

Ministère de la culture



Le documentaire en salles : **quelle place sur le marché pour un cinéma à la fois florissant et marginal ?**

Mémoire de fin d'études

Irène OGER

Exploitation - promotion 2021

Tuteur : Mathieu Berthon

Le 25 mai 2021

Sous la direction d'Éric Vicente et Étienne Ollagnier

Remerciements

Pour son regard et son accompagnement dans la réalisation de ce mémoire, merci à

Mathieu Berthon, fondateur et gérant de Météore Films

Pour leur suivi pendant mon cursus à la Fémis, merci à

Nathalie Coste-Cerdan

Frédéric Papon

Éric Vicente

Étienne Ollagnier

Marie-José Elana

Kira Kitsopani

Pour leurs conseils, le temps consacré à un entretien ou une discussion, merci à

Roxane Arnold, Mathieu Berthon, Cyril Burkel, Fabien David, Philippe Elusse, Juliette Gamonal, Jean-Fabrice Janaudy, Étienne Ollagnier, Emmanuel Papillon, Jacques Pelissier, Élisabeth Perlié, Sylvain Pichon, Jérémie Pottier Grosman, Romain Prybilski, Bertrand Roger, Thomas Schmitt, Mélanie Simon-Franza, Bénédicte Thomas, Régine Vial, Éric Vicente, Ana Vinuela, et Walid Zaïane

Pour avoir aménagé mes horaires de stage et permis de mener ce travail à bien, merci à

Frank Sescousse

Pour leur soutien et nos échanges, merci enfin à ma famille, mes ami·e·s ainsi qu'à mes camarades de cursus.

Table des matières

Remerciements.....	2
Introduction	5
I. État des lieux de la distribution et de l'exploitation du cinéma documentaire	13
1. Le documentaire : un « genre » trop présent en salles ?	13
2. Des stratégies singulières et variées de programmation	19
3. Enjeux et difficultés structurelles liés à la programmation de documentaires cinématographiques.....	31
II. La carrière d'un documentaire : comment favoriser sa réussite en salles ?	42
1. Quelle typologie de films pour les salles obscures ?	43
2. Comment faire pour qu'un documentaire trouve son public ? Récits de <i>success stories</i>	52
III. L'avenir du documentaire en salles : problématiques et défis à relever par la profession	72
1. Pistes pour améliorer la visibilité des documentaires en salles et renouveler le rapport du public avec le « genre »	73
2. Réflexions autour d'un mode d'exploitation différencié	86

3. Aspects conjoncturels post-Covid : un secteur affaibli par la pandémie mais une période propice pour « se réinventer »	92
Conclusion	97
Bibliographie	102
Filmographie	106
Annexes	110
1. Liste des entretiens réalisés.....	110
2. Entretien avec Fabien David	113

Introduction

L'origine de mon désir d'interroger la place du documentaire sur le marché est double : il y a d'abord mon goût pour cet « autre cinéma », né il y a dix ans alors que j'étais étudiante en classes préparatoires. Cette rencontre sonna comme une révélation : j'y trouvais une forme de fragilité, une délicatesse dans l'attention portée à autrui et sa parole qui m'émouvaient. « L'essence du cinéma documentaire, c'est l'autre »¹, affirme la réalisatrice Dominique Cabrera, et « c'est en documentaire que la parole filmée prend force et beauté, que les corps filmés, quels qu'ils soient, acquièrent une dignité »², écrit Jean-Louis Comolli. J'aimais ce cinéma plus libre à mes yeux, au dispositif souvent plus léger, fait avec peu de moyens, mais dévoilant une grande ingéniosité cinématographique. J'aimais voir la vie ordinaire de gens ordinaires, y déceler le beau, le romanesque, la puissance de récits dont chacun est porteur. Les larmes du départ dans *Être et avoir* de Nicolas Philibert restent un moment poignant : « quelque chose se dérobe, qui est filmé *in extremis*, et toute une violente beauté naît de ces effractions de réel dans un cadre de cinéma »³, poursuit le théoricien. « Telle est la puissance du documentaire, de n'avoir pas besoin de la reconstitution, des décors, des maquillages, des subterfuges, bref des apprêts de la fiction, pour nous transporter dans une exaltation des êtres et des choses qui nous les fait sentir comme essentiels »⁴, détaille-t-il. J'ai ainsi commencé à découvrir des noms qui m'accompagnent encore aujourd'hui – Dieudo Hamadi, Denis Gheerbrant, Wang Bing, Mariana Otero, Gianfranco Rosi, ... – et à fréquenter différents festivals (Lussas, le Cinéma du Réel, le FID et d'autres) dont la « simplicité et [la] familiarité (...) valent tous les tapis rouges »⁵. Mon goût pour ce cinéma n'a cessé de croître au fil de mes études universitaires.

