à l'origine, développé dans les foires. Des origines populaires que certains essaient de renier, voilà pourquoi ce genre de cinéma n'est pas très bien considéré »¹⁰.

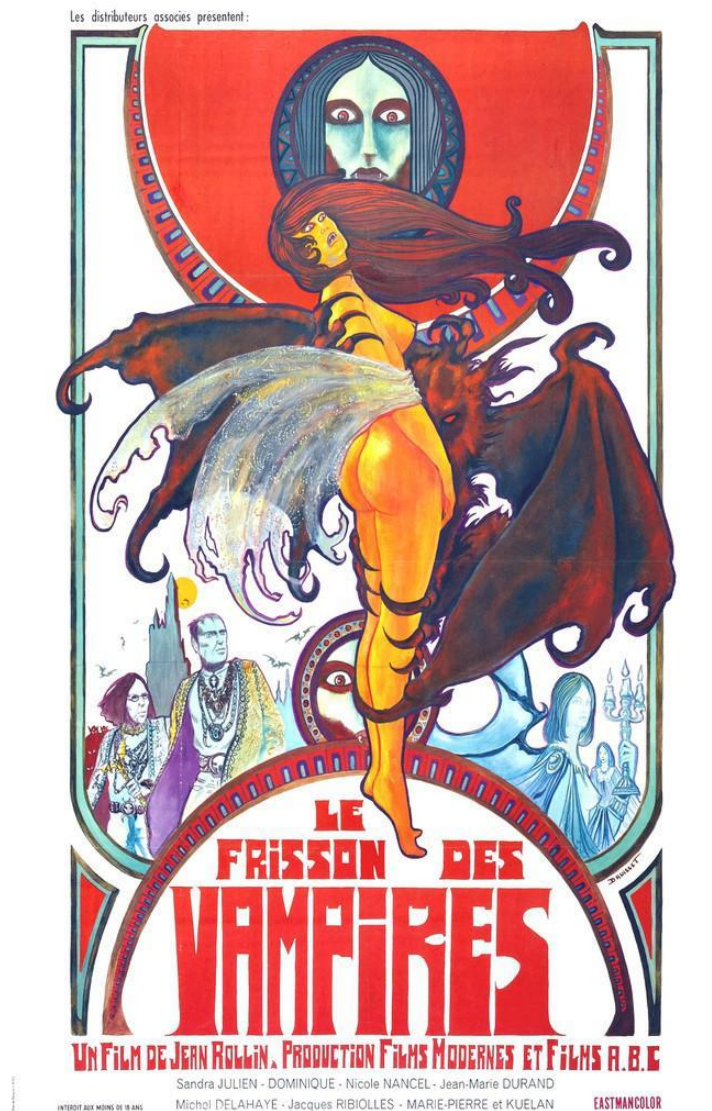
En effet cette tradition semble rapidement évincée au profit du *réalisme poétique* des années 1930, avec Renoir en chef de file d'une tradition française plus portée sur le mélodrame et les thèmes sociaux que sur le fantastique. Dès lors débute une période de disette pour le genre français. Les œuvres de genre sont très peu nombreuses entre les années 30 et 80, apparaissant comme épiphénomènes marginaux. Nous pouvons noter quelques grands cinéastes du genre émaillant le XXème siècle, à titre informatif :

Les années 1940 voient Jacques Tourneur marquer le cinéma américain avec ses films *La Féline* (1942) ou *Vaudou* (1943) qui inspireront durablement des générations de cinéastes d'horreur.

Georges Clouzot hante les années 1950 avec des œuvres comme *Les Diaboliques* (1955) et c'est en 1960 que paraît sans doute le film de genre « classique » français le plus marquant : *Les Yeux sans Visage* de Georges Franju.

Le reste de la décennie oscille entre expérimentations auteuristes avec *La Jetée* de Chris Marker (1962) et la série B érotico-horifique avec les films de vampire de Jean Rollin.

¹⁰ Mélanie Boissonneau, David Maurice, Ethan Dahan, *La Nouvelle Vague du cinéma de genre en France*, p.155.



Affiche du film « Le frisson des vampires » de Jean Rollin, 1971

Les années 80 – 90 demeurent pauvres en productions, seul des réalisateurs comme Jean-Pierre Jeunet ou Luc Besson (qui tous deux verront leur carrière les emmener au temple du genre, les Etats-Unis) se détachent et renouent avec un cinéma de genre populaire et économiquement viable.

L'insuccès du cinéma de genre français de la seconde moitié du XXème siècle est à mettre en lien direct avec le triomphe du cinéma d'auteur au cours des années 1960 et de la *Nouvelle Vague* qui poseront les bases d'une *exception culturelle française*.

B- *La Nouvelle Vague et le triomphe du cinéma d'auteur* :

Les années 1950 voient la consécration d'une certaine idée du cinéma et de l'art portée par une critique alors devenue toute puissante et faisant comme défaisant le cinéma français. Des revues et journaux tels que *Les Cahiers du Cinéma* deviennent de réels incontournables dès la fin des années 1950 et servent de tribunes à une nouvelle génération de cinéastes intellectuels rompant fondamentalement avec le « cinéma de papa ». Truffaut, Godard, la *Nouvelle-Vague* voit le triomphe du cinéma d'auteur, légitimé par la critique et révolutionnant le statut du réalisateur-auteur (enterrant par la même occasion le cinéma populaire que représentait souvent le genre).

« La montée en puissance de la critique au cours des années cinquante, renforçant et renforcée par toute la mouvance autour de la « nouvelle-vague » et de « l'art et essai » [...] ont développé une esthétique du Beau et du Bon-goût cinématographiques [...] La politique des « auteurs » était lancée, axant ses luttes sur la légitimation de son offre auto-centrée, intrinsèquement écartée des voies des goûts populaires et de la variété de la demande des différents publics qui ne leur ressemblaient pas »¹¹.

La Nouvelle Vague permet l'avènement d'une *exception culturelle* française, avec en commandement principal le concept de cinéma d'art et d'essai. Le cinéma français est dès lors régit par sa « politique des auteurs » et tend à s'enfermer dans un prisme auteuriste qui ne laisse aucune place au genre, alors marginalisé, réduit au mauvais goût et à l'indistinction (sociale). L'ouvrage *La Nouvelle Vague du cinéma de genre en France* résume cette situation et la relation entretenue entre le cinéma français et le genre en ces termes : « Même si les mentalités évoluent peu à peu, le film de genre a longtemps eu mauvaise réputation. Fer de lance de notre célèbre « exception culturelle », le cinéma français, réputé d'auteur, a longtemps méprisé le genre »¹².

La domination du cinéma d'auteur comme cinéma légitime dans le champ culturel français depuis les années 1960 explique en grande partie la difficile existence d'un

¹¹ Claude Forest, *Quel film voir ?*, p. 144.

¹² Mélanie Boissonneau, David Maurice, Ethan Dahan, *La Nouvelle Vague du cinéma de genre en France*, p.23.

cinéma de genre français, due à l'infime quantité de films produits et exploités en France avant les années 2000. Inexistence entretenue par une profession et une industrie résistant farouchement au changement et à « l'américanisation du cinéma » que représentait le film de genre. Raphaëlle Moine dans son ouvrage *Le cinéma français face aux genres* cite 3 critères expliquant une résistance de l'institution cinématographique française, à l'orée des années 2000, d'accepter, de légitimer, une mutation du cinéma vers le genre, infusé de cinéma américain. Voici le troisième critère : « Le poids du modèle du film d'auteur imposé par la critique française empêche, surtout après la guerre, de reconnaître des genres »¹³. Raphaëlle Moine emploie de même le terme éloquent de « non-auteur » pour définir la perception des cinéastes de genre en France après la Seconde Guerre mondiale. Ce terme résonne assez justement lorsque l'on se souvient de l'accueil critique de cinéastes comme Luc Besson ou Jean-Jacques Beineix dans les années 1980.

Néanmoins, les années 2000 permettent une résurgence du cinéma de genre dans le paysage français, notamment grâce à l'émergence d'une nouvelle génération de cinéastes et de producteurs biberonnés au cinéma américain et qui décident, à grands renforts de projets subversifs et ambitieux, de dynamiter le « cinéma de papa » comme la Nouvelle Vague 40 ans avant eux.

C- Les années 2000 : des French-Frayeurs à l'elevated genre :

Le renouveau du genre français débute avec le pari d'une petite société de production, Fidélité Films, qui lance en 2000 un label « Bee Movies » et inaugure à l'huile de coude une nouvelle période fertile pour le cinéma de genre. La société produit entre autres *Promenons-nous dans les bois* (2000), *Bloody Mallory* (2002) et *Maléfique* (2003) qui connaîtront leur petit succès au box-office et lanceront quelques carrières. Suivront d'autres productions plus marquées « horreur », portées par de jeunes cinéastes ambitieux et qui connaîtront un franc succès d'estime. Notons principalement le tour de force *Martyrs* de Pascal Laugier (2008) et *Haute Tension* d'Alexandre Aja (2003) qui électrisent le cinéma français au début des années 2000. Même si le réel détonateur permettant l'avènement d'une nouvelle ère de production pour le genre français fut *Le*

¹³ Raphaëlle Moine, *Le cinéma français face aux genres*, p. 184.

Pacte des Loups en 2001 et ses 5 millions d'entrées en France, ces diverses productions semblent donner du crédit à cette période qui verra son point d'orgue avec l'avènement des *French Frayeurs*. C'est le directeur du cinéma chez Canal+ Manuel Alduy qui prend l'initiative de lancer ce programme d'aide à la production du cinéma de genre français en 2006 et qui permettra à de nombreux auteurs d'émerger (Fabrice du Welz, Xavier Gens...). Malgré la non-pérennisation du label *French Frayeurs*, le fait qu'une institution comme Canal+, intimement liée au cinéma français, légitime la production de cinéma de genre symptématise un changement de paradigme quant à la place qu'occupe, à l'aune des années 2000, le cinéma fantastique, d'horreur et de science-fiction en France.

Mais il s'agit d'un cinéma durablement étiqueté comme américanisant et populaire. Divertissant et finalement uniquement légitime d'un point de vue économique, non pas d'un point de vue artistique. La situation semble périliter jusqu'aux années 2015-2020 où un nouveau tournant s'opère et amène le cinéma de genre vers une nouvelle sphère, celle de l'art et essai.

La rupture intervient en 2016 avec le film *Grave* de Julia Ducournau : « Triomphant à la Semaine de la critique du festival de Cannes 2016, ce film d'horreur « intelligent » collectionne les récompenses dans les festivals du monde entier »¹⁴. Il fallait bien cela pour que le genre obtienne ses lettres de noblesse et sa légitimité, qu'il soit validé par les instances de l'exception culturelle, par le monde de l'art et essai et le festival de Cannes. On parle dès l'ors d'*elevated genre*, de genre élevé qui pose, par le prisme de l'horreur et du fantastique, un regard neuf et déconstruit sur le monde. Jusqu'aux années 2020, quelques projets de ce type émailleront les sorties nationales : *Revenge* de Coralie Fargeat (2018), *Teddy* des frères Boukherma (2020), *La Nuée* de Just Philippot (2020) jusqu'à la consécration que représente *Titane* (2021) qui obtient la Palme d'Or cannoise et signe définitivement l'ouverture d'une nouvelle période pour le cinéma de genre en France.

Néanmoins, malgré l'embolie de cette « Nouvelle Vague », il convient de bien distinguer succès d'estime et critique de succès commercial. Car si les films susmentionnés furent assurément des succès critiques, ils demeurent tous de relatifs échecs commerciaux. *Revenge* fait 35 616 entrées malgré une tournée des festivals internationaux, *Teddy*

¹⁴ Mélanie Boissonneau, David Maurice, Ethan Dahan, *La Nouvelle Vague du cinéma de genre en France*, p.19.

cumule 32 684 entrées, *La Nuée* atteint difficilement les 43 000, le film ayant bénéficié de l'aide à l'écriture de la résidence SoFilm. Seuls les films de Julia Ducournau tirent leur épingle du jeu, sans doute grâce au Festival de Cannes, tout en demeurant de relatifs échecs comparés au reste des drames et autres comédies françaises qui portent le marché : 151 831 entrées pour *Grave* et 301 403 pour *Titane*¹⁵.

Malgré une tendance à la légitimation, demeure un plafond de verre très net, qui empêche sans doute le cinéma de genre de devenir un réel marché à part entière : celui des entrées et du succès économique. Il semble apparaître alors un syllogisme insoluble : pour que le cinéma de genre français puisse réaliser des entrées, donc réellement rencontrer son public et participer au renouvellement de l'offre cinématographique, un grand nombre d'œuvres doit être produit. Or pour que ces productions voient le jour, et avec un budget nécessairement conséquent (inhérent au genre et à sa crédibilité), les financeurs doivent être rassurés quant à la prise de risque que représente la production et le retour sur investissement qu'elle permettra. Mais sans comparatifs forts de cinéma de genre ayant réalisé des entrées, car trop peu nombreux et plébiscités, ces productions ne peuvent voir le jour. Le genre demeure ainsi une économie fragile en France, aujourd'hui plus que jamais.

3. Une économie fragile portée sur l'international

A- La production nationale de cinéma de genre

« Le peu de consistance de l'entité « genre » dans notre production nationale tient d'abord à un critère quantitatif. Un genre fonctionne toujours sur la série, la répétition et la variation. Il sera d'autant plus repérable que les films seront nombreux. Il tient également à la rareté des approches critiques et historiques »¹⁶.

¹⁵ Les chiffres mentionnés dans ce chapitre proviennent de *Comscore*.

¹⁶ Raphaëlle Moine, *Le cinéma français face aux genres*, p.6.

Les mots de la chercheuse Raphaëlle Moine traduisent parfaitement l'impasse dans laquelle se trouve la production de cinéma de genre français : son émergence ne peut être réalisée que par la multiplication de ses productions, elles-mêmes rendues difficiles par, justement, l'absence de productions antérieures. Une étude du CNC en date du 27 novembre 2018, *Les films de genre dans les salles françaises*, nous apprend qu'entre 1998 et 2017, le nombre de films de genre diffusés en salles représente entre 4,5% et 7,5% du total des sorties nationales. Ce qui représente 691 films (appartenant aux genres de la SF, de l'horreur et du fantastique). Ce constat démontre déjà en quoi le cinéma de genre est très peu exploité en France, comparativement aux autres typologies de cinémas. Mais la part que détient le cinéma français au sein de ce panel de 691 est d'autant plus éloquente :

- Parmi les 216 films d'horreurs exploités en France entre 1998 et 2017, 21 sont français, ce qui équivaut à 9,7% des films.
- Parmi les 291 films fantastiques exploités en France entre 1998 et 2017, 33 sont français, ce qui équivaut à 11,3% des films.
- Parmi les 184 films de science-fiction exploités en France entre 1998 et 2017, 13 sont français, ce qui équivaut à 7,1% des films.

Ce bilan éclaire une période assez récente des films ayant été exploités en salles de cinéma. Si l'on se réfère à une période plus large et à l'étude réalisée par Claude Forest dans son ouvrage *Quel films voir ?* on apprend que sont produits « entre 1942 et 2004 [...] une cinquantaine de films (de genre) au total sur les 150 à 200 produits chaque année six décennies durant. Soit moins de 0,05% de l'offre faite aux français par leur industrie cinématographique nationale ! »¹⁷.

La production nationale de films de SF, fantastique et d'horreur demeure ainsi mortifère comparée à la masse de comédies, drames et autres genres produits et exploités chaque année. Dès lors, et en se référant au travail de Raphaëlle Moine, nous pouvons établir que la valeur quantitative de la production nationale française est étroitement liée à sa valeur économique de marché. En d'autres termes, une certaine typologie de films ne peut nécessairement pas devenir économiquement viable dans un marché où elle est vouée à

¹⁷ Claude Forest, *Quel film voir ?*, p.49.

l'invisibilisation. Cette invisibilisation s'opère dès en amont, au moment du financement d'un film auprès des guichets institutionnels.

B- Des guichets frileux, des budgets trop faibles

L'un des prérequis au succès d'un film, donc d'une exploitation permettant la pérennisation d'un genre ou d'un auteur, est la qualité de sa production et la force de son budget¹⁸. Si nous partons du postulat d'un cinéma indépendant, ne bénéficiant pas d'un budget colossal et/ou soutenu par un groupe (une major) ; les premiers guichets de financement que représentent, entre autres, l'avance sur recette du CNC ou le préachat des chaînes de télévision, sont essentiels au financement d'un film. Dans son mémoire *Le cinéma de genre, la règle française et les salles Art et Essai*, Mathieu Guilloux nous explique que « seulement 47 films fantastiques ou horrifiques ont été soutenus à l'avance sur recette depuis 1960 sur 2000 films aidés »¹⁹ ; cela représente (en se basant sur l'approximation de 2000 films aidés) environ 2,3% des films aidés. L'avance sur recette apparaît donc comme naturellement fléchée vers des projets de films autres que ceux dessinés par le cinéma de genre. La simple explication de la qualité d'un projet ne peut que difficilement expliquer à elle seule le chiffre de 2,3% des films aidés.

Sur le plan national, les subventions du CNC en faveur du cinéma de genre sont exceptionnelles et « par apriori défavorable, le jury de l'Avance sur Recettes n'attribue pratiquement jamais de subvention à un projet relevant du cinéma de genre »²⁰. Pourtant le CNC semblait en 2018 avoir pris la mesure de la demande en matière de cinéma de genre qui émanait du public, ainsi que de la nécessité de produire aujourd'hui et à l'aune d'une perte d'habitude galopante d'une part des spectateurs (pour le cinéma), un cinéma autre, divertissant et permettant un renouvellement de l'offre cinématographique et des auteurs. Cette prise de conscience s'est manifestée doublement : premièrement avec un grand débat entourant les fameux 15-25 ans qui n'a eu de cesse d'animer la profession et d'entraîner forces études et tribunes ; deuxièmement avec une initiative encourageante

¹⁸ Nous évinçons ici volontairement le travail du distributeur (qui participe évidemment si ce n'est nécessairement au succès d'un film) pour se concentrer sur la question de la production.

¹⁹ Mathieu Guilloux, *Le cinéma de genre, la règle française et les salles Art et Essai*.

²⁰ Mélanie Boissonneau, David Maurice, Ethan Dahan, *La Nouvelle Vague du cinéma de genre en France*, p.25.

qui fut celle des appels à projet du CNC pour les films de genre. Lancé en 2018, cet appel à projet ciblait les films fantastiques, de science-fiction et d'épouvante. Le film lauréat en 2018 fut *Ogre* d'Arnaud Malherbe qui malgré sa promesse de cinéma et le travail de son distributeur *The Jokers Films* ne réalisa que 21 071 entrées. Un coup d'épée dans l'eau donc. D'autant plus que cette initiative du CNC ne se renouvela aucunement pour notre cinéma de genre (celui défini en première partie) puisqu'en 2019 cet appel concernait la comédie musicale, en 2020 la comédie romantique et en 2021 le film d'aventure. Des genres cinématographiques résolument moins en capacité d'intéresser un public plus jeune biberonné au cinéma américain et avide de sensations.

Le cinéma de genre trouve donc avec le CNC un guichet de financement relativement bouché, si ce n'est défavorable à priori. Et si des chaînes de télévision comme Canal+ ont pu, au début des années 2000, être un bref havre de création, il semble aujourd'hui plus qu'optimiste d'avancer que la télévision puisse être un financeur incontournable du genre. La principale raison réside dans l'incompatibilité à priori d'un média grand public et vieillissant (la télévision) et d'un cinéma se voulant original, parfois subversif, souvent violent ou dérangeant.

Un autre facteur de légitimisation permettant de faciliter la production d'un film de genre et d'accroître son budget pourrait être celui de la reconnaissance par la profession. Si *Titane* grâce à sa palme d'or a pu obtenir cette reconnaissance, il ne semble pas exister au sein de l'Académie des Césars, par exemple, d'élan permettant de soutenir et accompagner la production de cinéma de genre, comme cela peut-être le cas dans d'autres pays comme l'Espagne : « Les *Goya* espagnols ont toujours récompensé des films de genre et ont permis à cette industrie de niche de devenir un véritable pan de son cinéma national, là où la France a échoué malgré ses talents prometteurs »²¹.