La seconde origine de mon désir vient d'une expérience professionnelle passée, puisque j'ai travaillé pendant près de trois ans à Docks 66 (devenu Les Alchimistes Films) avant d'intégrer la Fémis, en évoluant à différents postes, dont ceux de chargée des partenariats et programmatrice. J'ai donc vu de près l'énergie qu'il fallait déployer pour

¹ KANTCHEFF Christophe, « Dominique Cabrera : "L'essence du cinéma documentaire, c'est l'autre" », *Politis*, 5 mai 2021

² COMOLLI Jean-Louis, *Une certaine tendance du cinéma documentaire*, Ed. Verdier, coll. « La Petite Jaune », 2021, 4^e de couverture

³ *Ibid.*, p. 43

⁴ *Ibid.*, p. 45

⁵ *Ibid.*, p. 66

porter en salles les films du catalogue – de *La Sociologue et l'Ourson* de Mathias Théry et Étienne Chaillou à *Terra Franca* de Leonor Teles, en passant par *La Permanence* d'Alice Diop. J'en suis ainsi venue à me questionner sur le modèle économique gravitant autour de la distribution de films documentaires : était-il possible de continuer à les défendre et les promouvoir malgré des moyens financiers limités ? D'élargir la cible de spectateurs ? D'encourager davantage d'exploitants à les programmer malgré une audience étroite ?

En parallèle, et notamment dans le cadre de pratiques associatives⁶, je m'interrogeais sur les possibles manières de dépolssiérer et désenclaver le « genre » – me demandant par quels moyens les documentaires pourraient parvenir à toucher et réunir davantage de spectateurs, outre la sphère des *aficionados*. Souffrant en effet d'une image surannée, parfois jugé trop « intello », ce cinéma est souvent vu comme moins attrayant, moins facile d'accès, et requérant une plus grande attention du spectateur. Là où « le cadre pragmatique de la fiction est celui de la feintise ludique partagée, [le] documentaire [demande une] assertion sérieuse consentie »⁷. Mais cette vision, aussi juste soit-elle, semble aujourd'hui dépassable dans le sens où, s'il reste un cinéma parfois plus « pointu », le documentaire d'auteur peut attirer une large audience, en témoigne par exemple le récent succès en salles d'*Adolescentes* (105 000 entrées, Ad Vitam, 2020). La tendresse qui en émane et la délicatesse du regard de Sébastien Lifshitz ont sans nul doute participé à cette belle réussite. Restera à voir si ce type de performance est de l'ordre du micro-phénomène, ou bien s'il est reproductible. C'est donc par ces diverses ramifications que j'ai souhaité orienter mon étude sur la place du documentaire sur le marché, constatant à la fois une efflorescence du genre et un ancrage économique en demi-teinte – nous y reviendrons.

Voyons à présent la définition que nous pouvons proposer du documentaire. Parce qu'il touche au réel et n'a pas de limites, le documentaire dont les formes sont si variées ne peut être défini simplement comme un genre. Nous opterons tout de même pour cette manière d'approcher le documentaire dit « de création » – label mis en place en 1987

⁶ Le collectif Lundi Soir, co-fondé en 2016 pour promouvoir et défendre la jeune création documentaire : www.lundisoir.org

⁷ LIOULT Jean-Luc, *Théorie du film documentaire* (Penser le cinéma documentaire : leçon 3), Canal-U, 2010, en ligne [https://www.canal-u.tv/video/tcp_universite_de_provence/theorie_du_film_documentaire_penser_le_cinema_documentaire_lecon_3.6784]

pour caractériser le travail des auteurs : c'est un film « qui se réfère au réel, le transforme par le regard original de son auteur et témoigne d'un esprit d'innovation dans sa conception, sa réalisation et son écriture. Il se distingue du reportage par la maturation du sujet traité et la réflexion approfondie, la forte empreinte de la personnalité d'un réalisateur et (ou) d'un auteur »⁸. Mais le documentaire englobe aussi d'autres formats, aux écritures parfois moins singulières : c'est un ensemble de genres, un monde en soi, un continent entier fait d'une multitude de regards et de formes. Retenons toutefois cette idée majeure de la distinction avec le reportage télévisuel, à savoir que le temps accordé à l'écriture, aux repérages ou encore au montage y est bien moindre qu'en documentaire. Et retenons également que nombreux sont ceux qui s'agacent – sans doute à raison – de la distinction entre fiction et documentaire, jugée fautive et désuète : il peut en effet paraître saugrenu de cloisonner les choses de la sorte, puisqu'il y a mise en scène de part et d'autre. Un documentaire offre en effet toujours un point de vue sur le monde : il n'échappe pas à la subjectivité du cinéaste. Entre captation et recreation du réel, de nombreux documentaristes explorent et travaillent la porosité entre fiction et documentaire. C'est bien de cinéma qu'il s'agit, et cette manière de compartimenter les choses peut tendre à dissocier le documentaire de l'art cinématographique. Dans l'imaginaire collectif, le documentaire est d'ailleurs souvent classé dans une case à part. Il est largement associé au reportage, ce qui crée un amalgame, et sa place en salles peut à ce titre être remise en question, certains documentaires programmés se rapprochant davantage du formatage télévisuel. Côté télé, une nouvelle nomenclature semble nécessaire pour dissiper toute confusion, et cesser de nommer « documentaires » des produits qui n'en sont pas. Mais côté salles, cette classification peut participer à une forme de reconnaissance du « genre », à le remettre sur le devant de la scène. La création des catégories du « Meilleur documentaire » aux César en 2007 et du prix de L'Œil d'or – à l'initiative de Julie Bertuccelli – décerné à Cannes depuis 2015 révèle une volonté de reconnaître au documentaire un statut de film de cinéma.

Esquissons maintenant un bref historique du développement du documentaire en salles sur ces deux dernières décennies, en rappelant en préambule qu'il s'agit d'un cinéma structurellement sous-financé :

⁸ Groupe documentaire de la Société des réalisateurs de films (SRF), Tribune « Réconcilions la télévision et le documentaire », *Libération*, 9 mars 2021

« Le documentaire est le mal payé du cinéma français. C'est une économie du pauvre. Les auteurs se battent pour travailler avec des bouts de ficelle. (...) Sur le plan de la production, ce ne sont pas forcément les mêmes équipes qu'en fiction. Ce ne sont pas les mêmes budgets. Celui-ci est en moyenne dix fois moins élevé. On est sur des circuits de diffusion et des publics parfois plus spécialisés. Ce n'est pas de l'autarcie, mais presque un mode de vie en autonomie. Que le documentaire ait du mal à pénétrer "l'économie récompensatoire", c'est-à-dire l'ensemble des prix, c'est une belle métaphore de la difficulté du documentaire à pénétrer plus généralement l'économie du cinéma de fiction »⁹, explique la sociologue et maîtresse de conférences en économie du cinéma Chloé Delaporte.

La précarité et le sous-financement sont ainsi systémiques à tous les échelons, affectant non seulement les cinéastes – « deux phases importantes de leur travail ne sont pas ou peu rémunérées : le temps d'écriture des projets et le temps d'accompagnement des films »¹⁰ –, les sociétés de production, mais aussi les maisons de distribution. Malgré cela, la production est de plus en plus dynamique, et le long-métrage documentaire en salles a pris une ampleur inédite. Ce sont en effet des films moins coûteux à produire, à sortir, et nous verrons également le rôle qu'a joué le désengagement des chaînes de télévision dans cette expansion, « la salle [étant] aussi une réponse à [leur] normalisation »¹¹ selon Serge Lalou, producteur des Films d'ici. La courbe des documentaires distribués s'accroît chaque année. En effet, en vingt ans, leur nombre a été multiplié par six, passant de 26 films à l'an 2000, à 76 en 2010, et à 153 en 2019 (dont 108 documentaires français), atteignant cette année-là 20,5 % de l'offre totale de films sortis en salles (tous genres confondus), contre 16 % en 2015 et seulement 10,4 % en 2005 (voir Fig.1 ci-dessous). Dans le sillage d'*Être et avoir* (2,7 millions d'entrées, Les Films du losange, 2002) et de *Fahrenheit 9/11*, Palme d'or de Michael Moore (2,3 millions d'entrées, Mars Films, 2004), le documentaire s'est déployé sous toutes ses variantes au cours des deux dernières décennies : grand spectacle animalier avec *La Marche de l'empereur* de Luc Jacquet (1,9 million d'entrées, Buena Vista International, 2005), films engagés avec *Le Cauchemar de Darwin* de Hubert Sauper (380 000 entrées, Ad Vitam, 2005), films