Le cinéma de genre français souffre également de son manque de crédibilité auprès du public. Manque provenant naturellement du monopole du cinéma américain en termes de genre au cinéma (réalité qui tend à évoluer sur les plateformes, avec une production coréenne ou espagnole qui enregistre d'excellents succès). Ce manque de crédibilité est à mettre en lien direct avec le manque de moyens financiers qui empêchent, notamment, un cinéma de SF ou fantastique d'émerger et de sortir du carcan auteuriste qui étiquette durablement les films français :

²¹ Baptiste Charles, *Cinéma de genre : lettre à la France*.

« Difficile de savoir pourquoi le public hexagonal boude les films de SF français. Peut-être parce que faute de moyens financiers, ces films adoptent un ton souvent cérébral ou avant-gardiste (d'art et essai diront certains) et peu spectaculaire, qui rebute le grand public »²².

Alan Chikhe, le programmeur jeune public du cinéma le Méliès de Montreuil et animateur du cycle dédié au cinéma de genre « Aux Frontières du Méliès » nous explique, au cours d'un entretien réalisé dans le cadre de ce mémoire, que le monopole du cinéma américain couplé au manque de budget dont souffre la production française sont les principaux maux empêchant le cinéma français de dépasser ce plafond de verre des entrées :

« Maintenant ce qui se passe, c'est que le cinéma américain domine tellement le marché, le public français s'habitue à ce niveau de production et se retrouve avec un cinéma de genre français décevant par rapport à leurs attentes. Et c'est aussi le rôle des distributeurs financiers, du CNC, de mettre plus de moyens pour produire un cinéma français peut-être plus crédible »²³.

Quel cinéma de genre français peut prétendre à fonctionner en salles et à rencontrer un public enthousiaste ? Le récent succès du film *Le Visiteur du futur* de François Descraques apparaît comme un cas intéressant à étudier.

*C- Quel genre fonctionne en salle ? Etude de cas comparative de **Revenge** et **Le Visiteur du futur***

Le récent succès du film *Le Visiteur du futur* fut un beau symbole envoyé au cinéma français. Celui de la possibilité, pour un budget relativement bas (4,5 millions d'euros), de réaliser un film de science-fiction ambitieux et crédible :

²² Mélanie Boissonneau, David Maurice, Ethan Dahan, *La Nouvelle Vague du cinéma de genre en France*, p.22.

²³ Entretien réalisé avec Alan Chikhe, programmeur jeune public du Méliès de Montreuil.

« Fort de ses 330.000 entrées, le film de François Descraques a démontré que l'industrie cinématographique française était en capacité de produire une œuvre de science-fiction ambitieuse, riche en effets spéciaux, et dans une économie parfaitement maîtrisée, avec un budget de seulement 4,5 M€ »²⁴.

Le film de François Descraques distribué par KMBO enregistre aujourd'hui 332 307 entrées et est sorti en 2022 sur 490 copies. Une large combinaison donc, expliquant en partie son succès, et permise par l'ouverture des circuits (notamment Pathé et CGR) et une fan-base originelle du travail accompli par Descraques et son équipe sur YouTube depuis des années. Mais l'une des clés pour comprendre le succès du *Visiteur du Futur* réside également dans son caractère profondément français. Alan Chikhe résume cela de la manière suivante :

« Prenons *Le Visiteur du futur*, qui a eu un succès assez franc et inattendu. Il n'y a pas plus français que ce film. On commence pendant la Première Guerre mondiale, on a un truc franchouillard quoi. Et le film a vraiment rencontré son public, au Méliès on a eu des gens vraiment heureux de voir ce genre de proposition en France. La crédibilité visuelle a bien fonctionné et ça c'est essentiel pour le public français »²⁵.

L'une des clés de lecture de ce succès réside également selon moi dans le fait que, malgré sa qualité profondément SF, le film de François Descraques passe par le prisme de la comédie et contourne ainsi le manque de crédibilité dont il pourrait souffrir s'il était de genre « chimiquement pur ». Je reprends ici la théorie émise par Claude Forest :

« Ce parti pris français de mettre le fantastique du côté de la comédie est d'ailleurs symptomatique du tropisme de ses intervenants, comme s'ils le condamnaient d'avance à être risibles en s'attaquant à ce genre et prévenaient ainsi toute critique »²⁶.

Le film fut d'ailleurs marketé par KMBO comme une comédie SF (plutôt que l'inverse). L'affiche use des codes de la SF (codes que l'on retrouve globalement dans les films de SF et de super-héros américains), tout en adoptant un look « pop » adoucissant l'aspect postapocalyptique. Le label « coup de cœur » de CGR permet d'ailleurs d'affirmer, non

²⁴ Ecran Total, *La Newsletter du 31 janvier 2023*.

²⁵ Entretien réalisé avec Alan Chikhe, programmateur jeune public du Méliès de Montreuil.

²⁶ Claude Forest, *Quel film voir ?*, p. 138.

pas que le réseau de salles fait un pas en direction du genre, mais bien que le caractère comique du film et son identité YouTube passent en premier et évident ainsi toute prétention à « faire genre », cela rassurant le public par la même occasion.



Affiche du film « Le Visiteur du futur » réalisé par François Descraques, 2022.

Si nous comparons le succès du *Visiteur du Futur* à l'échec que peut représenter *Revenge* de Coralie Fargeat, nous observons qu'un film de genre « pur », *un rape & revenge*²⁷ lorgnant du côté du gore, peine à attirer son public. *Revenge* sort en 2018,

²⁷ *Rape & revenge* : sous-genre du cinéma d'anticipation, film de vengeance mettant en scène des personnages féminins qui traquent leurs agresseurs.

distribué par Rezo Films sur 73 copies. Le plan de sortie reflète l'identité du film : 51 copies sont en multiplexe mais le film est trop violent pour connaître une ouverture plus large auprès d'UGC, Pathé ou CGR. Les salles art et essai ne suivent pas, hormis quelques emblématiques programmées par des exploitants qui s'engagent en faveur du genre et prennent le risque : Le Méliès de Saint-Etienne, Les Variétés de Marseille, Le Star de Strasbourg. Le plafond des entrées s'explique résolument par la radicalité du film mais également, bien sûr, par sa programmation limitée et les déboires connus dans son financement :

« Le positionnement du film était clair : un vrai film de genre qui s'assume totalement, avec de l'action. Cela a compliqué le financement, il manquait toujours un guichet pour boucler le budget. En France il est plus facile de s'adresser au CNC, aux régions et aux télévisions avec un projet plus intellectuel, un drame social... Quand on propose du cinéma de genre, ces guichets se ferment. De plus, il s'agissait d'un premier film, sans star au casting, ce qui empêchait de solliciter des financements privés élevés [...] sans aide des institutions qui trouvaient que notre film était trop « commercial » et sans investissement privé important [...] *Revenge* est donc très fragile sur le plan économique [...] Si on veut que le cinéma de genre s'épanouisse en France, il faudrait qu'il ne soit plus rejeté à la fois par les institutions publiques et par les investissements commerciaux »²⁸.

Le succès du film ne dépassera pas les festivals et le vivier de curieux qui se déplace aujourd'hui pour ce genre de proposition française : 35 616 entrées en bout de course, 10 fois moins que *Le Visiteur du futur*. L'affiche ci-dessus démontre le parti pris du genre et le prisme féministe de ce *survival*. Contrairement à celle du *Visiteur du futur*, pas question d'édulcorer le propos, l'approche est frontale avec la personnage principal armée qui pointe son canon vers nous, comme un avertissement.

²⁸ Coralie Fargeat à propos de son film dans *La Nouvelle Vague du cinéma de genre en France*, p.58.



Affiche du film « Revenge » réalisé par Coralie Fargeat, 2018.

La comparaison avec *Le Visiteur du futur* ne doit souffrir aucun jugement de valeur, simplement éclairer, avec deux exemples farouchement opposés, quel cinéma de genre semble avoir aujourd'hui sa place en France (dans le marché économique) ; place accordée par les institutions mais également les exploitants et leur programmation.

Néanmoins, le film de Coralie Fargeat, s'il n'enregistre que peu d'entrée et fut voué à la niche, a rencontré un beau succès à l'international et exemplifie un constat déjà prégnant : la cinématographie de genre française, si elle est souvent boudée chez elle, connaît grâce à l'international un second souffle.

D- Un cinéma reconnu à l'international et qui s'exporte bien

L'international semble, depuis les années 1980, être le lieu de diffusion privilégié du cinéma de genre français. De nombreux réalisateurs ayant fait leurs armes en France ont eu une expérience, plus ou moins concluante, à l'étranger et surtout aux Etats-Unis : Luc Besson, Alexandre Aja, Xavier Gens, etc. La société Europacorp sort ainsi du lot en apparaissant comme l'un des seuls studios français ayant réalisé des productions internationales d'envergure. Mais l'épiphénomène Besson ne doit pas cacher l'appétence qui existe à l'international pour un cinéma de genre français qui connaît de belles expositions en festivals : « Il ressort plus que jamais que l'international est le lieu de la diversité de leur diffusion [...] car le cinéma français s'est décomplexé face aux genres et ce sont les spectateurs étrangers qui semblent l'avoir le mieux compris »²⁹.

Le rapport d'Unifrance sur l'exportation des genres français met en lumière la différence de réception d'un même panel de films en France et à l'étranger :

« Entre 1995 et 2014, 34 films français majoritaires de genre fantastique, horreur ou SF sont sortis dans les salles étrangères (soit 71% des 48 films du genre sortis en France sur la même période). Ces films ont généré 120,1 millions d'entrées à l'international, dont 88,5 pour les films de SF, 29,4 pour les films fantastiques et 2,2 pour les films d'horreur. Le genre représente 12,9% des entrées globales du cinéma français sur la période. En France, les films fantastiques (terme englobant les 3 sous genres mentionnés ci-dessus) recensent 26,2 millions d'entrées sur la même période et représentent 2,1% du public des films français, une proportion équivalente de celle des documentaires et des films historiques. Les films fantastiques français réalisent donc une part bien supérieure d'entrées à l'international que sur le marché français, pour une part de marché plus de 6 fois supérieure hors de ses frontières. »³⁰.

Le succès du cinéma de genre français à l'international, comparé à son insuccès sur le sol national pose question. Un phénomène semble se dégager ces dernières années, celui d'un

²⁹ Rapport D'Unifrance réalisé par Quentin Deleau, *Quels sont les genres français qui s'exportent le mieux ?*, p.3.

³⁰ *Ibid*, p.36.

succès d'estime du genre français, en France et à l'international. Avec de nombreux festivals attirant beaucoup de spectateurs ; et une reconnaissance grandissante, lors d'avant-premières et en amont de la sortie. Mais cette réalité se heurte à la nécessaire sortie nationale, où toute l'embolie que représentait les festivals retombe et où l'œuvre finie broyée parmi la quinzaine de films à l'affiche chaque mercredi. Un nouveau constat, une nouvelle question, qui amorcera notre prochaine étude de cas sur le film *Les Rascals* : le cinéma de genre français est-il voué à la festivalisation ?

4. Vers une festivalisation du cinéma de genre ?

A- Les festivals de genre en France

Le festival de cinéma apparaît d'emblée comme un lieu et un temps de prédilection pour le cinéma de genre. Cinéma voué à la marge, le festival lui donne l'occasion d'être montré, vu et de rencontrer son public. Chose rendue impossible, dans la plupart des cas, dans le simple contexte de sortie nationale. Le festival, par sa temporalité fixe et son travail d'éditorialisation poussé, parvient à attirer un grand nombre de spectateurs et d'attiser la curiosité ; créant des fenêtres d'exploitation courtes, mais bien souvent prospères pour un film. Cette réalité semble exacerbée pour le cinéma de genre qui peine à s'imposer dans le marché économique classique et qui trouve bien souvent dans les festivals un refuge et une exposition idoine.

De nombreux festivals de genre ont vu le jour en France depuis les années 1990 :

« Outre les festivals historiques que nous avons cités précédemment, on remarque ces dernières années une multiplication des festivals de films de genre en France, coïncidant avec les carences de diffusion de ces films en salles et la demande du public. On peut ainsi citer L'Etrange Festival à Paris, créé en 1993, le Festival européen du film fantastique de 32 Strasbourg, créé en 2008, Hallucinations Collectives à Lyon, créé également en 2008 ou encore le Paris International Fantastic Film Festival, créé en 2011 »³¹.

³¹ Daniel Cohen, *La diffusion des films de genre en France, des festivals à la salle de cinéma*, pp 31-32.

Sans oublier le festival de Gérardmer, crée en 1994 qui chaque année met à l'honneur les cinémas fantastiques, de SF, d'horreur ou autres thrillers.

Les festivals possèdent également une réelle plus-value pour le travail du distributeur en amont de la sortie d'un film. En effet, la participation d'un film à un festival certifie, à l'image d'un label, sa valeur auprès du public et des exploitants. Il s'agit d'arguments souvent mis en valeur au cours de la programmation du film et c'est un gage de qualité pour le public. Par sa temporalité, le festival peut devenir un réel prescripteur auprès du public et réaliser le double mouvement de porter un film tout en fidélisant et « éduquant »³² le public à un cinéma de genre :

« Dans cette mesure il y a un vrai rôle pour les festivals de diffuser ce cinéma et de lui donner de la visibilité. De le faire découvrir au public aussi et pourquoi pas de le fidéliser et l'habituer pour ensuite créer un terrain de réception plus favorable si le film est amené à sortir en salles [...] c'est je pense l'un des rôles des festivals : faire découvrir un cinéma différent, donner un rendez-vous et proposer une expérience commune à un public qui va au fur et à mesure sculpter son regard et sa cinéphilie. Cela permet aussi de faire évoluer les mentalités et de créer du désir auprès des spectateurs »³³.

Néanmoins, si le festival peut apparaître comme refuge pour le cinéma de genre, offrant une exposition à des films ne sortant parfois pas en salles ; il peut également s'agir d'un « leurre », tant la réalité pour un distributeur indépendant peut être celle d'un film plébiscité et très bien accueilli en festival ou en séances accompagnées, mais échouant lors de sa sortie nationale, là où réside le réel enjeu économique.

B- De l'impossibilité d'une évenementialisation permanente

La crise sanitaire a durablement impacté les habitudes des spectateurs en termes de loisirs, de sorties et de consommation de produits culturels. Aux mots de certains exploitants et distributeurs, la curiosité d'une partie du public pour un cinéma « autre »

³² Dans le sens éduquer à l'image, ouvrir le regard à des cinématographies diversifiées.

³³ Entretien avec Daniel Cohen, directeur artistique du Festival Européen du Film Fantastique de Strasbourg.

s'est émoussée. Encouragés par le prix concurrentiel et l'offre de choix des plateformes, les spectateurs semblent, en matière de cinéma, se concentrer sur des « valeurs-sûres », évaluant le risque encouru à passer une séance devant un film qu'ils n'aimeraient pas. Ce déplacement d'habitude couplé à une diminution du risque dans la satisfaction qu'engendre la consommation de produit culturel pousse les distributeurs et exploitants à redoubler d'efforts pour attirer un nouveau public et attiser sa curiosité. En somme pour se démarquer dans le rythme effréné des sorties. Dans ce contexte, l'accompagnement des séances, les festivals, les avant-premières, en bref toute séance accompagnée et animée participe de cette festivalisation, de cet effort prescripteur. Le programmeur Alan Chikhe, avec son ressenti et son expérience au sein du cinéma Le Méliès de Montreuil, nous parle en ces termes de son travail : « le constat amer que font beaucoup d'exploitants aujourd'hui, c'est que si tu n'es pas dans un travail de festival constant, d'accompagnement, d'événements et de rencontre ; les gens ne viennent pas ».

Ce constat, encore une fois, prend son sens concernant le cinéma de genre, qui est particulièrement sujet à cette festivalisation. Mais il concerne également toutes les cinématographies « difficiles » et précaires, celles défendues et portées par des distributeurs indépendants. Plus facile en effet, lorsque l'on a la force de frappe d'un Disney ou d'un Pathé, d'arroser l'imaginaire collectif à grands renforts de frais d'éditions. A l'inverse, pour le distributeur indépendant, la mise en lumière par l'accompagnement de son film, possible en amont de la sortie au prix d'efforts souvent colossaux, se heurte lors de la sortie nationale à la réalité d'un marché en accélération, où l'avenir d'un film, son succès et son maintien à l'affiche ; est scellé dès le 14h parisien.

Le constat d'Alan Chikhe est partagé par Mikaël Muller, directeur de la programmation chez *The Jokers Films* :

« Oui le cinéma de genre est victime de la festivalisation du cinéma, pas que le genre d'ailleurs, d'autres cinémas « à la marge » sont également voués à fonctionner en festival uniquement. Car en festival on retrouve des gens curieux et très concernés, qui s'intéressent au travail du distributeur et qui ont une vraie culture cinéphilique »³⁴.

³⁴ Propos recueillis lors d'un entretien effectué dans le cadre de ce mémoire.

Cet amer constat, partagé par le distributeur comme l'exploitant, se matérialise dans le film *Les Rascals*, distribué par *The Jokers Films* le 11 janvier 2023, qui fut très décevant en termes d'entrées. Le film participa à de nombreux festivals : Deauville, Etrange Festival, FIFIGROT, FEFFS, FIFIB, Sarlat, ... et connu un franc succès auprès du public, notamment jeune, lors de son exploitation en avant-première. Mais lors de la sortie nationale, le film ne prend pas, le public ne se déplace pas et les entrées culminent difficilement aujourd'hui à 37 556. Alan Chikhe, qui a travaillé sur le film au Méliès, dit en parlant de la festivalisation :

« C'est un peu le constat que l'on a fait, notamment avec *Les Rascals*. Avec une séance en présence du réalisateur qui a attiré 182 personnes le premier vendredi d'exploitation ; puis une fréquentation qui a fortement baissé pour le reste des séances »³⁵.

Finalement, le film réalise 42,62% de ses entrées à la semaine sur une seule séance au Méliès de Montreuil.

Les propos de Mikaël Muller reflètent en effet l'expérience du distributeur indépendant The Jokers Films qui depuis 2016 travaille activement à la diffusion du cinéma de genre en France. Fort de son succès « surprise » avec le film *Parasite* sortie en 2019, The Jokers Films et ses deux directeurs.rices, Manuel Chiche et Violaine Barbaroux ont fait le choix, ont pris le risque de parier sur de jeunes auteurs, sur le cinéma de genre français ; en coproduisant/distribuant des projets de films audacieux et souvent, des premiers films. Ce choix suit une logique éditoriale propre à la distribution indépendante et que The Jokers revendique : participer au renouvellement des talents et de l'offre cinématographique. Mikaël Muller résume la position du distributeur indépendant comme suit : « En faisant émerger des talents, le cinéma français peut se renouveler, faute de quoi une certaine idée de la diversité du cinéma français va mourir ».

Ce premier temps de réflexion nous a permis de faire un état des lieux du cinéma de genre en France aujourd'hui. Le bilan que nous tirons est que le cinéma de genre souffre d'une très forte précarisation au sein du marché économique actuel. Au sein de cet écosystème à priori défavorable au genre, le distributeur indépendant apparaît lui-

³⁵ Entretien réalisé avec Alan Chikhe.

même comme un acteur précaire, tant son rôle aussi bien de défricheur de jeunes talents, que de garant d'une certaine diversité du cinéma français, se retrouve impacté par les échecs économiques que rencontrent les films de genre en salles.

Pour mieux cerner le rôle du distributeur indépendant et tenter d'ouvrir la voie à des pistes de réflexion sur la question de la prise de risque dans le paysage cinématographique français ; j'ai fait le choix de réaliser une étude de cas sur le travail de The Jokers Films et sur le film *Les Rascals* dont la sortie cristallise bon nombre de questions et de problématiques relevées dans le cadre de ce mémoire.

II- LES ENJEUX DE LA DISTRIBUTION DE GENRE FRANÇAIS : ETUDE DE CAS DU FILM LES RASCALS ET DU TRAVAIL DU DISTRIBUTEUR THE JOKERS FILMS

Le choix de cette étude de cas ne tient pas du hasard. J'ai effectué mon stage de fin d'étude comme assistant de programmation au sein de The Jokers et j'ai travaillé sur la sortie du film *Les Rascals*. Alors que mon projet de mémoire mûrissait et que je cherchais encore par quel prisme aborder mon sujet, l'expérience de la sortie de ce film fut très éclairante sur le fonctionnement de bon nombre de mécanismes régissant la sortie d'un film en salles aujourd'hui. Je fais donc le choix, en traitant un cas particulier, de tenter d'éclairer en globalité les logiques de marché qui animent le cinéma français ; et en quoi ces logiques sont défavorables au distributeur qui tente de diffuser un cinéma de genre français.

1. Un film audacieux au positionnement complexe

Les Rascals est le premier long-métrage de Jimmy Laporal-Trésor, scénariste et réalisateur du précédent court *Soldat Noir*, nommé au César du meilleur court-métrage en 2022. Le film est produit par la société Spade, société de production de Manuel Chiche rattachée à The Jokers Films (qui distribue *Les Rascals*). Le synopsis du film est le suivant :

« Les Rascals, une bande de jeunes de banlieue, profite de la vie insouciance des années 80. Chez un disquaire, l'un d'eux reconnaît un skin qui l'avait agressé et décide de se faire justice lui-même. Témoin de la scène, la jeune sœur du skin se rapproche d'un étudiant extrémiste qui lui promet de se venger des Rascals. Alors que l'extrême droite gagne du terrain dans tout le pays, la bande d'amis est prise dans un engrenage. C'est la fin de l'innocence... ».

Les Rascals est un film hybride : film d'époque retranscrivant les années 1980 à Paris, film d'anticipation mêlant politique et vengeance, film de bande véhiculant un fort message antiraciste et décrivant la montée de l'extrême droite en France. Il s'agit d'un projet audacieux, produit pour un peu plus de 2,8 millions d'euros. Son producteur et distributeur, Manuel Chiche en parle en ces termes :

« Actuellement, le cinéma français ressemble à ce que les chaînes de télévision veulent pour leurs antennes : des drames et des comédies. C'est heureusement en cours de changement car les chaînes comprennent que leur public est vieillissant et qu'elles ont besoin d'attirer les jeunes téléspectateurs. Elles commencent à soutenir des propositions plus audacieuses. De mon côté, je m'interroge aussi sur les moyens à mettre en œuvre pour mobiliser ce jeune public sur le cinéma français en accompagnant des œuvres qui allient le genre au social, comme *les Rascals* qui est un thriller sur l'histoire de la jeunesse française des années 1980 »³⁶.

Le film semble assez fortement influencé par le cinéma américain et tente de raconter son sujet par le prisme de l'image, procédé cinématographique que l'on retrouve souvent dans le cinéma de genre. Ce parti pris graphique pouvait, à priori, plaire à un jeune public et proposer un film français non pas écrasé par son sujet et son propos d'auteur, mais offrant une expérience divertissante et rythmée :

« Avec *Les Rascals* on a eu une vraie proposition cinématographique différente. Et ça a fait du bien, le film proposait quelque chose visuellement de différent, pas forcément au niveau du thème ou du sujet, mais de l'image. Il faut qu'on arrête de juger les films par le prisme du sujet. Le cinéma de genre au contraire se base souvent sur des sujets classiques mais proposent une approche différente et véhiculent des émotions différentes »³⁷.

Le caractère audacieux du film transparaît au travers de son particularisme : aucune, semble-t-il, proposition de ce genre n'a été amené sur les écrans français. Cette singularité de sujet et de traitement, alors qu'elle pourrait être une force, résonne comme une fausse note et un redoutable défi en termes de positionnement.

³⁶ Ecran Total, *La Newsletter* du 31 janvier 2023.

³⁷ Entretien avec Alan Chikhe.

Toute la complexité du positionnement du film, duquel découle la campagne marketing et la capacité, ou non, du film à attirer son public, réside dans son hybridité. Il s'agit d'un film français s'adressant aux jeunes et ayant une ambition populaire. Or le cinéma français d'auteur demeure boudé par une partie du jeune public pour son aspect élitiste. D'un autre côté, le film peut également attirer un public de cinéma français d'*Art et Essai* plus classique (le film ayant été recommandé Art et Essai), mais sa violence et son aspect « genre » sont souvent synonymes de boycott pour les plus vieilles générations. Rajoutons à cela la temporalité peu commune et brouillée du film qui dessert sa lisibilité pour un public non averti : un film de bande dans les années 1980 avec des jeunes s'habillant à la mode rockabilly des années 1950.

Le directeur de la distribution de The Jokers Films, Boris Pugnet, nous a abondamment parlé du positionnement du film et de sa campagne marketing au cours d'un entretien. Ses propos sont très éclairants sur la difficulté pour un distributeur de sortir un film tel que *Les Rascals* :

« Le côté complexe avec le positionnement des Rascals, c'est que c'est un film qui ne ressemble à rien de ce qui a déjà été fait, il n'y a pas vraiment de comparable et c'est un premier film. On n'avait donc pas de comparatifs vers lesquels nous tourner pour le positionnement, la programmation, l'identité du public ou la couleur à donner à notre plan marketing. Et le public également, qui se fait une sorte de carte mentale du cinéma classé par genres, allait avoir du mal à identifier le film »³⁸.

De ce difficile positionnement, découle nécessairement une campagne marketing semée d'embûches.

2. Le parcours du combattant de la campagne marketing

Toute la difficulté du film à s'imposer auprès du public au 11 janvier 2023 réside en partie sur l'efficacité de sa campagne marketing (efficacité de positionnement, de cible,

³⁸ Entretien réalisé avec Boris Pugnet, directeur de la distribution chez The Jokers Films.

via l’affiche, la bande-annonce) mais également, et si ce n’est en grande partie, sur ses frais d’éditions. The Jokers Films demeure un distributeur indépendant, ne disposant que de peu de fonds propres et ayant des budgets de sortie très serrés. Les frais d’éditions pour *Les Rascals* avoisinaient les 230 000 euros. Et vu l’ambition du film et son identité « américaine », il semblait compliqué de donner, avec un tel budget, la résonnance attendue.

A- Le public cible, le choix des partenaires et les différentes campagnes

« Qui dit film français dit spectateur (en moyenne de plus de 50 ans). Cela veut également dire que l’on passe par des canaux de médias de « l’ancien modèle », presse écrite notamment. Pour avoir accès aux grands médias télévisuels, il faut avoir un casting connu. Là, on est sur un premier film avec casting inconnu. C’est donc un peu le serpent qui se mord la queue : on dit que les films français n’attirent pas les jeunes mais pour avoir accès à la presse et aux médias il faut avoir un casting connu. Or les jeunes acteurs auxquels le jeune public est susceptible de s’identifier ne sont pas (encore) connus. On est dans une impasse.

[...]

Pour le public plus jeune, il consomme du cinéma américain, en majorité. Or un film américain dépense 1 million d’euros pour être connu : affichage, spots sur les réseaux sociaux, etc. Donc toi en tant que distributeur indépendant, tu arrives avec ton petit porte-voix à côté du cinéma américain et tu as l’air ridicule. Sauf auprès d’une population curieuse de cinéma, mais qui représente une partie infime du public »³⁹.

La campagne marketing des *Rascals* a tenté de s’adresser à ces deux publics souvent opposés en termes de goûts, notamment avec un choix très cloisonné et ciblé en termes de presse écrite et digitale.

³⁹ *Ibid.*

De l'achat presse a ainsi été réalisé en S-1 (semaine-1) de la sortie du film auprès de *Télérama*, *Libération* et *Sud-Ouest*, permettant de toucher un public cible plutôt âgé, lisant la presse, intéressé par le cinéma français et les sujets politiques.

D'une autre manière, The Jokers Films a souhaité toucher le jeune public via une vaste campagne digitale s'élevant à environ 30 000 euros avec de l'achat digital auprès d'*Allociné* et une campagne de sponsorship chez *Facebook*, *Snapchat*, *YouTube*, *TikTok* et *Instagram*.

Le choix des partenaires reflète également un positionnement hybridant les médias, toujours dans cette volonté de s'adresser à un public cible binaire : La revue *Cinémateaser*, *Konbini*, *Senscritique*, *FranceTv* et *RadioNova*.



Les partenariats négociés sur le film Les Rascals.

B- La création de l'affiche

« Concernant l'affiche à proprement parler. Ma première impression sur le film c'est qu'il pouvait faire polémique, par son sujet, comme *Rodéo* l'été d'avant qui avait eu des notes *allociné* assassines et qui avait déchainé la fachosphère. Le risque était de passer pour un film de baston, jeunes de banlieues vs skins et qui montre une France hyper fracturée. Et les exploitants ne peuvent pas promouvoir ce genre de films. Pour éviter les incidents, comme ceux du film *Creed*. Il fallait donc éviter le côté « huile sur le feu »

[...]

Pour éviter le côté violent et anxiogène, il fallait que l'affiche le désamorce avec un aspect « Ah ce film a du fond en fait et la violence a du sens ». Donc orienter vers des phrases,

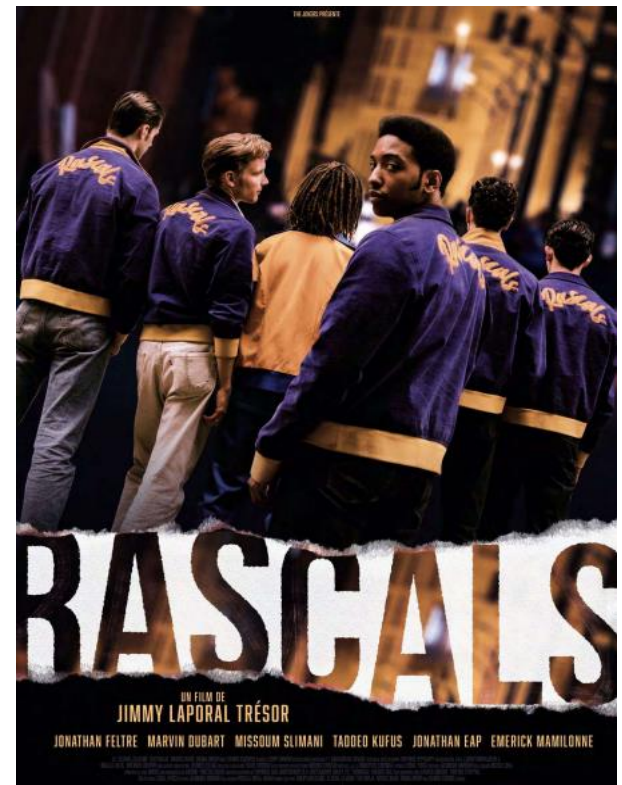
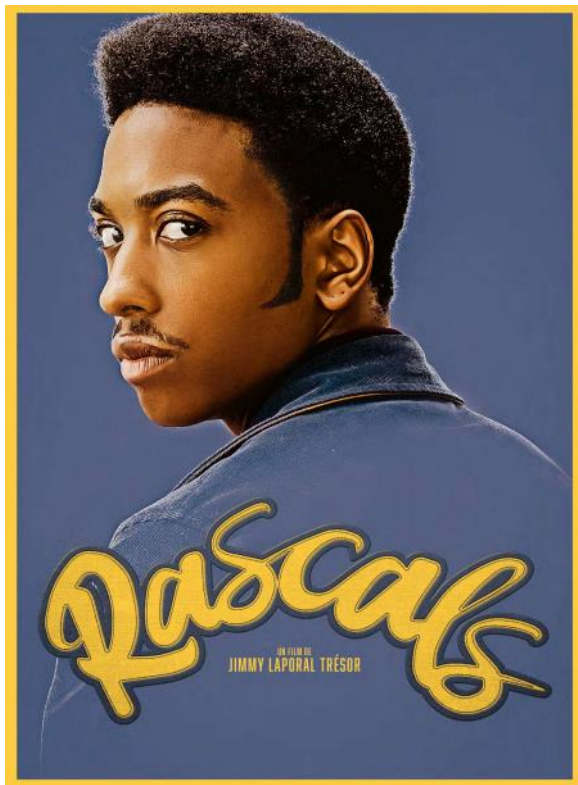
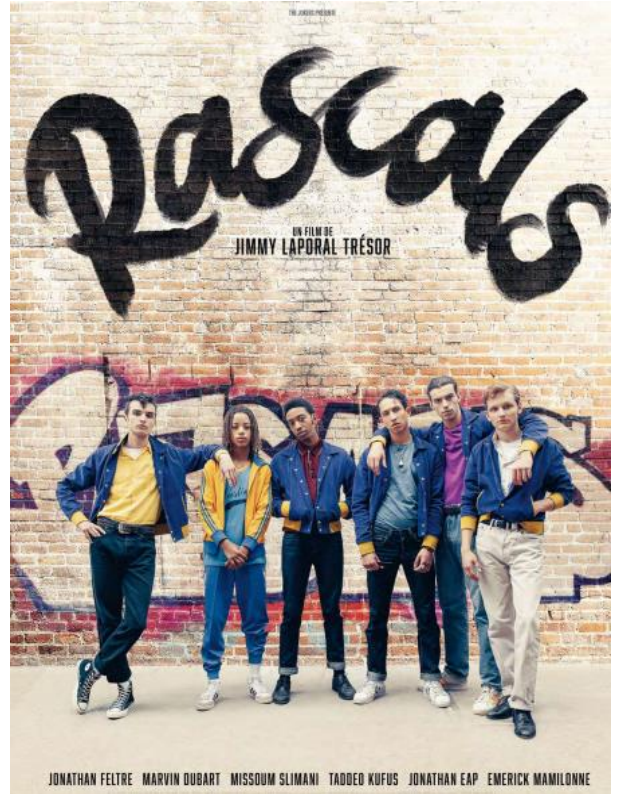
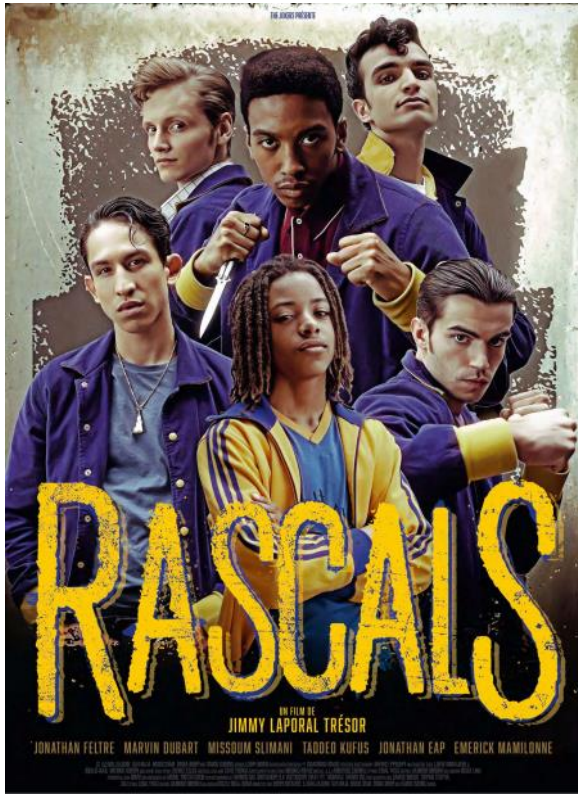
des *quotes* « Un film contre le racisme », etc. De même le fond blanc permettait de mettre en valeur ces *quotes* et donner une identité différente, plus américaine ou grand public. Cette affiche en tous cas, tente de faire plus gros que ce qu'est le film : film indé, premier film français »⁴⁰.



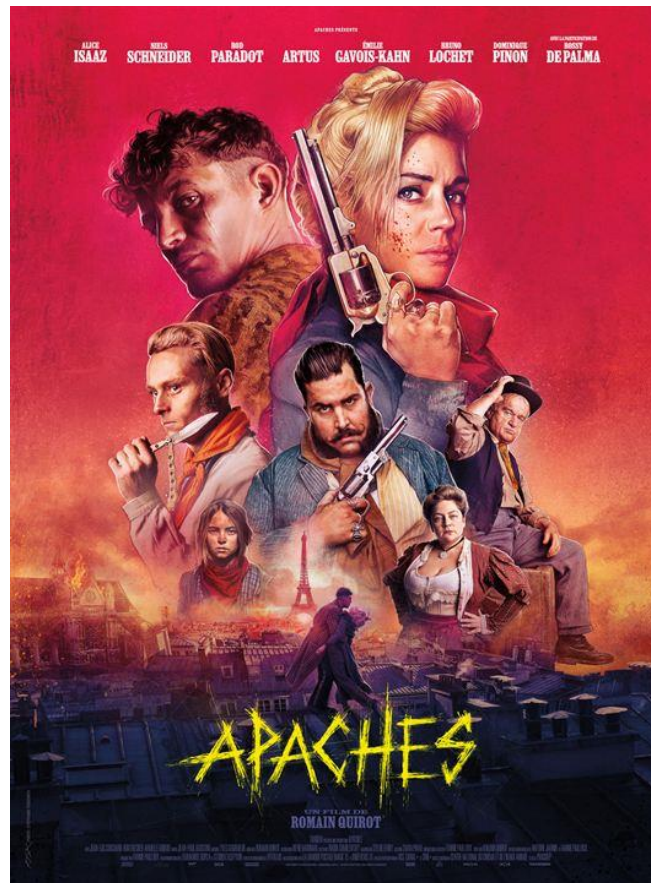
Affiche du film Les Rascals

Le processus de création de l’affiche souligne la volonté d’évincer la violence inhérente au film ou son aspect bande trop connoté « West Side Story ». Afin de rentrer dans des canons plus grand public et de ne pas rebuter les exploitants pour qui la violence est bien souvent disqualifiante dans le choix de programmation d’un film. De même, les caractéristiques « genre » du film ont été évacuées, hormis les vestes. En effet le genre est bien souvent un mauvais argument marketing car enfermant le film dans une niche. Le travail du marketing fut ici de tenter de rendre le film plus grand public et universel afin d’éviter justement toute marginalisation. Ci-dessous des exemples de maquettes trop connotées « genre » qui n’ont pas été retenues.

⁴⁰ *Ibid.*



Je trouve intéressant de confronter l’affiche du film *Les Rascals* à celle du film *Apaches*, distribué par un autre distributeur indépendant qui propose du genre français : Tandem. Le choix de Tandem fut celui de plonger directement dans le genre afin d’identifier le film au maximum, au risque de l’enfermer dans une niche : le film de gangster urbain/western du début du XXème siècle (Peaky-Blinder like). Ce parti pris permet au film de réaliser 30 665 entrées en première semaine.



Affiche du film Apaches, sorti le 29 mars en salles

C- La réception dichotomisante du film

« Le public jeune a été très emballé par le film, on a eu des réactions assez dingues avec des jeunes qui n’aimaient pas à priori le cinéma français et qui nous ont dit après des avant-premières et des festivals que c’était « le meilleur film français qu’ils aient vu de leur vie » ou encore « c’est mon film préféré après Spider-Man »... Mais c’était un leurre car ce public jeune avait vu le film dans un cadre très précis, notamment pendant les

rencontres lycéennes au festival de Sarlat, où tu as 400 jeunes « captifs » qui viennent voir le film gratuitement.

Côté presse, on a vu une vraie dichotomie dans les réactions : les journalistes jeunes ont été très emballés par le film, les plus vieux ont détesté, souvent à cause de la violence et par ce que la réalité des années 1980 qui était décrite ne correspondait pas à leur vécu »⁴¹.

La réception suit la logique qui anime la réception du cinéma de genre en général : salué par une jeune génération en plein renouvellement et qui aspire à un changement de paradigme culturel et politique ; boudé par une ancienne génération que la violence rebute. Cette dichotomie de réception n'éclaire en rien les résultats des entrées du film, que nous tenterons d'analyser plus tard. Cependant, en amont de la sortie du film, cette binarité a été très prégnante lors de la programmation auprès des exploitants. Programmation qui s'est avérée très compliquées, notamment auprès des cinémas Art et Essai.

3. La programmation à l'épreuve de l'éthique du 0 risque

Les Rascals est sorti sur 137 copies. Le plan de sortie est revu à la baisse au fil de la programmation face aux difficultés pour placer le film au 11 janvier. Les concurrents principaux du film sur la semaine sont *Les Cyclades*, *L'envol*, *Les cadors*, *L'Immensita* et *Terrifier 2*. La répartition du plan de sortie est éloquente quant au rapport entretenu par les exploitants Art et Essai avec le film : 43 copies sur 137 sont des salles A&E. Les trois principaux circuits accumulent 67 copies sur 137 : CGR (21 copies), Pathé (33 copies) et UGC (13 copies).