⁹ ETANCELIN Valentin, « "Adolescentes" de Sébastien Lifshitz, un OVNI aux César 2021 », *Huffington Post*, 12 mars 2021

¹⁰ DE MONDENARD Béatrice, *Écrire et accompagner le cinéma documentaire*, Enquête pour la SCAM, septembre 2016

¹¹ VULSER Nicole, « Le documentaire gagne les salles », *Le Monde*, 3 janvier 2006

galvanisants avec *La Cour de Babel* de Julie Bertuccelli (200 000 entrées, Pyramide, 2014) ou encore films promouvant des initiatives positives tournées vers l'écologie comme *Demain* de Mélanie Laurent et Cyril Dion (plus d'un million d'entrées, Mars Films, 2015).

Parmi les années les plus fastes en termes de fréquentation, 2004 fut une année record avec 6,45 millions d'entrées, niveau jamais ré-atteint depuis. Nous trouvons à l'affiche cette année-là le film à succès de Michael Moore, *Fahrenheit 9/11*, ainsi que *Super Size Me* de Morgan Spurlock (182 000 entrées, Diaphana), *Le Dernier Trappeur* de Nicolas Vanier (2,2 millions d'entrées, TFM Distribution) ou encore *10^e chambre – Instants d'audience* de Raymond Depardon (214 000 entrées, Les Films du losange). L'année 2010 enregistra également une très forte fréquentation en totalisant 4,8 millions de spectateurs (voir Fig.2 ci-dessous) – le succès d'*Océans* ayant largement contribué à ce niveau d'audience (2,8 millions d'entrées, Pathé). Les années 2013 et 2016 furent également de grands crus, rassemblant respectivement 3,1 et 3,3 millions de spectateurs – le succès de *Sur le chemin de l'école* de Pascal Plisson (1,17 million d'entrées, Walt Disney) et des *Saisons* de Jacques Perrin et Jacques Cluzaud (1 million d'entrées, soit près d'un tiers des entrées annuelles totales) ayant fortement contribué à ces taux exceptionnels de fréquentation.



Fig.1. Évolution du nombre de documentaires sortis en salles entre 2010 et 2019.
Source : Les synthèses du CNC n°12, *Le marché du documentaire*, 2020

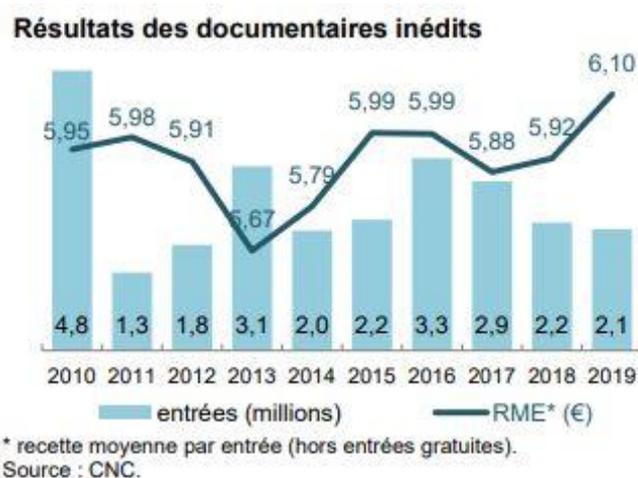


Fig.2. Évolution des entrées liées aux documentaires sortis en salles entre 2010 et 2019.
Source : Les synthèses du CNC n°12, *Le marché du documentaire*, 2020