Cette répartition semble de prime abord dénotée avec l'identité auteur du film. Pour rappel, *Les Rascals* est non seulement soutenu A&E, mais il est également le coup de cœur du mois de janvier du comité 15-25 de l'AFCAE (dont il est le film pilote car le comité est lancé début 2023). Dans cette mesure le film possède la double casquette :

⁴¹ *Ibid.*

auteur et s'adressant aux 15-25. 15-25 qui sont sur toutes les lèvres de la profession depuis quelques années et dont le retour en salles est un réel défi. Malgré cela, les salles A&E représentent seulement 31,39% du plan de sortie de *Les Rascals*, alors que les circuits et multiplexes semblent avoir bien plus joué le jeu et offerts une place au film. Le directeur de la distribution Mikaël Muller explique ce phénomène :

« Pour programmer un film comme *Les Rascals*, surtout auprès des circuits, il faut arriver en paraissant plus gros que ce qu'il en est, sans dévaloriser aucunement le film. Mais on sait très bien qu'on est un distributeur indépendant et que l'on ne bénéficie pas de frais d'édition très élevés, donc que l'on doit redoubler d'efforts pour rendre le film visible et nous battre avec nos convictions. Donc on tient ce discours aux circuits. Et d'ailleurs leur perception du film a été assez excellente. Ceux qui ont pensé les meilleures choses du film restent UGC et Pathé et ils ont été plutôt bienveillants. Car ils comprenaient l'intérêt pour leur public jeune, cinéphile et porteur de carte, à s'approprier un film comme *Les Rascals*. On a été surreprésenté aux Halles avec pas loin de 15% des entrées du film là-bas et on a réussi à faire venir un public qui n'a pas réellement l'habitude de venir voir du cinéma français. De mon point de vue en tant que directeur de la programmation, c'est ce travail en plus fait avec UGC pour convaincre un public jeune d'aller voir du cinéma français qui a fait la différence à l'UGC Les Halles (et malheureusement que à l'UGC Les Halles) »⁴².

A l'inverse, les exploitants A&E ont bien souvent refusé de programmer le film, arguant qu'il était trop violent, trop clivant, sans casting ou bien simplement mauvais. Certains ont néanmoins pris le risque de le programmer, à l'image du Méliès de Saint-Etienne, de Montreuil, des Variétés de Marseille, etc. Le sentiment partagé au sein de The Jokers fut donc de se confronter à un mur et à un refus de ces exploitants, allant à l'encontre même de leur « mission » de diffusion d'un cinéma A&E :

« On a essayé, avec le comité 15-25 de l'AFCAE, de faire un travail autour du manque de représentativité et de diversité dans le cinéma français et à l'attention exclusive du public qui avait envie de se mobiliser après la fameuse couverture du film français qui a fait polémique. On avait envie que ce public s'empare du film et qu'il aille le voir dans les salles A&E.

⁴² Issu de l'entretien réalisé avec Mikaël Muller

Globalement, la programmation dans les salles A&E a été chaotique. 95% des exploitants se réfugiaient derrière des arguments comme : c'est trop violent, ce n'est pas pour notre public. Ce qui est un petit peu douloureux à entendre quand on est distributeur indépendant, de taille disons moyenne. Car je pars du principe qu'une salle A&E, qui programme des films A&E et qui obtient des subventions de la part de l'Etat pour cela justement, doit faire passer en premier des questions éditoriales plutôt que des questions économiques (les entrées, le succès du film). Il s'avère que *Les Rascals* est recommandé A&E, que le film bénéficie du premier soutien du comité 15-25 de l'AFCAE et que pour cette raison, le film devait être le porte-étendard du comité. Et malgré cela, malgré notre travail pour faire connaître le film et son discours auprès des exploitant, la plupart n'ont pas voulu prendre le risque de le programmer »⁴³.

Le nœud du problème semble résider ici. La très forte concentration des entrées qui anime le marché et qui s'exacerbe depuis la crise sanitaire ne fait que renforcer un processus déjà à l'œuvre : la production, distribution et exploitation de films français semble s'uniformiser autour de valeurs « sûres », d'une typologie de film qui « fonctionne » et qui participe d'une homogénéisation des contenus et donc d'un appauvrissement de l'offre cinématographique. Chaque mercredi se succède et voit son lot de films similaires à l'écran. Une *éthique du 0 risque* semble dominer aujourd'hui dans les choix de programmation, allant à rebours des enjeux et défis qui animent le cinéma indépendant aujourd'hui et participant à l'invisibilisation et la précarisation de tout un pan du marché. C'est dans ce pan que gravitent aujourd'hui le cinéma de genre et des acteurs comme The Jokers Films ; et les tentatives de proposer un cinéma autre, ambitieux et de jeunes auteurs se fracasse contre un plafond de verre. Et l'exploitation, particulièrement A&E, peut et doit s'impliquer davantage dans des combats qu'elle semble pourtant appeler de ses vœux (du moins dans des tribunes) et ne pas simplement se tourner vers les films les plus porteurs :

« Plus globalement pour moi l'exploitant ne peut pas se contenter de faire uniquement de la programmation, il faudrait que les exploitants, pour que la cinématographie de genre puisse s'installer, fassent un meilleur travail de sensibilisation, qu'ils acceptent de perdre des entrées en se disant que cela portera ses fruits dans quelques années et qu'ils attireront

⁴³ *Ibid.*

un public de plus en plus nombreux. Par ce que justement ils auront fait ce travail de mise en lumière en amont. Si tu incites pas les gens à venir chez toi, ils ne viendront jamais »⁴⁴.

« Ils se plaignent toute l'année que les jeunes ne viennent pas dans leur salle mais quand il y a un film qui plaît aux jeunes, si eux ne le travaille pas plus que les autres, ils ne vont jamais réussir à faire venir ce public. C'est là où ils n'ont pas pris leurs responsabilités. Et en même temps, les résultats ne sont pas bons, donc on ne peut pas leur en vouloir après coup »⁴⁵.

Comme pour la réception du public qui faisait état d'une dichotomie entre jeune et ancienne génération, la réception des exploitants, qui se traduit par une programmation plus ou moins colorée, fait état d'une semblable fracture. Le programmeur Alan Chikhe, dont nous avons déjà abondamment relayé les propos, exprime son ressenti quant à ce gap de génération et les implications presque politiques qu'il souligne⁴⁶. Il parle ainsi de la question du risque de programmer du cinéma de genre en France :

« Bien sûr, c'est une prise de risque énorme (en parlant du fait de programmer du genre). Au Méliès nous avons 6 écrans, donc le risque est moindre. Mais programmer un cycle comme cela (« Aux frontières du Méliès »), ça te grille un créneau qui aurait pu être alloué à une sortie nationale. C'est aussi une prise de risque en termes de programmation. Certains films viennent de loin et ne sont pas identifiés. Tu ne sais jamais si les gens vont se déplacer.

[...]

Pour le cinéma français on est dans une position un peu différente et je pense que les exploitants ont pour devoir de programmer des films plus fragiles qui ont besoin de cela pour exister. Oui certains films fonctionnent mieux dans des séances événements, mais on ne peut pas passer son temps à dénoncer la concentration et l'uniformisation des contenus et ne pas les programmer en sortie nationale. Tu parlais de prise de risque tout à l'heure, en tant qu'exploitant il faut se poser la question : sur mes 20 films en prog ce mois-ci, j'en ai 17 qui sont des drames, il y a peut-être un petit problème ? Il faut que les exploitants se mettent face à leurs contradictions. Par ce que la réponse « Ce cinéma ne

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ Issu de l'entretien réalisé avec Boris Pugno.

⁴⁶ Rappelons-le, Alan Chikhe est un jeune programmeur qui travaille beaucoup à la diffusion du cinéma de genre dans le cinéma le Méliès de Montreuil. Il fait partie de cette génération qui tente de faire bouger les lignes du côté de l'exploitation.

fonctionne pas dans ma salle » est biaisée. Certains films classiques, art et essai ne fonctionnent pas pour autant. Il n'y a pas plus conservateur que les exploitants.

[...]

Les Rascals s'est, je pense, heurté à des exploitants qui n'ont pas vu l'intérêt du film et qui, par conservatisme, n'ont pas pris le risque de le programmer »⁴⁷.

Un autre constat est fait chez The Jokers Films qui vient quelque peu rééquilibrer ces propos qui ne visent nullement à incriminer l'exploitation dans son ensemble, simplement à bousculer certains conservatismes qui, en effet, empêchent un certain renouvellement du cinéma français. Il s'agit du constat amer que, malgré un travail en direction des jeunes, malgré une programmation au forceps, malgré un engouement général pour le film, les spectateurs ne se sont pas déplacés et les entrées sont mauvaises. Ce qui donne raison aux exploitants qui ont refusé de programmer le film pour son mauvais potentiel commercial.

4. L'échec du film en sortie nationale : analyse des chiffres et des entrées

Avec 46 entrées, *Les Rascals* se plaçait premier au 9 heures des Halles, un bon signe trompeur qui n'allait pas annoncer un succès du film au box-office.

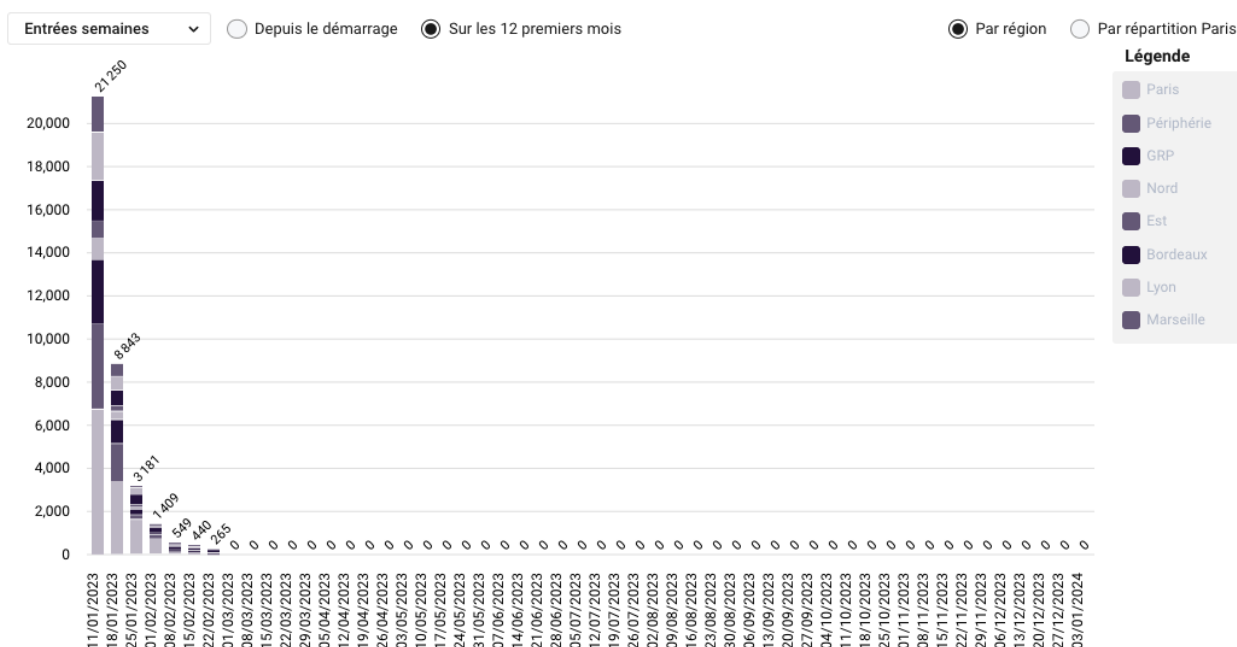
Le film réalise 21 229 entrées en 1^{ère} semaine, soit une moyenne de 154,9 entrées par copie. La plupart des copies ayant été en circuit et multiplexes, donnant un grand nombre de séances au film en SN⁴⁸, la moyenne de spectateurs par séance s'élève à seulement 6,14. Comment dès lors tenir le film sur la longueur ?

Le lundi de programmation suivant a vu le nombre de séances drastiquement baissé. Passant de 3456 sur la première semaine à 1531 sur la seconde, pour une baisse de -58,4% des entrées (un total semaine de 8 832 en S2). L'échec était consommé, les entrées ne feraient que chuter les semaines suivantes, le nombre de copies aussi. Les mauvais

⁴⁷ Issu de l'entretien réalisé avec Alan Chikhe.

⁴⁸ SN : abréviation pour Sortie Nationale

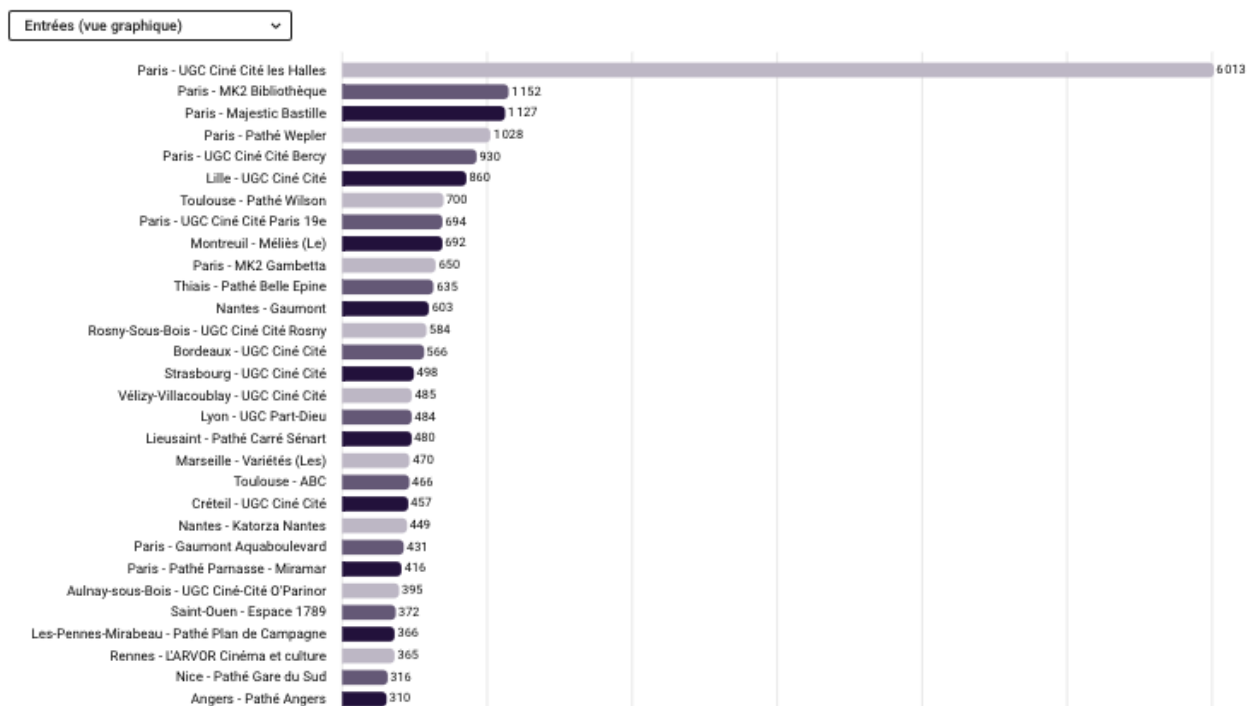
résultats empêchant la programmation de négocier des copies de continuation et donc de tenir le film sur la longueur. Le cas des *Rascals* est symptomatique du fonctionnement du marché actuel. Il est possible de prévoir avec précision les entrées d'un film dès son premier jour d'exploitation. Et les mécanismes de programmation, de nombre de séances, de continuation, etc sont proportionnellement indexés sur la réussite ou l'échec d'un film. A l'inverse, un film qui fonctionnera bénéficiera d'une tenue très longue, d'un nombre de séance constant voir accru, et ce pendant plusieurs semaines. Un film comme *Les Rascals* réalise 84% de ses entrées totales lors des deux premières semaines.



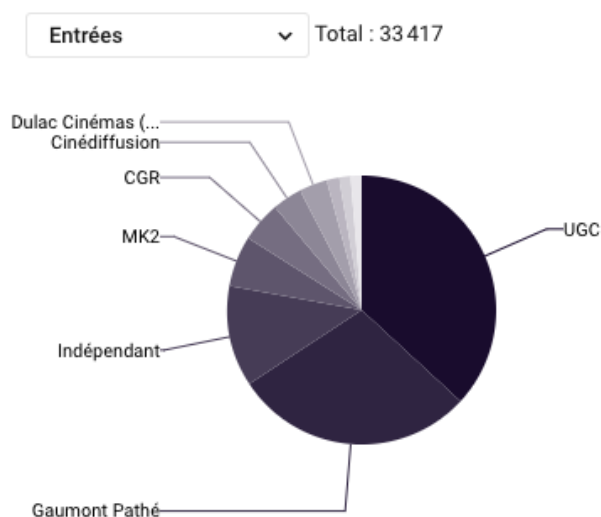
Graphique représentant l'évolution des entrées par semaine pour *Les Rascals*.

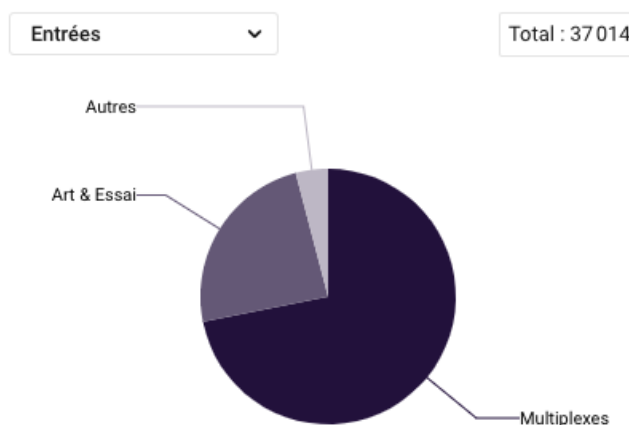
Sur le graphique ci-dessus, nous comprenons également que 50,9% des entrées en première semaine sont réalisées à Paris et en Périphérie, donc que le film est très parisien. Plus encore, selon les graphiques ci-dessous (page suivante), *Les Rascals* réalise 6031 entrées à l'UGC Ciné Cité les Halles, soit 16,06% de ses entrées totales dans un seul et même cinéma. Au total, les salles UGC réalisent 36% des entrées du film.

Finalement, la répartition des entrées entre Art et Essai est flagrante et reflète tout de même la part occupée par les salles A&E dans le plan de sortie : 71% des entrées sont réalisées en multiplex, 25% chez les A&E.



Graphique des 30 premières salles sur le film Les Rascals





Répartition des entrées selon la typologie de salles

Le fait que les salles UGC soient autant représentées comparativement, par exemple, aux salles A&E, ou bien aux autres circuits qui possèdent plus de copies, peut-être dû à une campagne marketing fléchée vers les salles UGC, notamment à Paris. En effet une campagne d'achat de FA⁴⁹ a été faite dans les salles UGC, deux semaines avant la sortie du film et afin de bénéficier de l'élan des vacances et de l'affluence de spectateurs venus voir *Avatar 2*. De même, une campagne d'affichage parisien dans le métro et les gares a pu donner une bonne visibilité au film, mais l'a sans doute aussi empêché d'obtenir un bon coefficient Paris/Province, limitant sa diffusion. Enfin, des achats de préventifs ont été réalisés dans seulement 3 salles, toutes des salles UGC parisiennes et périphériques : UGC les Halles, UGC Bercy et UGC Rosny-sous-Bois.

Ces explications viennent démontrer que le distributeur indépendant (ici The Jokers Films) ne bénéficiant pas de frais d'éditions suffisants, doit nécessairement cibler et fléchiser ses frais de sortie le plus efficacement possible. Si cela semble porter ses fruits pour certaines salles (comme cela est le cas pour UGC), ce plafond du budget des frais est un réel frein à une expansion de la campagne marketing susceptible de toucher un public plus large. Et cela participe, de la même manière que lors de la programmation, d'un phénomène boule de neige : plus un film est visible dans l'espace public, la presse, les médias, internet, plus la publicité et le bouche à oreille seront effectifs. Les distributeurs indépendants souffrent de leurs bas frais de sortie qui entretiennent leur précarité dans un marché dicté par la publicité et l'impact marketing.

⁴⁹ FA = Film Annonce.

Et puisque le film n'a été que peu programmé dans les salles A&E qui, par leur engagement en faveur du cinéma français, réalisent (pour la plupart) ce travail de mise en lumière et d'accompagnement des films ; sa visibilité n'en a été que réduite de plus belle.

De nombreux facteurs peuvent expliquer l'échec des *Rascals* : trop peu de frais d'éditions pour l'ambition du projet, des salles A&E trop frileuses, un sujet trop politique ou bien une cible 15-25 fantasmée mais jamais atteinte. Le fait est que cette étude de cas cristallise les nombreux défis auxquels doivent faire face les distributeurs indépendants, à fortiori ceux qui distribuent du cinéma de genre. Le simple soutien des instances légitimes de l'Art et Essai (soutien du comité 15-25 de l'AFCAE) ne suffisent pas à combler le gap qui ferait passer un film comme *Les Rascals* de la niche au grand public et au phénomène de société, comme un film tel que *La Haine* a pu l'être en son temps. De même que la course effrénée des sorties fragilise ces distributeurs en imposant un rythme que des structures moyennes ne peuvent assumer.

J'ai pris le parti dans ce mémoire de traiter le sujet du cinéma de genre par le prisme de la distribution indépendante. J'aurai pu le faire par celui de la production ou bien de l'exploitation (comme cela a déjà été fait), car ces secteurs font face aux mêmes défis, à des échelles et des étapes de la vie d'un film différentes.

Si j'ai choisi de prendre le parti du distributeur, c'est d'abord car mon projet professionnel m'oriente vers la distribution et que je vois ce travail de recherche comme un temps de réflexion qui (je l'espère) pourra me permettre de me projeter dans un métier qui, aujourd'hui, périclité. Dans cette mesure, et car j'appelle de mes vœux des changements au sein du paysage cinématographique français en direction du cinéma de genre et du renouvellement des films, je souhaite entamer dans un dernier temps, une réflexion prospective sur les outils dont peut disposer un distributeur indépendant pour contourner les différents plafonds de verre que nous avons pu décrire au fil des chapitres précédents. Ce dernier temps de réflexion pourra souffrir d'un manque de précisions, par son caractère prospectif, mais se basera sur le modèle de The Jokers Films et sur des solutions annexes à la sortie nationale ; afin de tenter de dégager des pistes et idées qui permettraient au distributeur indépendant de subsister dans un écosystème à priori moribond et hostile.

III- Pistes de réflexion pour un modèle de distribution indépendante pérenne et intègre

Grâce à mon expérience de stage au sein de The Jokers Films ou des échanges que j'ai pu avoir avec des professionnels, la nécessité d'adaptabilité de la distribution aux évolutions et mutations du marché m'apparaît primordiale et comme condition sine qua none de la pérennité d'une entreprise. Cette adaptation peut passer par certains outils et pistes qui doivent permettre au distributeur de s'assurer une base de travail solide ainsi qu'une marge de « risque » lui permettant de conserver son intégrité éditoriale et de poursuivre sa mission de renouvellement des auteurs et de l'offre cinématographique. Cette dernière partie s'inspirera fortement de mon expérience et des réflexions auxquelles j'ai pu participer au sein de The Jokers Films.

1. La diversification du catalogue et le renouvellement du line-up

Le catalogue du distributeur est sa carte de visite. L'une des clés pour un distributeur indépendant est de posséder une identité propre, un domaine de spécialisation qui transparaît dans son catalogue. Plus la ligne éditoriale est claire et plus le travail du distributeur peut être identifié par le public. Cette éditorialisation passe par une politique d'acquisition intègre, qui vise à former un catalogue lisible et uniforme ; pas forcément uniaxial mais qui ne fait pas de grand écart entre des genres, des cinéastes ou des films radicalement opposés. Le catalogue et le travail de The Jokers Films renvoie directement à des imaginaires bien précis, construits depuis 2016 par une ligne éditoriale assez claire : des films coup de poing, ambitieux, de genre ; de jeunes auteurs prometteurs ; une identité asiatique très franche avec de nombreux titres coréens, ... Le catalogue de The Jokers s'est largement « francisé » depuis 2019 car la société a fait le choix de redistribuer le succès et les gains de *Parasite* dans un cinéma de genre français neuf, donnant une chance à de nouveaux réalisateurs. Entre janvier et mai 2023, nous comptons tout de même 3 sorties sur 4 (si l'on enlève *The Host* qui est une ressortie) qui sont des premiers films

français : *Les Rascals* de Jimmy Laporal Trésor, *Le Marchand de Sable* de Steve Achiepo et *Nos Cérémonies* de Simon Rieth.

Mais l'une des forces de The Jokers Films, qui je pense peut servir de modèle à plusieurs niveaux, est celui de la diversification de son catalogue en plusieurs catégories bien différenciées. En effet, tout en conservant sa ligne éditoriale franche et mouvante, The Jokers a su hybrider son travail en proposant des « labels » :

- The Jokers Films : label principal du distributeur, correspondant au catalogue principal évoqué précédemment. Il s'agit des sorties nationales « classiques ».
- The Jokers Classics : label patrimoine de The Jokers. Ce pendant du catalogue est très intéressant et assure au distributeur une base solide, avec notamment de nombreux titres célèbres et un vrai travail de ressortie de classiques du cinéma. Le travail sur le cinéma de patrimoine est radicalement différent de celui sur les exclusivités : temporalité de sortie différente, travail sur la longueur, accompagnement et éducation à l'image, travail avec les Cinémathèques, etc. En proposant un catalogue peuplé de classiques et en ressortant régulièrement des films de patrimoine, The Jokers s'assure une diversification de ses entrées ainsi qu'une hybridation de son catalogue, très propice à une programmation sur le long terme, donc à une pérennisation de son travail. En effet, avoir dans son catalogue la quasi-intégralité des films de Wong Kar-Wai, des titres de Bong Joon-Ho, de Park Chang Wook, Kurosawa ou encore Takeshi Kitano est une réelle plus-value, tout autant qu'un gage de qualité et de cinéphilie. Le chef d'œuvre *In The Mood For Love*, ressorti le 27 juin 2021 en version restaurée 4K dépasse aujourd'hui les 50 000 entrées (pour sa seule ressortie). Ce résultat est meilleur que la plupart des films inédits distribués par The Jokers en 2022. Le fait de posséder un line-up parallèle dédié au patrimoine est ainsi, selon moi, un excellent moyen de s'assurer une base de travail pérenne.
- The Jokers Entertainment : label vidéo de The Jokers, créée très récemment et proposant un catalogue de films non sortis en salles mais exploités en vidéo, sur les plateformes, ou parfois en cinéma via des visa temporaires. Ce pan du catalogue est très intéressant car il permet au distributeur d'agglomérer pour peu de frais de nombreux titres, souvent de cinéma de genre ou bis, qui n'ont pas les épaules pour sortir en salles, mais qui se révèlent des divertissements très prisés par un public de niche et par les festivals. Un film comme *Hunt* de Lee Jung-Jae

est ainsi programmé en séance de minuit au festival de Cannes 2022 puis tourne (via un visa temporaire) dans de nombreux festivals de film coréen avant de sortir en DVD/BluRay rapidement et/ou sur des plateformes sans soucis de chronologie des médias. Ce travail sur le dtv ou svod est une réelle plus-value, lorgnant du côté de l'édition vidéo et assurant souvent au distributeur de bons revenus pour peu de frais de sortie.

La conjonction de ces trois labels forme un catalogue global hybride et diversifié, tout en conservant une colonne vertébrale très marquée, donnant aujourd'hui une réelle identité et couleur à The Jokers Films. L'un des défis auquel peut faire face aujourd'hui The Jokers est de changer l'image de son travail, parfois trop connoté genre et qui l'enferme souvent aux yeux des exploitants dans une niche.

Un autre aspect que j'ai pu observer en travaillant chez The Jokers est une réflexion profonde sur la construction du line-up (du calendrier de sortie de films sur une année) visant à optimiser au mieux les efforts et à répartir les sorties. En effet, la charnière 2022/2023 fut assez rude pour The Jokers qui s'est retrouvé avec de nombreuses sorties françaises, et notamment des premiers films, successives. Or le travail de distribution de films français est souvent très chronophage en termes de promotion (tournée équipe, avant-premières, ...). Si l'on rajoute à cela le fait que nombre de ces films soient des premiers longs, le travail de sensibilisation et de pédagogie auprès du public et des exploitants est exacerbé. The Jokers s'est donc retrouvé dans une position de surmenage et de rythme effréné de sorties, pour des résultats décevants. Cette période a amené sur la table une réflexion sur l'aspect que pourrait prendre le « line-up idéal » et de quelle manière il articulerait les sorties pour permettre aux différentes équipes (marketing, programmation), de travailler suffisamment et efficacement sur chaque sortie.

De ces réflexions est ressorti le fait qu'il semble intéressant d'alterner les typologies de sorties tout en limitant leur nombre afin de permettre un travail le plus en amont possible. Par exemple, il serait intéressant de placer les films français sur des périodes clés du calendrier (octobre, février, mai) et d'alterner ces sorties avec du cinéma international, du patrimoine, de l'animé, etc. Le but étant d'éviter des phénomènes de concentration où le distributeur se retrouve avec 5 films français sur les bras, à devoir impérativement sortir

(pour des questions de contrat avec la production). Car certains seraient nécessairement moins travaillés et passeraient pour des « sorties techniques ». D'une autre manière, le line-up peut être bien sûr travaillé en amont par une politique d'acquisition revue à la baisse. Freiner le rythme d'acquisition semble être un prérequis indispensable dans le contexte actuel de frénésie des sorties qui émousse les équipes et concentre le marché.

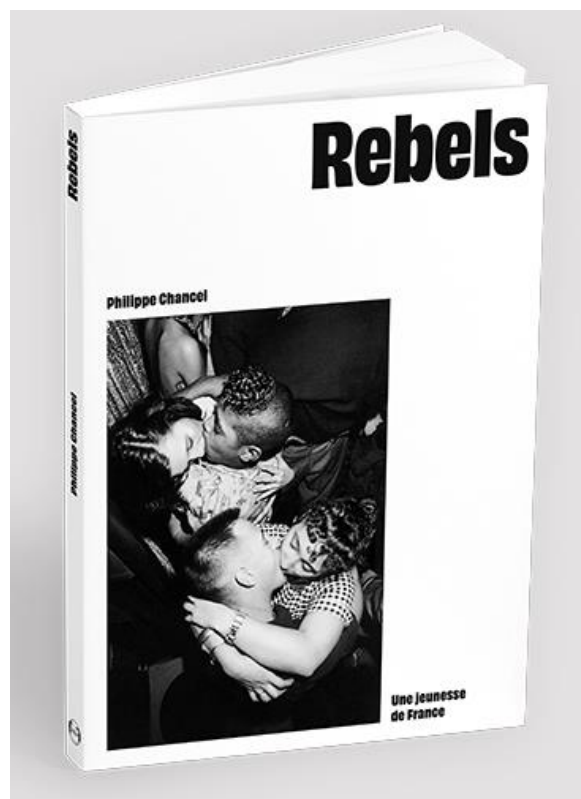
Outre la diversification du catalogue qui doit permettre au distributeur de s'assurer plusieurs typologies de « sorties », la diversification des activités est essentielle à une pluralité des sources de revenu.

2. La diversification des activités

Le premier secteur vers lequel il est aisé et nécessaire pour un distributeur de se tourner est l'édition vidéo. En effet, même si le marché du DVD/BluRay s'est considérablement amenuisé depuis quelques années, il demeure important pour une niche de spectateurs qui souhaite posséder physiquement les films. Un vrai travail est réalisé chez The Jokers autour de l'édition vidéo, avec une sortie systématique de tous les titres après la sortie nationale ; et la création de nombreux coffrets, *steelbooks*, éditions augmentées qui sont souvent très prisés des collectionneurs. Rajoutons à cela la vente d'affiches collectors, tirées à une centaine d'exemplaires seulement pour certains films, ou de goodies spécifiques. L'idée étant de proposer en sus du travail auprès des salles, un travail direct auprès du spectateur, via une boutique en ligne. Ce principe permet à la fois d'assurer des revenus complémentaires pour la société tout en construisant l'image et l'identité du distributeur auprès d'une partie des spectateurs.

Le second volet qu'il est intéressant selon moi de construire, même s'il se révèle très différent de l'édition vidéo, est l'édition littéraire. En effet, si le marché de la vidéo est en constante baisse, celui de l'édition littéraire a connu un certain rebond, notamment avec la période de confinement. Développer un pan d'édition consacré à des ouvrages (en rapport avec le cinéma bien sûr) est ainsi un bon moyen de toucher un autre public et d'accentuer le travail d'éditorialisation qui peut être fait sur le catalogue. The Jokers a

ainsi récemment lancé The Jokers Publishing, label d'édition indépendante qui vient compléter son arsenal. The Jokers a publié l'ouvrage *Rebels, une jeunesse de France* du photographe Philippe Chancel le 30 novembre 2022. Cet ouvrage était directement en lien avec la sortie du film *Les Rascals* puisque le livre regroupe une série de Philippe Chancel qui a photographié les bandes parisiennes dans les années 1980, bandes dont il est question dans le film. Les photographies de Chancel ont d'ailleurs inspiré le projet de Jimmy Laporal Trésor. La sortie de cet ouvrage a ainsi pu être évenementialisé autour de celle du film, comme une sorte de complément. Un travail a ensuite été fait autour de certaines salles, avec des expositions des photographies de Philippe Chancel en grand format, expositions qui accompagnaient les avant-premières et la sortie nationale dans certaines salles.



Visuel du livre de photographies Rebels de Philippe Chancel

D'autres secteurs, sans doute, pourraient être envisagés pour diversifier les approches cinématographiques du distributeur. Le milieu du jeu-vidéo ou du streaming par exemple, en plein expansion, pourrait s'imbriquer avec celui du cinéma et accompagner pourquoi pas thématiquement certaines sorties. Je n'ai pas à ma connaissance d'exemple de cela en distribution. Mais il existe du côté de l'exploitation

des initiatives de ce genre, telles que l'association *Playful* qui œuvre à la diffusion du jeu-vidéo dans les salles de cinéma. A titre d'exemple, une séance accompagnée du film *Les Rascals*, en présence du réalisateur a eu lieu au Studio 43 de Dunkerque. Cette séance fut introduite par l'Association Playful avec un temps jeu-vidéo autour du jeu *Street of Rage*, qui avait inspiré graphiquement Jimmy Laporal Trésor pour une scène du film. Le jeu-vidéo peut donc s'imbriquer avec le cinéma et donner une autre approche d'un film tout en attirant un public résolument plus jeune.

L'une des dernières pistes en termes de diversification, mais que je n'aborderai qu'en surface, faute de matière, est la collaboration avec les plateformes de streaming, et pourquoi pas le développement par un distributeur indépendant de projets directement à destination des plateformes. Le constat est celui d'une difficulté pour certains films de connaître une place et une rentabilité sur le marché classique de SN. Il paraît dès lors normal, avec un marché de la plateforme aujourd'hui dominant dans le paysage audiovisuel, de réfléchir à des nouveaux modes de diffusion et donc de pouvoir développer des projets et les distribuer sur des plateformes sans sortie salle.

La diversification des sources de revenu et de diffusion, de la même manière que la diversification du catalogue, ne doivent pas être des fins en soit détournant le distributeur de la salle ; mais bien des alternatives permettant au distributeur indépendant de contourner les impasses du marché et de compenser les prises de risques que représentent la sortie en salle. Ces pistes de réflexion sont autant d'outils qui peuvent permettre une stabilité pour que le distributeur puisse poursuivre son travail de fond d'éditorialisation et d'émergence de nouveaux talents. Manuel Chiche résume d'ailleurs sa position quant au travail avec les plateformes :

« Si le dirigeant de The Jokers privilégiera toujours la salle pour mettre en valeur un cinéma de genre français de qualité, il n'exclut pas de collaborer avec des plates-formes qui ont fait leur preuve pour porter haut des franchises d'action comme *Balle perdue*. « Si elles ont fait leur preuve pour développer des projets peu soutenus par les acteurs traditionnels, je crains toutefois que l'aura des auteurs ne soit pas le même sur ce modèle de diffusion »⁵⁰.

⁵⁰ Ecran Total, *La Newsletter* du 31 janvier 2023.

L'objectif de diffusion des œuvres en salle de cinéma demeure donc, bien sûr, essentiel.

En dehors de la diversification de ses activités, l'un des enjeux entourant le travail du distributeur indépendant aujourd'hui semble sa capacité à être identifié du public et à se construire une image de « marque » permettant de fidéliser un spectatorat autour d'un désir de cinéma.

3. Vers une labellisation du travail du distributeur autour d'une « marque »

Le distributeur ne doit pas uniquement se cantonner à son travail de sortie et d'éditorialisation, il doit nécessairement devenir prescripteur auprès du public. Ce travail passe par la constitution d'une image de marque, d'une labellisation de son travail qui deviendra, dans l'imaginaire du public, gage de qualité et incontournable rendez-vous cinéphilique.

Ce travail passe par plusieurs étapes. Tout d'abord l'accompagnement des sorties et l'événementialisation. Afin que le distributeur soit identifié du public comme un acteur de la vie d'un film, il doit aller à la rencontre de son public au travers d'évènements, de projections, d'incarnation. En somme, il convient selon moi d'importer une partie du travail que réalise un exploitant dans celui du distributeur, non pas pour se substituer à l'exploitant, mais pour apporter une plus-value à son travail, plus-value susceptible d'attiser la curiosité et d'attirer du public.

L'exploitant Alan Chikhe parle justement de ce travail de labellisation, de constitution d'une marque qu'il a pu expérimenter avec le cycle « Aux frontières du Méliès » :

« Il faut qu'il y ait une identité visuelle forte. Le second aspect c'est la régularité. La troisième c'est l'incarnation. Il faut également éditorialiser au maximum le cycle. On arrive à une période où les gens ont trop de choix, les films sont très accessibles, la sortie de cinéma est en concurrence avec d'autres loisirs, etc. Il faut donc proposer et assumer

une ligne claire. Nous c'est les films de genre. Et c'est une prise de position qu'on défend : programmer un cinéma différent et original »⁵¹.

Ce travail de marque s'effectue en amont par la ligne éditoriale et le catalogue mais doit être travaillé visuellement, graphiquement et incarné lors d'événements, de rencontres, ou par un travail de *community management* sur les réseaux sociaux.

La constitution de la marque The Jokers a été permise notamment via ce travail d'incarnation et la création du *Club Jokers*. Ce Club avait pour ambition de fidéliser les spectateurs autour d'une communauté et d'événements exclusifs : rencontres avec des cinéastes (Nicolas Winding Refn par exemple), avant-premières, débats, etc. L'adhésion au Club est gratuite et permet d'accéder de manière privilégiée à ces événements et à du contenu exclusif. Si le Club Jokers est aujourd'hui en standby, faute de temps et de moyen, il s'agit d'une initiative très intéressante permettant de constituer un espace de dialogue et d'échange avec le public, donc de participer à la fidélisation de ce dernier.

D'autres initiatives sont aujourd'hui en gestation chez le distributeur. Certaines idées telles que la création d'un Festival The Jokers ou bien l'acquisition d'une salle de cinéma pourraient permettre de faire ce pont entre exploitation et distribution ; et donner une nouvelle dimension au travail du distributeur. Mais ces idées sont à l'état embryonnaire et il est trop tôt pour dessiner de réelles pistes de réflexion plus précises.

Néanmoins, The Jokers a pu expérimenter l'organisation d'un événement d'envergure qui a assurément contribuer à consolider son image de marque : Le Bong Joon-Ho Day. Cet événement a eu lieu le 26 février 2023 au Grand Rex. Il s'agissait d'une après-midi consacrée au cinéaste coréen Bong Joon Ho et composée d'une avant-première de la version restaurée de *The Host*, d'une masterclass du cinéaste animée par Thierry Frémaux puis d'une projection de *Parasite*. L'organisation de cette journée a permis d'événementialiser la ressortie 4K de *The Host* (8 mars) et de lancer un message au public et aux exploitants, celui de la capacité pour un distributeur indépendant de faire venir en France l'un des cinéastes les plus influents de la décennie et de lui faire rencontrer son public. C'est au travers d'initiatives comme celles-ci qu'un distributeur indépendant peut

⁵¹ Issu de l'entretien réalisé avec Alan Chikhe

se démarquer et être identifié du grand public comme un acteur incontournable du paysage culturel et cinématographique.