Toutefois, si ce cinéma a gagné en visibilité et bénéficie d'une exposition croissante, le volume d'entrées en salles reste restreint. Comme le détaille le réalisateur Frédéric Goldbronn, « la multiplication des documentaires en salles et le succès de certains d'entre eux auprès du public donnent à penser que le cinéma documentaire aurait trouvé sa destination naturelle sur le grand écran, aux côtés de la fiction, mais là encore l'examen des chiffres donne accès à une réalité plus complexe. (...) En 2012, 14 seulement ont fait plus de 20 000 entrées, seuil à partir duquel les distributeurs du cinéma indépendant considèrent qu'un film commence à exister en salles. Deux d'entre eux (dont l'un, *Félins*, produit par Disney, a peu de rapport avec une démarche d'auteur) ont fait plus de 100 000 entrées, cap à partir duquel les distributeurs estiment qu'on peut parler de succès en salles pour ce type de films. À l'inverse, 78 documentaires ont fait moins de 20 000 entrées, dont 72 moins de 10 000 et 35 moins de 2 000 »¹². Ainsi, en moyenne, depuis vingt ans, les films documentaires réalisent 1,5 % des entrées des films inédits (tous genres confondus), soit une part constante, malgré une augmentation de l'offre. Les 1 060 documentaires sortis en salle depuis 2010 ont réalisé 25,7 millions d'entrées, soit 1,3 % des entrées totales pour 15,9 % des films. En 2019, ce « genre » représentait 1,1 % des entrées totales des films inédits¹³.

L'engouement des spectateurs et la part de marché liée à l'exploitation des films documentaires restent donc relativement faibles, malgré une offre en forte

¹² GOLBRONN Frédéric, « Le documentaire de création est-il soluble dans le marché ? » in *Le documentaire, un genre multiforme*, E-dossier de l'INA, 2013, p. 163-164

¹³ Les études du CNC, *Le marché du documentaire en 2019*, septembre 2020, p.5

progression. Walid Zaïane, adjoint au directeur de la programmation chez UGC, explique ce phénomène de la manière suivante : « L'accroissement de l'offre s'est fait en général sur des films à toute petite audience. Ces films-là existaient avant mais ils n'étaient pas distribués. Aujourd'hui ils le sont, mais les mêmes raisons qui auparavant présidaient à leur non-distribution, soit leur faible potentiel commercial, se confirment aujourd'hui : il y a très peu de spectateurs qui viennent. »¹⁴ En d'autres termes, il existe un plafond de verre qui empêche une augmentation du volume d'entrées. « Le gâteau reste le même, mais nous sommes de plus en plus nombreux à nous le partager. Cela est en grande partie due à l'arrivée du numérique, qui a facilité la production de films (moyens de tournage plus légers, coûts de production assez bas). L'augmentation de l'offre de films est toutefois globale, y compris en fiction, Cela reflète la réalité du marché »¹⁵, précise Mathieu Berthon, fondateur de la maison de distribution Météore Films.

Difficile dans ce contexte de voir comment le public pourrait s'élargir, comment il serait possible d'améliorer la part de marché du documentaire dans les entrées globales. « Quand on sait qu'entre 2001 et 2010, 92,1 % des documentaires sortis en salle ont fait moins de 100 000 entrées (sachant que sur cette même période les films tombant dans cette catégorie enregistrent en réalité un nombre moyen d'entrées de 11 300 entrées), on se rend compte que le grand écart économique entre ce marché saturé qu'est le cinéma et cet art de niche qu'est le documentaire, reste un exercice complexe et périlleux »¹⁶, soulignent les producteurs Serge Gordey, Catherine Lamour et Carlos Pinsky, ainsi que le cinéaste Jacques Perrin dans leur rapport de mission documentaire. D'autant que la force de frappe de ces films est en général limitée (budgets de sortie resserrés, maigres campagnes médiatiques) – cette plus faible exposition publicitaire étant toutefois liée à « la nature même du genre, dont l'économie plus restreinte impose davantage un travail de proximité avec les salles et la presse, plutôt que des achats d'espaces publicitaires coûteux »¹⁷. L'exploitation d'un film documentaire n'est pas liée aux mêmes modes de promotion commerciale qu'un film de fiction. C'est une autre mise en vitrine – nous y reviendrons.