En conclusion, les pistes de réflexion dégagées dans ce troisième temps tendent vers une logique de dépassement de la condition du distributeur comme seul intermédiaire entre le film et la salle. Elles entendent également proposer des idées et solutions permettant au distributeur de s'assurer des revenus diversifiés afin qu'il puisse poursuivre un travail risqué de sortie de films. Il est ici question d'équilibre, de line-up, de rythme de sortie, de sources de diffusions ; équilibre ayant pour objectif de contrebalancer les tendances du marché qui, comme nous avons pu le démontrer, se révèlent particulièrement défavorables aux acteurs les plus précaires du cinéma et aux cinématographies les plus difficiles.

CONCLUSION

Le constat filé tout au long de ce travail de recherche est celui d'une tendance à l'appauvrissement de l'offre cinématographique et de la diversité du cinéma français. Ce constat prend place au sein d'un contexte relativement délétère d'accélération du marché et de concentration des entrées autour de titres porteurs. En parallèle de cela, nous observons ces dernières années (et cela semble s'être exacerbé avec la crise sanitaire) une inclination à la diminution de la prise de risque à plusieurs échelles : la production, avec des films et des contenus qui tendent à l'homogénéisation ; la programmation, avec des exploitants Art et Essai ne prenant plus le risque de programmer une typologie de cinéma plus précaire et économiquement moins viable ; les spectateurs qui transforment leurs habitudes de consommation de produits culturels vers un amoindrissement du risque d'en être « déçu ».

Cette situation précarise grandement tout un pan du paysage cinématographique français et menace l'écosystème fertile et vertueux qui le régit. De plus, les questions de vieillissement du public et de nécessaire renouvellement des auteurs, si elles semblent animer les instances du cinéma, comme peuvent le démontrer certaines initiatives du CNC ou de l'AFCAE⁵², demeurent masquées, presque parfois déniées par une frange professionnelle conservatrice et par un indéniable manque de moyens. Claude Forest analyse le discours dominant comme travestissant la réalité pourtant criante d'une offre de film en pamoison : « Le discours idéologique véhiculé par une doxa intellectualisante remplit sa fonction en masquant la réalité : l'offre française – et européenne – au moins depuis deux décennies s'est largement appauvrie, rétrécie dans les genres offerts »⁵³.

Il convient dès lors, pour tenter de contrer cette tendance, de militer activement pour un cinéma autre, jeune et ambitieux, celui dont nouvelle génération de cinéaste fait sienne et explore. Le cinéma de genre apparaît à bien des égards comme une piste qu'il faut indéniablement creuser. Un cinéma rompant avec les carcans traditionnels d'un auteurisme auto entretenu et qui refuse le paradigme dichotomisant auteur/commercial

⁵² Les aides au cinéma de genre ou encore la création du comité 15-25.

⁵³ Claude Forest, *Quel film voir ?*, p.123.

pour tenter de dessiner une troisième voie : celle d'un cinéma divertissant, réfléchit et décomplexé.

Mais une envie de cinéma seule ne peut suffire. Le détonateur doit provenir des professionnels, qui par leur connaissance du marché et de ses rouages, sont les plus à même de porter ces désirs de changement. De la production à l'exploitation en passant par la distribution, chaque maillon de la chaîne doit entamer une réflexion prospective sur la nature du cinéma français et l'existence menacée de son *exception culturelle*. En filigrane, c'est tout une profession qui doit œuvrer à la réintégration du risque au cœur de l'offre, condition sine qua none d'un renouvellement effectif des auteurs et des genres.

« Le cinéma d'auteur fait la force du cinéma français et on est nombreux à vouloir préserver cette force. Mais si on ne prend pas le risque de produire puis distribuer un cinéma compliqué, celui de jeunes auteurs, de genre, etc. On va se couper de toute une génération de cinéastes qui risque de partir vers d'autres contenus. Et nous on veut changer cette image qui domine : le cinéma français c'est chiant »⁵⁴.

C'est dans cette mesure que le distributeur indépendant incarne un rôle central et charnière, à la jonction entre production et exploitation. Réinventer des modèles de distribution pérennes semble être un prérequis à une refondation de l'exception culturelle. Et cette refonte est nécessairement indexée à un juste équilibre entre prise de risque et travail de fond sur l'émergence d'une nouvelle génération d'auteur.rices et de professionnel.les.

Le cinéma de genre apparaît ainsi comme un prétexte, il ne s'agit en rien d'un remède univoque aux problèmes soulignés. Il ouvre simplement une fenêtre alternative, en questionnant un ordre culturel établi qui peine à se régénérer et en provoquant un changement de paradigme cinématographique. En somme, le cinéma de genre propose, par l'exacerbation émotionnelle et la subversion des normes, un regard renouvelé et déconstruit sur le monde.

⁵⁴ Issu de l'entretien réalisé avec Boris Pugno.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages :

BOISSONEAU Mélanie, DAHAN Ethan, MAURICE David, *La Nouvelle Vague du cinéma de genre en France*, Jaguarundi Editions, Paris, 2021, 210 pages.

FOREST Claude, *Quel film voir ?*, Presse universitaire du Septentrion, Villeneuve d'Ascq, 2010, 420 pages.

KANT Emmanuel, *Critique de la faculté de juger*, Vrin, Paris, 1993, 308 pages.

MOINE Raphaëlle, *Le cinéma français face aux genres*, Association française de recherche sur l'histoire du cinéma, 2005, Paris, 319 pages.

MOINE Raphaëlle, *Les genres au cinéma*, Nathan, Paris, 2022, 192 pages.

Articles :

GLEVAREC Hervé, « La distinction n'est pas une différenciation », *Recherches sociologiques et anthropologiques*, n°51-1, 2020, pp. 39 – 59.

Articles internet :

CHARLES Baptiste, « Cinéma de genre : lettre à la France », *Cinépsis Celsa*, 8 janvier 2021, en ligne, [URL : <http://www.cinepsis.fr/cinema-de-genre-lettre-a-france/>], consulté le 03 avril 2023.

FONTANEL Rémy, « Le cinéma français au défi des genres cinématographiques », *Université de Lausanne*, 10 septembre 2019, en ligne, [URL : <https://www.fabula.org/actualites/92479/le-cinema-francais-au-defi-des-genres-cinematographiques.html>], consulté le 3 avril 2023.

« Newsletter n°4204 du 31 janvier 2023 », *Ecran Total*, 31 janvier 2023, en ligne, [URL : http://r.etq.fr/mk/mr/der8iWrEYZ50Gi3QUeGPxSKge3n5Inc5EuYsFGpvwh2v5Lv6Wqu_IICwRjddXevHtaG74N93MPGCXcJYeMT66vRbhs9x5JZHj8JFbpP9m8U_z9gp8V3ByUPt], consulté le 3 avril 2023.

Mémoires :

COHEN Daniel, *La diffusion des films de genre en France, Des festivals à la salle de cinéma*, sous la direction d'Isabelle Marione, La Fémis, Formation professionnelle directeur d'exploitation cinématographique, 2021.

GUILLOUX Mathieu, *Le cinéma de genre, la règle française et les salles Art et Essai*, sous la direction d'Aurélié Pinto, La Fémis, Département exploitation, 2018.

Rapports :

DELEAU, Quentin, *Quels sont les genres français qui s'exportent le mieux ?*, Etude Unifrance, 3 février 2016, 52 pages.

ANNEXES

Entretien avec Alan Chikhe

Programmateurs jeune public du cinéma Le Méliès, Montreuil

Créateur du programme « Aux frontières du Méliès »

Pouvez-vous nous parler de votre travail en tant que programmeur jeune public au Méliès et la place du cinéma de genre dans votre programmation ?

Il y a eu au Méliès, bien avant le confinement, bien avant les questions liées aux 15-25, une réflexion sur la place du cinéma de genre dans la programmation. C'est un terme large mais nous avons le constat d'une sorte d'angle mort dans la programmation du Méliès à ce niveau-là. On m'a proposé de prendre les choses en main et nous avons démarré un cycle appelé à l'époque « Horrible Méliès », concentré autour du cinéma d'horreur. Il s'agissait de films qu'on n'avait pas pu programmer en sortie nationale et que l'on reprenait dans ce cadre-là. La programmation a évolué vers du cinéma plus fantastique et plus globalement du cinéma subversif.

Je m'occupe maintenant depuis 2 ans et demi d'un cycle qui s'appelle *Aux frontières du Méliès*. Il s'agit d'un travail de programmation en marge de mon travail auprès du jeune public. Je suis arrivé ici (au Méliès) avec mon bagage propre et j'ai proposé ce cycle. C'est un projet assez personnel où j'ai une grande liberté pour programmer les films que je veux. A cela est venu se rajouter pendant le confinement la question des 15-25 autour de laquelle tout le monde s'est excité. Et au final pour rien car on a appris que les subventions du CNC autour du travail auprès des 15-25 ne seront pas reconduites. Si je dis tout cela c'est par ce que à la base c'est un cycle qui partait d'un constat et d'une envie embryonnaire personnelle et qui a pris en épaisseur après le confinement et par ce qu'elle s'alignait avec une envie politique d'aller vers les 15-25. C'est aussi un cycle qui s'est affirmé tant sur le plan visuel qu'avec la communication et qui est devenu un rendez-vous pour le public, pas uniquement composé de 15-25 d'ailleurs.

Pour en revenir au cycle que vous programmez *Aux frontières du Méliès*, quelle est la typologie de son public ?

En termes de fréquentation, on a commencé assez humblement avec 3,4 personnes au début, c'était assez dur. Puis aujourd'hui on doit être à 60 personnes par soir : les samedi soir, un samedi sur deux. Mais la fréquentation change en fonction du film, lorsque l'on est sur du cinéma de genre plus confidentiel, qui n'est pas sortie en salle et

qui a eu une petite vie en festival, on est plutôt sur une soixantaine de personnes. Pour les films plus établis, plus cultes et de patrimoine on peut avoir 100, 120 personnes ; lorsqu'on programme un Carpenter par exemple.

Sur la question de la tranche d'âge des spectateurs, c'est assez homogène. On a des 15-25 qui viennent oui. Mais je veux rappeler que ce cycle n'a pas été créé au départ dans cette question qui aujourd'hui est au centre des débats. Cela partait d'une envie de diversifier la programmation sur un cinéma autre et subversif. Et je pense que c'est ce type de cinéma marginal que les jeunes ont envie de voir. Dans ce public jeune, on a deux types de personnes : ceux qui viennent avec leurs parents, surtout sur des classiques où les parents veulent montrer des films qu'ils ont aimé étant jeune à leurs enfants. Puis on a également un spectateur à mi-chemin entre un geek et un marginal, plutôt des gens type *Etrange festival*, qui viennent à plusieurs et qui aiment beaucoup, je pense, les films rares et qui sortent de l'ordinaire. Mais on a également un public plus habitué du cinéma, plutôt sénior, cinéphile, entre 50 et 60 ans qui sont là pour la découverte et qui sont souvent heureux de découvrir un pan du cinéma souvent mal vu.

Est-ce que vous pensez que tout le travail éditorial, visuel et de communication fait autour de ce cycle a permis qu'il soit bien identifié par le public et que cela devienne un véritable rendez-vous pour les spectateurs du Méliès ?

Oui je pense que pour réussir il y a quelques préceptes à appliquer. Le premier c'est la communication, on a fait appel à des graphistes, on a construit un logo animé, on fabrique des livrets semestriels pour chaque cycle, on a vraiment pensé cela graphiquement. Il faut qu'il y ait une identité visuelle forte. Le second aspect c'est la régularité. La troisième c'est l'incarnation. Moi je suis présent à toutes les séances, un samedi sur deux. C'est super important d'être là, d'accueillir le public, de dire un mot en début de séance et de discuter avec les gens. Mais ça c'est essentiel dans le travail de l'exploitant en général.

Et dernier point, éditorialiser au maximum le cycle. On arrive à une période où les gens ont trop de choix, les films sont très accessibles, la sortie de cinéma est en concurrence avec d'autres loisirs, etc. Il faut donc proposer et assumer une ligne claire. Nous c'est les films de genre. Et c'est une prise de position qu'on défend : programmer un cinéma différent et original.

Est-ce que donc, programmer du cinéma de genre aujourd'hui, dans un contexte assez moribond d'accumulation de films chaque semaine et de concentration des entrées, c'est une prise de risque ?

Bien sûr, c'est une prise de risque énorme. Au Méliès nous avons 6 écrans, donc le risque est moindre. Mais programmer un cycle comme cela, ça te grille un créneau qui

aurait pu être alloué à une sortie nationale. C'est aussi une prise de risque en termes de programmation. Certains films viennent de loin et ne sont pas identifiés. Tu ne sais jamais si les gens vont se déplacer. Un risque financier aussi, certaines copies sont rares ou difficilement accessibles et le distributeur va demander des forfaits plus importants.

Mais c'est une prise de risque qui paye car aujourd'hui nous sommes dans un phénomène de concentration et je trouve que chaque semaine les films se ressemblent, dans la forme en tous cas. Et on voit les distributeurs qui essaient de prendre des risques et de se démarquer, comme Jokers Films ou d'autres.

Mais le manque de prise de risque il est aussi aujourd'hui celui du public ou de la critique. Je pense que le public a aussi une part de responsabilité. Et le distributeur ou l'exploitant aura beau travailler d'arrache-pied, on ne peut pas forcer le public à se déplacer. En tous cas je pense que dans ces réflexions autour du milieu, de l'offre de films, etc, il faut prendre en compte le public et pas uniquement les professionnels.

Quel est votre avis sur l'appétence du public français pour le genre ? Et la place du cinéma de genre français ?

On est dans une période où le cinéma de genre attire beaucoup de monde en salle et génère énormément d'argent. Je parle surtout du cinéma américain, Marvel, Disney, etc. En France on a cette culture du fantastique, Méliès, Cocteau, etc. La culture française est imprégnée de ça et je pense qu'il y a une appétence naturelle du public français pour cela, donc pour le cinéma de genre. Maintenant ce qui se passe, c'est que le cinéma américain domine tellement le marché, le public français s'habitue à ce niveau de production et se retrouve avec un cinéma de genre français décevant par rapport à leurs attentes. Et c'est aussi le rôle des distributeurs financiers, du CNC de mettre plus de moyens pour produire un cinéma français peut-être plus crédible.

Il y a un problème de crédibilité du cinéma de genre français ?

En France tu ne peux pas faire *Bullet Train*, tu ne peux pas faire *Insidious*. Les films qui tentent de faire du cinéma américain sonnent faux. Prenons *Le Visiteur du futur*, qui a eu un succès assez franc et inattendu. Il n'y a pas plus français que ce film. On commence pendant la Première Guerre mondiale, on a un truc franchouillards quoi. Et le film a vraiment rencontré son public, au Méliès on a eu des gens vraiment heureux de voir ce genre de propositions en France. La crédibilité visuelle a bien fonctionné et ça c'est essentiel pour le public français. Mais c'est un film difficilement reproductible car projet de longue haleine, venant de la série et de YouTube.

Le cinéma français va naturellement vers le drame qui empoisonne tout le monde et devant lequel on s'ennuie. J'ai l'impression de voir le même film français ressassé avec des thèmes différents chaque semaine.

Avec *Les Rascals* on a eu une vraie proposition cinématographique différente. Et ça a fait du bien, le film proposait quelque chose visuellement de différent, pas forcément au niveau du thème ou du sujet, mais de l'image. Il faut qu'on arrête de juger les films par le prisme du sujet. Le cinéma de genre au contraire se base souvent sur des sujets classiques mais proposent une approche différente et véhiculent des émotions différentes.

Il y a une peur aujourd'hui côté distribution indépendante, c'est qu'on entre dans une sorte de festivalisation constante et que les films de genre ne fonctionnent que dans des temporalités très courtes, dans des séances accompagnées et évenementialisées. Le cinéma de genre français est voué à cela ?

Le constat amer que font beaucoup d'exploitants aujourd'hui c'est que si tu n'es pas dans un travail de festival constant, d'accompagnement, d'évènements et de rencontre ; les gens ne viennent pas.

C'est un peu le constat qu'on a fait, notamment avec *Les Rascals*, avec une séance en présence du réalisateur qui a attiré 182 personnes puis une fréquentation qui a fortement baissé pour le reste des séances. Mais je pense qu'il faut faire la part des choses et que certains films, surtout internationaux, qui ne fonctionnent pas en salle ne doivent pas forcément sortir (en salles) et rester sur une logique d'évènement, des séances bien fléchées et accompagnées.

Pour le cinéma français on est dans une position un peu différente et je pense que les exploitants ont pour devoir de programmer des films plus fragiles qui ont besoin de cela pour exister. Donc oui certains films fonctionnent mieux dans des séances évènements, mais on ne peut pas passer son temps à dénoncer la concentration et l'uniformisation des contenus et ne pas les programmer en sortie nationale. Tu parlais de prise de risque tout à l'heure, en tant qu'exploitant il faut se poser la question : sur mes 20 films en prog ce mois-ci, j'en ai 17 qui sont des drames, il y a peut-être un petit problème ? Il faut que les exploitants se mettent face à leurs contradictions. Par ce que la réponse « Ce cinéma ne fonctionne pas dans ma salle », mais certains films classiques, art et essai ne fonctionnent pas pour autant. Il n'y a pas plus conservateur que les exploitants.

Et ils n'ont pas compris qu'on a un changement de paradigme depuis la crise Covid et que le public senior qui faisait les entrées du cinéma français classique et auteurisant, ne se déplace plus ou peu en salles. Et si on veut un renouvellement du public, il faut se poser la question : que veulent voir les jeunes ?

Donc programmer c'est un acte politique ?

Bien sûr. C'est assumer des choix. Prendre des risques.

Les Rascals s'est, je pense, heurté à des exploitants qui n'ont pas vu l'intérêt du film et qui, par conservatisme, n'ont pas pris le risque de le programmer.

Entretien avec Daniel Cohen

Directeur artistique du Festival Européen du Film Fantastique de Strasbourg

Parlez-moi de votre travail de programmation au sein du FEFFS et la place qu'occupe le cinéma de genre dans la ligne éditoriale du festival.

L'idée avec ce Festival fut dans un premier temps de diffuser et de mettre en avant une cinématographie européenne avec en compétition des films fantastiques européens. La naissance c'était 2008, il y avait beaucoup de choses en Espagne, en Scandinavie et on se rendait compte qu'il y avait pas mal de films de genre qui n'arrivaient pas sur grand écran. Si on voulait donc une exploitation traditionnelle en salle, il fallait passer par le festival. Au fur et à mesure du temps on a élargi la sélection avec du patrimoine de l'inédit, plusieurs catégories et prix, notamment la section *crossover* pour des films de genre au sens plus large.

Et quelle est votre définition du cinéma de genre ? Et comment cela se répercute-t-il dans la programmation ?

Dans notre ligne éditoriale cela équivaut à plusieurs « genres » cinématographiques : le cinéma fantastique avec des éléments surnaturels dans le récit. Du cinéma d'horreur parfois sans aucun élément surnaturel mais offrant des situations angoissantes. De la science-fiction avec toutes ses catégories, anticipation, space opera, etc. Et nous avons donc une sélection *crossover* pour des films ni d'horreur, ni fantastique mais que l'on va considérer comme du genre : thriller, action, comédie noire, ... *Les Rascals* par exemple était dans cette compétition ou encore *Pamfir* ou *Orange Sanguine*. Notre sélection est donc très large, c'est surtout une question de feeling et de cinéphilie que l'on partage au sein du comité de programmation.

Et les films de genre français ?

Alors, on en a eu. Du cinéma belge aussi avec Fabrice Du Welz. On a toujours à cœur de défendre la production française de genre, d'autant plus que les festivals sont importants pour ce cinéma-là. On voit bien les problèmes que le cinéma de genre en France a, dès la production, avec des difficultés (malgré les aides du CNC) pour se financer. Notamment dès qu'il y a de la violence graphique, certaines salles ne programment pas les films interdits au -16 ans, pareil pour les salles A&E qui ne programment souvent pas ce cinéma et des exploitants qui n'ont pas la culture du genre et qui diffusent du cinéma français d'auteur plus « classique ». Dans les institutions on

peut aussi rencontrer des gens réfractaires au cinéma de genre, parfois avec des réactions viscérales. Mais c'est souvent une méconnaissance aussi de ce qu'est le cinéma de genre, de sa diversité et des distributeurs et diffuseurs qui travaillent ce cinéma.

Dans cette mesure il y a un vrai rôle pour les festivals de diffuser ce cinéma et de lui donner de la visibilité. De le faire découvrir au public aussi et pourquoi pas de le fidéliser et l'habituer pour ensuite créer un terrain de réception plus favorable si le film est amené à sortir en salles.

Quel public avez-vous au FEFES et y-a-t-il une appétence particulière pour le cinéma de genre ?

C'est un public jeune. Tout le monde veut faire venir les jeunes en salles, nous on cherche plutôt à faire venir un public vieux (rires). Un public assez jeune oui, des étudiants, disons des 15-35 pour la majorité. Ce sont des cinéphiles, souvent très éclectiques et avertis, qui aiment le cinéma de niche et qui sont curieux. Il y a aussi une partie plus « hardcore » avec des aficionados qui ne jurent que par le genre.

Il y a des gens aussi qui se laissent tenter par l'expérience festival et son ambiance et qui découvrent ce cinéma. Et qui sont amenés à revenir alors qu'ils n'aiment pas à priori le genre plus que ça. Mais le réel défi c'est de faire venir des gens « étrangers » au cinéma de genre. Car on dit que le cinéma de genre, fantastique et horreur est très prisé du grand public, mais c'est surtout vrai pour les blockbusters. Le genre indépendant finalement n'attire pas le grand public.

Le cinéma de genre qui concentre les entrées est d'ailleurs le cinéma américain : *Scream VI* par exemple qui sort bientôt.

Bien sûr et ce sont des films avec des moyens et des frais d'édition démesurés et très différents de la réalité du genre indépendant et français.

Mais si l'appétence va naturellement vers le cinéma anglo-saxon c'est aussi par méconnaissance de ce qui peut être fait en France ou ailleurs et il y a un réel enjeu d'éducation à l'image à ce niveau-là. Et c'est je pense l'un des rôles des festivals : faire découvrir un cinéma différent, donner un rendez-vous et proposer une expérience commune à un public qui va au fur et à mesure sculpter son regard et sa cinéphilie. Cela permet aussi de faire évoluer les mentalités et de créer du désir auprès des spectateurs.

Le festival, par son aspect événementiel et sa temporalité précise semble propice à la diffusion du cinéma de genre mais n'y a-t-il pas un risque justement de « festivalisation » du cinéma de genre avec des films qui fonctionnent en séances accompagnées, en festival mais qui peinent à se démarquer et à faire des entrées en sortie nationale ?

Je ne serai pas si défaitiste en disant que ce cinéma n'est pas viable en salle et je pense qu'il peut y avoir un réel succès du genre français en salle. Ça a déjà existé avec *Le Pacte des Loups* au début des années 2000. Je crois que si certains ingrédients sont réunis, si le budget est conséquent et le casting fort cela peut tout à fait fonctionner.

Il y a d'autres paramètres qui rentrent aussi en compte pour expliquer le succès d'un film en salles : la presse, le travail d'accompagnement des distributeurs et des exploitants. Et je pense que c'est vrai aussi bien pour le cinéma de genre que pour tous les films en général.

Je cherche également dans mon travail à questionner le risque et la prise de risque dans la programmation et l'offre de films en salles, quel est votre avis sur la question ? Est-ce que l'on ne prend plus de risque aujourd'hui et que cela tend à une uniformisation des films ?

Oui c'est sûr. On voit qu'il y a une tendance à l'homogénéisation des programmations. Et on va retrouver les mêmes films dans toutes les salles A&E aux quatre coins de la France. Et je pense que c'est à ces salles-là d'accompagner le cinéma de genre indépendant car les multiplexes, par leurs logiques commerciales et leur implication moindre sur le cinéma « difficile », vont naturellement moins s'impliquer sur ce cinéma. Quoi que on a vu parfois que ce sont les multiplexes et les circuits qui donnaient sa chance au genre, plus que les salles A&E.

Et il faut être vigilant à cela et parfois prendre des risques oui. Mais il y a aussi sans doute une question de génération, avec une nouvelle génération de programmeurs qui est déjà là et qui propose des initiatives et des ciné-clubs mettant en valeur le cinéma de genre.

Et le festival peut finalement être un refuge pour un cinéma de genre qui serait laissé de côté par une partie de l'exploitation ?

Oui tout à fait, les projections événementielles aussi. Certaines sorties limitées et exceptionnelles font des entrées aussi et attirent du public. Peut-être pas assez pour amortir les frais de sortie traditionnels du distributeur mais cela peut-être un bon démarrage. Au-delà de ça, le festival permet en effet à des films qui ne sortent pas en salles d'être diffusés au cinéma et d'être découverts par le public. Et on diffuse parfois des films qui n'ont pas de distributeur voire qui ne sortent pas en DVD ni en SVOD. Ça leur donne une chance d'être vu lors de projections uniques où ils peuvent enfin rencontrer les spectateurs.

Entretien avec Mikaël Muller

Directeur de la programmation chez The Jokers Films

Y-a-t-il une appétence pour le cinéma de genre français aujourd'hui ?

A travers les résultats, en ce qui concerne le cinéma de genre français, porté par des distributeurs indépendants, clairement il n'y a pas d'attente de la part des gens. *La Nuée* par exemple a fait 50 000 entrées, dans un autre contexte on en attendait entre 150 et 200 000 entrées. Mais pour atteindre ce score il fallait dépasser le strict cadre du public amateur de cinéma de genre français. En fait quand les films de genre français, franco-français et en langue française s'adressent à un public excessivement cinéphile, urbain voire parisien.

C'est un vivier de combien de spectateurs ? A la louche ?

A la louche je dirais 20 000. Ça équivaut d'ailleurs au nombre de spectateurs intéressé par la marque « Jokers », des spectateurs qui se déplacent pour *Lamb*, *Pleasure* ou *Les Rascals*. Je les identifie comme des jeunes, 20-25 ans, cinéphiles et qui vont en festival. Mais c'est un public que l'on a du mal à élargir. Sur le film *L'année du requin* par exemple, nous avons fait 150 000 entrées car on a sorti le film comme une comédie. Si on avait marketé le film comme un pur film de requin on aurait fait 20 000.

A propos du film *Les Rascals*, comment s'est déroulé la programmation du film, à quels obstacles vous avez dû vous confronter et qu'est-ce que cela dit de l'état actuel du marché et des relations distributeur/exploitant ?

La programmation a été, dans un premier temps, particulière car il s'agit d'un film coproduit par The Jokers. C'est un projet et un réalisateur que nous suivons et accompagnons depuis des années, un projet que l'on a vu grandir. Donc lorsque l'on arrive auprès des circuits (je vais parler de la programmation des circuits dans un premier temps) avec cette date, ce film, cette proposition, c'est par ce que, pour nous, il s'agit d'un projet qui est à ce moment un incontournable. Et pour des raisons qui sont à la fois éditoriales, même parfois politiques (officieusement) nous sommes arrivés dans les négociations en étant force de proposition et en incarnant réellement le film. Et c'est pour ça que la programmation avec les circuits, finalement, ne s'est pas si mal passée. On savait

très bien que notre cœur de cible se trouvait chez UGC, chez MK2 ou Pathé. Le vrai enjeu était sur les salles art & essai, sur lesquelles je reviendrai prochainement.

Donc pour programmer un film comme *Les Rascals*, surtout auprès des circuits, il faut arriver en paraissant plus gros que ce qu'il en est, sans dévaloriser aucunement le film. Mais on sait très bien qu'on est un distributeur indépendant et que l'on ne bénéficie pas de frais d'édition très élevés, donc que l'on doit redoubler d'efforts pour rendre le film visible et nous battre avec nos convictions. Donc on tient ce discours aux circuits. Et d'ailleurs leur perception du film a été assez excellente. Ceux qui ont pensé les meilleures choses du film restent UGC et Pathé et ils ont été plutôt bienveillants. Car ils comprenaient l'intérêt pour leur public jeune, cinéphile et porteur de carte, à s'approprier un film comme *Les Rascals*. On a été surreprésenté aux Halles avec pas loin de 15% des entrées du film là-bas et on a réussi là-bas à faire venir un public qui n'a pas réellement l'habitude de venir voir du cinéma français. De mon point de vue en tant que directeur de la programmation, c'est ce travail en plus fait avec UGC pour convaincre un public jeune d'aller voir du cinéma français qui a fait la différence à l'UGC Les Halles (et malheureusement que à l'UGC Les Halles).

Et le travail avec les salles Art et Essai ?

On a essayé, avec le comité 15-25 de l'AFCAE, de faire un travail autour du manque de représentativité et de diversité dans le cinéma français et à l'attention exclusive du public qui avait envie de se mobiliser après la fameuse couverture du film français qui a fait polémique. On avait envie que ce public s'empare du film et qu'il aille le voir dans les salles A&E.

Alors on a pu faire du volume en sortant le film dans les salles A&E et on remercie les exploitants qui se sont laissé convaincre par la proposition du film. Mais en réalité, en termes d'entrées, ça n'a pas porté ses fruits. C'est bien d'être parmi les premiers aux Halles, mais lorsque tu es parmi les derniers dans les salles A&E, tu te rends compte que pour ce public-là qui n'est pas porteur de carte mais qui est cinéphile, et bien la portée politique et idéologique du film n'est pas un argument nécessaire pour qu'ils se déplacent en salles. Malgré notre travail d'accompagnement en tant que distributeur. Par contre, tu verras que lorsque le film sera gratuit et à disposition sur les plateformes, là il ne devrait pas y avoir de problèmes.

Globalement, la programmation dans les salles A&E a été chaotique. 95% des exploitants se réfugiaient derrière des arguments comme : c'est trop violent, ce n'est pas pour notre public. Ce qui est un petit peu douloureux à entendre quand on est distributeur indépendant, de taille disons moyenne. Car je pars du principe qu'une salle A&E, qui programme des films A&E et qui obtient des subventions de la part de l'Etat pour cela justement, doit faire passer en premier des questions éditoriales plutôt que des questions économiques (les entrées, le succès du film). Il s'avère que *Les Rascals* est recommandé A&E, que le film bénéficie du premier soutien du comité 15-25 de l'AFCAE et que pour cette raison, le film devait être le porte-étendard du comité. Et malgré cela, malgré notre

travail pour faire connaître le film et son discours auprès des exploitants, la plupart n'ont pas voulu prendre le risque de le programmer.

Et plus globalement pour moi l'exploitant ne peut pas se contenter de faire uniquement de la programmation, il faudrait que les exploitants, pour que la cinématographie de genre puisse s'installer, fassent un meilleur travail de sensibilisation, qu'ils acceptent de perdre des entrées en se disant que cela portera ses fruits dans quelques années et qu'ils attireront un public de plus en plus nombreux. Par ce que justement ils auront fait ce travail de mise en lumière en amont. Si tu n'incites pas les gens à venir chez toi, ils ne viendront jamais.

Ce constat rejoint une forme de volonté, j'ai l'impression qui aujourd'hui fait loi dans la programmation, de ne pas prendre de risques ?

Oui, prenons les films du Festival Télérama qui a débuté une semaine après la sortie des *Rascals*, il n'y a aucun risque à programmer *L'Innocent* ou *La Conspiration du Caire* qui sont des films qui ont fonctionné, qui plaisent au public et qui n'engagent pas émotionnellement le spectateur, comme ils n'engagent pas éditorialement l'exploitant. A l'inverse, programmer les *Rascals* à cette période demande résolument plus d'accompagnement et de travail, donc de risque.

Le marché du film est un marché en pleine mutation. Et selon les périodes de l'histoire il se fait en faveur du distributeur ou de l'exploitant. Il s'avère qu'avant le COVID c'était un marché porté par les distributeurs avec une année 2019 de tous les records. Et grosso modo, depuis la réouverture, il y a tellement de films qui sortent chaque semaine que les exploitants n'ont qu'à ouvrir le robinet et plein de films et d'entrées tombent. Ils sont en position de force, car il y a tellement de films qu'ils sont en mesure de ne pas répondre à certains distributeurs et de choisir celui qu'ils veulent. Or la programmation, ça ne se construit pas de cette manière, il faut accorder de la place à tout le monde. Sauf que maintenant quand tu es distributeur indépendant on t'accorde, au mieux, 2 séances par jour. Comment tu veux faire des entrées avec 14 séances par semaine en sortie nationale ? Comment un film comme les *Rascals* peut exister dans ces conditions ? Et malheureusement les entrées et l'échec commercial leur donne raison et c'est bien le problème : sur pitch avec le marché actuel et ce manque de prise de risque, *Les Rascals* ne peut pas faire d'entrées.

Avec ce constat de l'échec commercial du film en sortie nationale et celui du succès que le film a pu connaître pendant les festivals ou les avant-premières, le cinéma de genre français est-il voué à la festivalisation ?

Pour moi la réponse malheureusement, est oui. Les films de genre français que l'on a pu sortir en salles chez The Jokers ont souvent été des échecs commerciaux. *Ogre*, *La Nuée*, *L'année du requin*, ils ont tous été programmés sur un grand nombre de copies

mais ont eu des résultats décevants. Donc soit nous faisons mal notre travail, soit l'appétence du public pour ce type de film au cinéma n'existe plus.

Oui le cinéma de genre est victime de la festivalisation du cinéma, pas que le genre d'ailleurs, d'autres cinémas « à la marge » sont également voués à fonctionner en festival uniquement. Car en festival on retrouve des gens curieux et très concernés, qui s'intéressent au travail du distributeur et qui ont une vraie culture cinéphilique.

Il faut y faire attention, en tant que distributeur, ne pas s'enfermer là-dedans et distribuer des films de genre français qui font du bruit en festival mais qui n'existent pas en sortie nationale. Exemple *The Innocent* de Eskill Vogt, film bardé de prix et de festivals : Cannes, Angers, ... qui en bout de course fait 24k entrées en France, car il s'agit d'un film de festival. Un film de genre français ou européen en salle, c'est impossible de faire plus de 30k entrées. La cinématographie de genre espagnole d'ailleurs l'a bien compris et est aujourd'hui en train d'exploser sur les plateformes, là où le public se trouve.

A l'inverse avec le slasher X que nous avons programmé (*Les Bookmakers*) pour le compte de Kinovista, qui est un film d'horreur américain, féministe, A24, nous avons fait 50k entrées. Par ce que c'est du cinéma américain, et que l'on ne se heurte pas à ce plafond de verre du genre français qui n'attire pas ou plus le jeune public sur la seule promesse de son scénario.

Pour un distributeur indépendant comme The Jokers, quelles sont les solutions et les outils pour péricliter dans ce marché, tout en conservant ses convictions et proposant un cinéma toujours ambitieux et mettant en avant les jeunes talents ?

A l'heure actuelle, tu ne peux pas être un distributeur spécialisé, du point de vue des indépendants, dans le cinéma de genre. Ce n'est pas économiquement viable. Même avec le CNC et ses aides. ESC essaye de le faire, mais avec du genre américain, asiatique.

Bien sûr il faut continuer à produire, financer, distribuer les films de Just Philippot, des frères Boukherma. Car en défrichant de jeunes talents, on permet au cinéma de se renouveler. Just Philippot va d'ailleurs signer son prochain long avec Pathé, pour 17 millions. Pour en arriver là il faut *La Nuée* et ses 50k entrées.

Il faut en tant que distributeur, dans ton line up, continuer à avoir ce genre de projets. Peut-être un ou deux dans l'année. Afin d'ajouter une réelle plus-value au catalogue, pas uniquement avoir des films porteurs avec comme objectif de faire des entrées. C'est une réelle force de trouver des Just Philippot, Jimmy Laporal-Trésor, Steve Achiepo, Simon Rieth, ... ça fait partie de notre rôle primordial de distributeur indépendant. En faisant émerger des talents, le cinéma français peut se renouveler, faute de quoi une certaine idée de la diversité du cinéma français va mourir.

Maintenant, multiplier les propositions de ce type est risqué, car ce sont films « paris » qui en plus se heurtent à une période post covid où les entrées sont deux fois plus concentrées avec beaucoup trop de films chaque mercredi. C'est donc important également d'avoir des films plus « simples », plus porteurs, avec des grands noms et du

casting, afin d'enregistrer des succès et pouvoir continuer à prendre des risques sur d'autres films.

Mais le pari de la cinématographie de genre est peut-être perdu maintenant, dans un contexte où les spectateurs semblent vouloir des films plus légers et moins anxiogènes ; mais peut-être ce pari portera ses fruits dans 5, 10 ans.

Entretien avec Boris Pugnet

Directeur de la distribution chez The Jokers Films

Je voudrais discuter du travail marketing effectué sur Les Rascals : le positionnement du film, la création de l’affiche, le public cible, etc.

L’affiche est créée en fonction du positionnement choisi. Pour Les Rascals, on est sur un film français. Qui dit film français dit spectateur (en moyenne de plus de 50 ans). Cela veut également dire que l’on passe par des canaux de médias de « l’ancien modèle » : presse écrite notamment. Pour avoir accès aux grands médias télévisuels, il faut avoir un casting connu. Là, on est sur un premier film avec casting inconnu. C’est donc un peu le serpent qui se mord la queue : on dit que les films français n’attirent pas les jeunes mais pour avoir accès à la presse et aux médias il faut avoir un casting connu. Or les jeunes acteurs auxquels le jeune public est susceptible de s’identifier ne sont pas (encore) connus. On est dans une impasse. Peut-être que Les Rascals manquait de têtes porteuses pour que les médias s’y intéressent plus.

Pour le public plus jeune, il consomme du cinéma américain, en majorité. Or un film américain dépense 1 million d’euros pour être connu : affichage, spots sur les réseaux sociaux, etc. Donc toi en tant que distributeur indépendant, tu arrives avec ton petit porte-voix à côté du cinéma américain et tu as l’air ridicule. Sauf auprès d’une population curieuse de cinéma, mais qui représente une partie infime du public.

Le côté complexe avec le positionnement des Rascals, c’est que c’est un film qui ne ressemble à rien de ce qui a déjà été fait, il n’y a pas vraiment de comparable et c’est un premier film. On n’avait donc pas de comparatif vers lesquels nous tourner pour le positionnement, la programmation, l’identité du public ou la couleur à donner à notre plan marketing. Et le public également, qui se fait une sorte de carte mentale du cinéma classé par genres, allait avoir du mal à identifier le film : de quoi ça parle, comment, années 80 ou 50 ? Et sans identification, pas de désir, pas de curiosité.

Complicier donc à priori de se situer sur cette carte du cinéma français. De la même manière, comment traiter la question de la violence dans le film ? La violence pour le public adulte de film français classique est un épouvantail.

Concernant l’affiche à proprement parler. Ma première impression sur le film c’est qu’il pouvait faire polémique, par son sujet, comme Rodéo l’été d’avant qui avait eu des notes *allociné* assassines et qui avait déchainé la fachosphère. Le risque était de passer pour un film de baston, jeunes de banlieues vs skins et qui montre une France hyper fracturée. Et les exploitants ne peuvent pas promouvoir ce genre de films. Pour éviter les incidents, comme ceux du film *Creed*.

Il fallait donc éviter le côté « huile sur le feu ».

Pour éviter le côté violent et anxiogène, il fallait que l’affiche désamorce cela avec un côté « Ah ce film a du fond en fait et la violence a du sens ». Donc orienter vers des phrases, des quotes « Un film contre le racisme », etc. De même le fond blanc permettait de mettre en valeur ces

quotes et donner une identité différente, plus américaine ou grand public. Cette affiche en tous cas, tente de faire plus gros que ce qu'est le film : film indé, premier film français.

On a essayé finalement de respecter le film et d'éviter les polémiques et ça s'est fait (au niveau de l'affiche) au détriment peut être de la lisibilité du genre, de l'époque, de l'histoire, ...

Quelle fut la réception du public pour le film ?

Le public jeune a été très emballé par le film, on a eu des réactions assez dingues avec des jeunes qui n'aimaient pas à priori le cinéma français et qui nous ont dit après des avant-premières et des festivals que c'était « le meilleur film français qu'ils aient vu de leur vie » ou encore « c'est mon film préféré après Spider-Man »... Mais c'était un leurre car ce public jeune avait vu le film dans un cadre très précis, notamment pendant les rencontres lycéennes au festival de Sarlat, où tu as 400 jeunes « captifs » qui viennent voir le film gratuitement.

Côté presse, on a vu une vraie dichotomie dans les réactions : les journalistes jeunes ont été très emballés par le film, les plus vieux ont détesté, souvent à cause de la violence et par ce que la réalité des années 1980 qui était décrite ne correspondait pas à leur vécu.

Comment s'est déroulée la programmation du film et le rapport aux exploitants ?

On a vite vu que les vieux exploitants, qui sont en majorité dans le cinéma A&E, n'ont pas voulu du film, disant que c'était trop violent, qu'ils n'avaient pas aimé ou que ce n'était pas pour leur public. Et au contraire les multiplex qui ont programmé le film assez facilement.

Mais les difficultés rencontrées avec certains exploitants, notamment A&E c'est encore une fois le serpent qui se mord la queue... Ils se plaignent toute l'année que les jeunes ne viennent pas dans leur salle mais quand il y a un film qui plaît au jeune, si eux ne le travaille pas plus que les autres, ils ne vont jamais réussir à faire venir ce public. C'est là où ils n'ont pas pris leurs responsabilités. Et en même temps, les résultats ne sont pas bons, donc on ne peut pas leur en vouloir après coup... La notion de prendre un risque sur un film et de le travailler n'a pas du tout le même sens pour un exploitant qui sort 200 films par an que pour un distributeur qui se casse la tête à faire vivre un film difficile.

En quoi est-ce difficile mais nécessaire aujourd'hui pour un distributeur indépendant de faire du genre ?

Le cinéma d'auteur fait la force du cinéma français et on est nombreux à vouloir préserver cette force. Mais si on ne prend pas le risque de produire puis distribuer un cinéma compliqué, celui de jeunes auteurs, de genre, etc. On va se couper de toute une génération de cinéastes qui risque de partir vers d'autres contenus. Et nous on veut changer cette image de : le cinéma français c'est chiant.

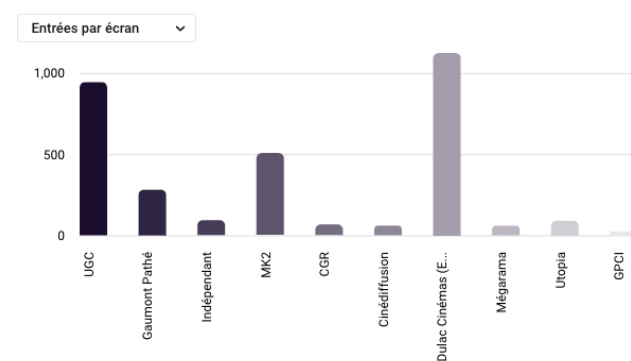
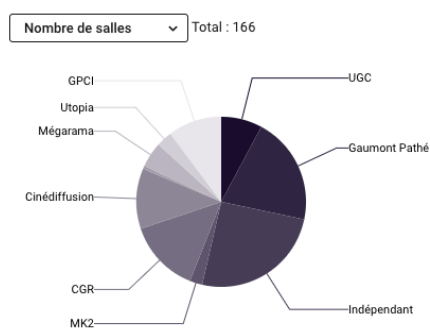
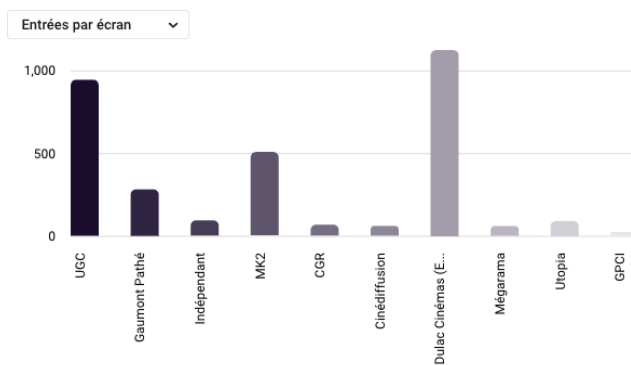
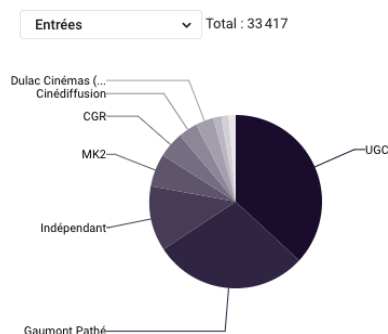
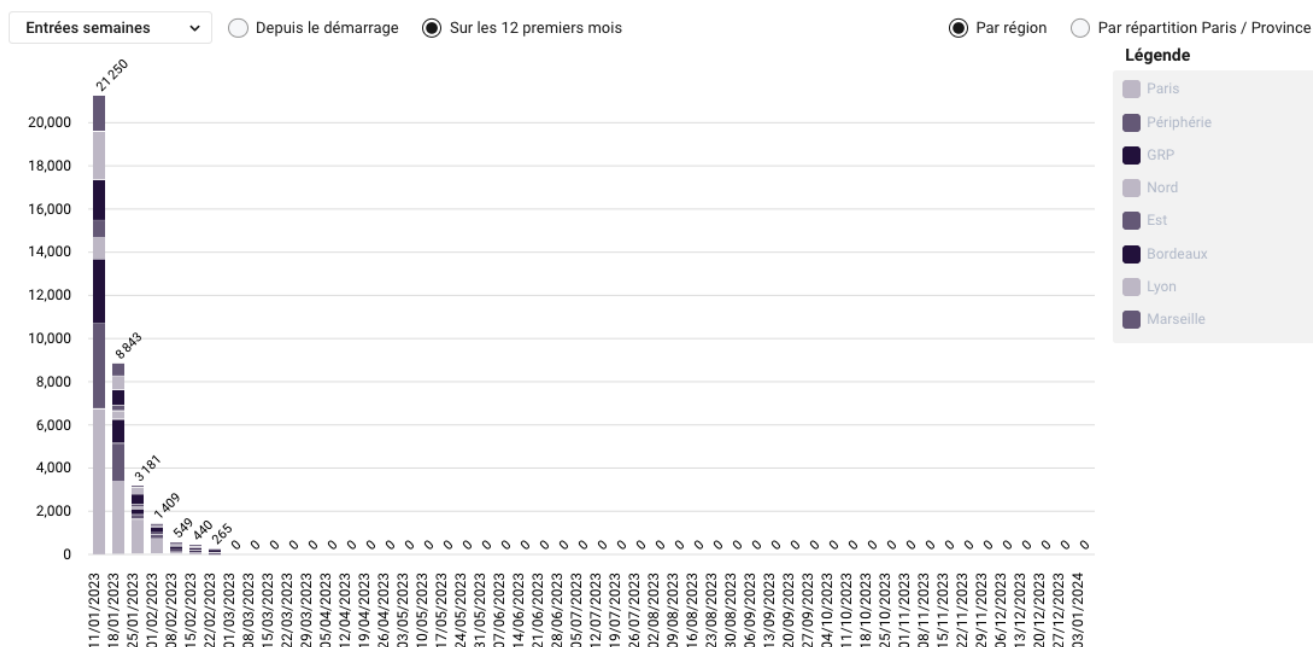
Ce qui est sûr c'est que l'on ne peut pas être uniquement défricheurs de jeunes talents. Ça ne peut pas être le cœur de ton line-up, car c'est trop risqué. Tu dois t'appuyer sur des films moins risqués,

plus conventionnels pour pouvoir aussi engranger des entrées et continuer à proposer des films plus difficiles. Et encore le succès de *De Grandes Espérances* par exemple n'allait pas de soi car personne ne voulait du film à la base, et tu ne sais jamais à l'avance quel film va fonctionner. Le risque après d'étendre son line-up c'est de brouiller son éditorialisation. Après *Parasite*, *Jokers* s'est ouvert vers du cinéma plus français, plus social. *Le Marchand de Sable* par exemple est un film purement social.

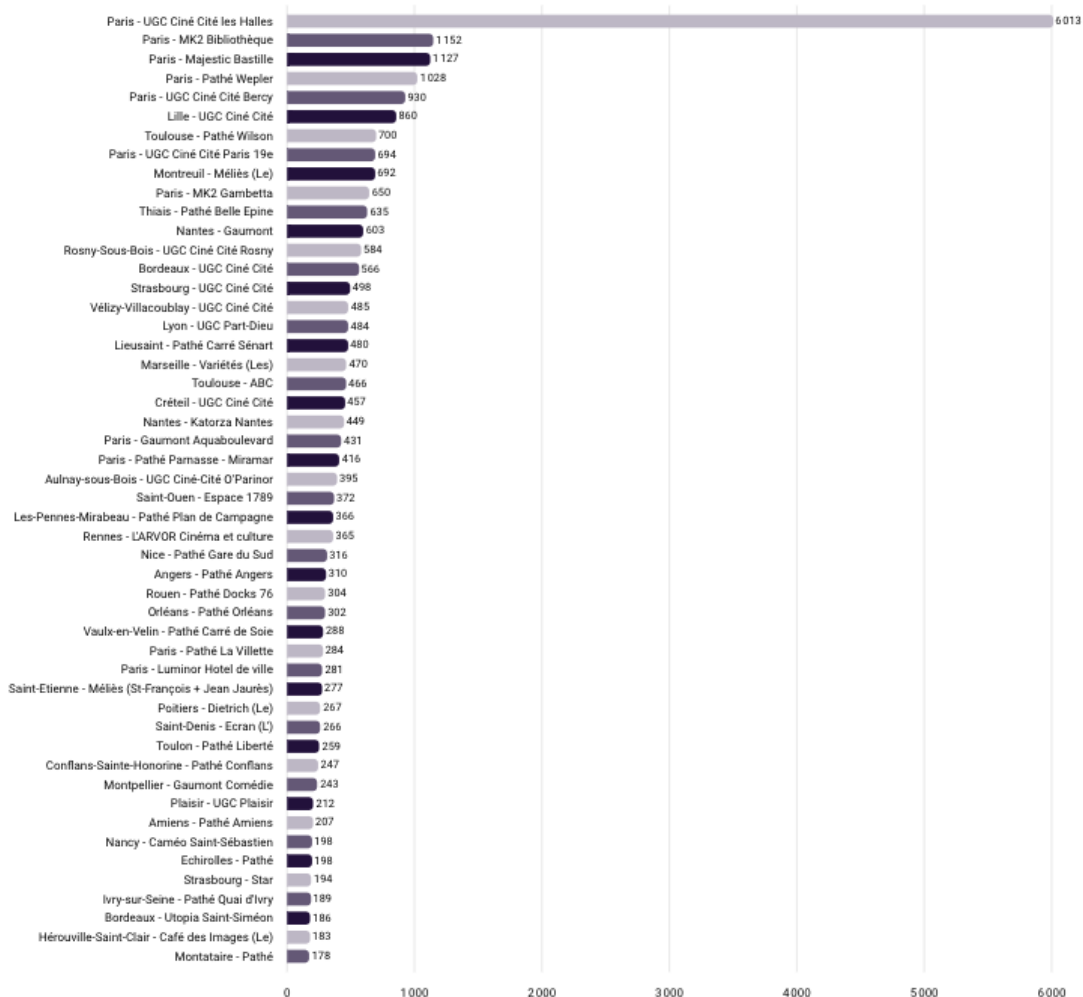
En tous cas il faut trouver un modèle à l'équilibre entre prise de risque et rationnel. Sinon tu fermes dans 6 mois (rires). Il y a peut-être quelque chose à fouiller du côté du dtv (*Jokers* Entertainment) pour se stabiliser financièrement.

Graphiques et statistiques du film *Les Rascals*

Issus de la fiche Cinego du film, onglet statistique

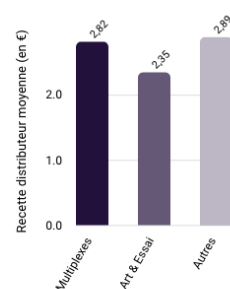
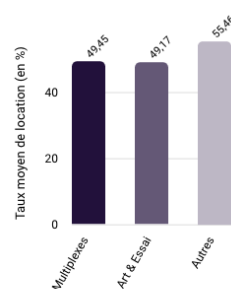
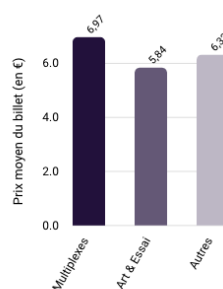
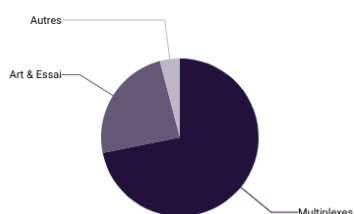


Entrées (vue graphique) ▾



Entrées ▾

Total : 37 014



Plan de sortie du film *Les Rascals*

Issus de la fiche Cinego du film, onglet plan de sortie



The Jokers Films

16 rue Notre Dame de Lorette - 75009 Paris - Tel : 01 84 25 95 55 - Fax :
The Jokers Films - RCS 801934795 - APE : 5911C - SIRET : 80193479500031
N° TVA intra-communautaire : FR18801934795

Les Rascals (JOK)

Date de sortie: 11/01/2023

Paris

Villes	Salles
Paris	UGC Ciné Cité les Halles
Paris	UGC Ciné Cité Bercy
Paris	Pathé Parnasse - Miramar
Paris	Gaumont Aquaboulevard
Paris	MK2 Bibliothèque
Paris	Majestic Bastille
Paris	MK2 Gambetta
Paris	Pathé Wepler
Paris	Pathé La Villette
Paris	UGC Ciné Cité Paris 19e
	10 salles

Périphérie

Villes	Salles
Asnières-sur-Seine	Alcazar (L')
Aulnay-sous-Bois	UGC Ciné-Cité O'Parinor
Cergy-Le-Haut	UGC Ciné Cité
Champigny-sur-Marne	Mégarama Studio 66
Châtenay-Malabry	Rex
Conflans-Sainte-Honorine	Pathé Conflans
Corbeil-Essonnes	Arcel
Créteil	UGC Ciné Cité
Epinay-sur-Seine	CGR Epinay-sur-Seine
Ivry-sur-Seine	Pathé Quai d'Ivry
Liesaint	Pathé Carré Sénart
L'Isle-Adam	Conti (Le)
Marne-la-Vallée Cedex 04	Pathé Disney Village
Montreuil	Méliès (Le)
Plaisir	UGC Plaisir
Rosny-Sous-Bois	UGC Ciné Cité Rosny
Saint-Denis	Ecran (L')
Sainte-Geneviève-des-Bois	4 Perray (Les)
Saint-Ouen	Espace 1789
Thiais	Pathé Belle Epine
Torcy - Marne-la-Vallée	CGR Torcy
Tremblay-en-France	Jacques Tati
Vélizy-Villacoublay	UGC Ciné Cité
Villeneuve-la-Garenne	Mégarama
	24 salles

GRP

Villes	Salles
Nantes	Gaumont
Nantes	Katorza Nantes
Rouen	Omnia République
Rouen	Pathé Docks 76
Rennes	L'ARVOR Cinéma et culture
Tours	CGR 2 Lions - Tours
Hérouville-Saint-Clair	Café des Images (Le)
Orléans	Pathé Orléans
Angers	Pathé Angers



The Jokers Films

16 rue Notre Dame de Lorette - 75009 Paris - Tel : 01 84 25 95 55 - Fax :
The Jokers Films - RCS 801934795 - APE : 5911C - SIRET : 80193479500031
N° TVA intra-communautaire : FR18801934795

Brest	Ciné Liberté
Brest	Studios (Les)
Thillois	Gaumont Parc Milleime
Le Mans	CGR Colisée - Le Mans
Le Mans	Cinéastes (Les)
Lorient	Cinéville
Le Havre	Gaumont Docks Vauban
Amiens	Pathé Amiens
Guérande	Ciné Presqu'île
Saint-Nazaire	Cinéville
Cherbourg	CGR Cherbourg
Quimper	Katorza Quimper
Saint-Brieuc	Club 6
Alençon	Planet Ciné
Châlons-en-Champagne	CGR Châlons-en-Champagne
Dreux	Ciné Centre
La Ferté-Bernard	Palace (Le)
La Richardais	Emeraude Cinemas La Richardais
Mamers	Rex
Montargis	Alticiné
Montataire	Pathé
Troyes	CGR Troyes
	29 salles

Nord

Villes	Salles
Lille	UGC Ciné Cité
Lomme	Kinepolis
Liévin	Pathé
Valenciennes	Pathé Valenciennes (Ex Gaumont)
Coquelles	Pathé Cité Europe Coquelles
Bruay-la-Buissière	CGR Bruay-la-Buissière
	6 salles

Est

Villes	Salles
Strasbourg	Star
Strasbourg	UGC Ciné Cité
Nancy	Caméo Saint-Sébastien
Amnéville	Kinepolis Amnéville
Saint-Julien-les-Metz	Kinepolis
Mulhouse	Palace (Le)
	6 salles

	TOTAL NORD 75 salles
--	-----------------------------

Bordeaux

Villes	Salles
Bordeaux	Mégarama
Bordeaux	UGC Ciné Cité
Saint André-de-Cubzac	La Villa Mon Ciné
Villenave d'Omon	CGR Villenave d'Omon
Blagnac	CGR Blagnac
Colomiers	Grand Central
Muret	Véo Muret
Toulouse	ABC
Toulouse	Pathé Wilson
La Rochelle	CGR Les Minimes - La Rochelle
Limoges	Grand Ecran Centre
Buxerolles	CGR Buxerolles
Poitiers	Dietrich (Le)
Lescar	CGR Lescar
Saint-Jean-de-Luz	Select (Le)
Tarnos	CGR Tarnos
Bergerac	Grand Ecran



The Jokers Films

16 rue Notre Dame de Lorette - 75009 Paris - Tel : 01 84 25 95 55 - Fax :
The Jokers Films - RCS 801934795 - APE : 5911C - SIRET : 80193479500031
N° TVA intra-communautaire : FR18801934795

Libourne	Grand Ecran
Sarlat	Rex
Tonneins	Rex
19 salles	

Lyon

Villes	Salles
Brignais	CGR Brignais
Lyon	Comoedia (Le)
Lyon	UGC Part-Dieu
Lyon	Pathé Vaise
Vaulx-en-Velin	Pathé Carré de Soie
Echirolles	Pathé
Clermont Ferrand	CGR Val Arena - Clermont-Ferrand
Dijon	Olympia (L')
Dijon	Pathé Dijon
Ecole-Valentin	Mégarama Besançon
Annecy	Pathé (ancien Decavision)
Annemasse	Studio 6
Valence	Navire (Le)
Saint-Etienne	Méliès (St-François + Jean Jaurès)
Villefranche sur Saone	CGR Villefranche-sur-Saone
Chalon sur Saône	Megarama Chalon sur Saône
Audincourt	Mégarama Lumina
Belfort	Pathé
Bourgoin-Jallieu	Kinepolis Bourgoin
Morzine	Portes Du Soleil (Les) - Avoriaz
Roanne	Grand Palais
Sallanches	Ciné Mont Blanc
Samoëns	Criou (Le)
Thonon-les-Bains	Ciné Léman
Villefontaine	Fellini (Le)
23 salles	

Marseille

Villes	Salles
Les-Pennes-Mirabeau	Pathé Plan de Campagne
Marseille	Variétés (Les)
Vitrolles	CGR Studio Lumières - Vitrolles
Montpellier	Gaumont Comédie
Sète	Le Nouveau Palace
Nice	Megarama Nice
Nice	Pathé Gare du Sud
Nice	Rialto (Le)
Toulon	Pathé Liberté
Perpignan	Castillet (Le)
Avignon	Pathé Cap Sud
Avignon	Utopia
Nîmes	CGR Nîmes
Béziers	Monciné
Villeneuve-les-Béziers	CGR Villeneuve-les-Béziers
Cannes	Olympia salles 5 à 9
Martigues	Le Palace
Narbonne	CGR Narbonne
Fréjus	Vox (Le)
19 salles	

TOTAL SUD 61 salles

DOM-TOM

Villes	Salles
Basse terre, Guadeloupe	Arbaud (D')
Kourou	L'Urania
Les Abymes	Cinestar
Matoury, Guyane	Agora (L')



The Jokers Films

16 rue Notre Dame de Lorette - 75009 Paris - Tel : 01 84 25 95 55 - Fax :
The Jokers Films - RCS 801934795 - APE : 5911C - SIRET : 80193479500031
N° TVA intra-communautaire : FR18801934795

Schoelcher - Martinique	Madiana - Ciné Caraïbes
	1 salles
	TOTAL DOMTOM 1 salles
	TOTAL FRANCE 137 salles