¹⁴ Entretien avec Walid Zaïane réalisé le 5 janvier 2021

¹⁵ Entretien avec Mathieu Berthon réalisé le 1^{er} février 2021

¹⁶ GORDEY Serge, LAMOUR Catherine, PINSKY Carlos, PERRIN Jacques, *Le documentaire dans tous ses états. Pour une nouvelle vie du documentaire de création*, Rapport de mission pour le Ministère de la Culture, mars 2012, p. 69

¹⁷ Les études du CNC, *Le marché du documentaire en 2016*, juin 2017, p.30

Ainsi, quels facteurs pourraient être réunis pour favoriser une meilleure implantation du documentaire sur le marché et pour renforcer son attractivité en salles ? Notre étude s'attachera d'abord à dresser une cartographie de l'écosystème lié à la distribution et l'exploitation du documentaire en France – point de départ essentiel à notre analyse –, en exposant diverses stratégies (et limites) de sa programmation. Elle pointera ensuite les différentes conditions présidant au possible succès d'un documentaire en salles, en faisant le récit de sorties réussies – notamment en termes commerciaux. Elle détaillera enfin les enjeux liés à l'avenir du documentaire en salles.

I. État des lieux de la distribution et de l'exploitation du cinéma documentaire

Comme nous l'avons vu en introduction, le documentaire est en plein essor malgré un niveau d'entrées en salles stagnant et un faible poids économique dans le marché de l'exploitation cinématographique. D'année en année, l'offre de films est toujours plus abondante, au point que ce cinéma en vient à être régulièrement pointé du doigt, accusé d'occuper trop d'écrans pour une rentabilité commerciale relative. Le problème du « trop-plein » de films est toutefois récurrent – fictions et documentaires confondus – et fait partie des motifs de plainte répétés chez les exploitants. Nous observerons d'abord de plus près ce phénomène, à première vue assez paradoxal, de l'accroissement du nombre de sorties de longs métrages documentaires alors même que leur succès en termes d'entrées est pour la plupart modeste ; puis nous étudierons, au sein de ce paysage, les différentes logiques d'exposition du documentaire ainsi que les limites à ces stratégies de programmation.

1. Le documentaire : un « genre » trop présent en salles ?

Le documentaire bénéficie d'une exposition de plus en plus large et la question de sa trop grande présence en salles – occasionnant une levée de boucliers des exploitants protestant contre le nombre excessif de sorties hebdomadaires – est régulièrement remise sur le devant de la scène dans les discussions professionnelles. Selon eux, les films se phagocytent entre eux, même les plus petits. Les journalistes aussi ont souvent du mal à repérer tous les films qui sortent. Mais cette attaque à l'encontre du cinéma documentaire semble quelque peu injuste, au sens où l'encombrement des écrans est davantage dû aux grosses maisons de distribution déployant parfois des centaines de copies sur certains titres, plutôt qu'aux films documentaires dont les plans de sortie sont majoritairement resserrés : « l'espace libéré par l'absence de ces films serait infime »¹⁸, affirme l'ancien directeur du cinéma au CNC, Olivier Wotling. Les chiffres sont, à cet égard, suffisamment éloquents : « 49 %

¹⁸ Table ronde « Le grand écran: chance ou ghetto pour le documentaire? », La Scam, 2013, en ligne [<https://www.dailymotion.com/video/x165cnb>]

des documentaires en première exclusivité sont distribués dans moins de 10 établissements en première semaine (...) et 9,2 % dans 50 établissements ou plus. En 2019, un documentaire sort, en moyenne, dans six fois moins d'établissements (22 établissements) qu'un film tous genres confondus (140 établissements) »¹⁹.

Toutefois, ce climat de tension qui règne depuis plusieurs années risque de perdurer car le documentaire est pris dans un double mouvement : d'un côté, les chaînes de télévision s'en détournent de plus en plus et, de l'autre, il commence à intéresser un large spectre de distributeurs, jusqu'à Metropolitan FilmExport notamment, dont le catalogue n'est pourtant guère axé sur le « genre » – on y trouve deux films de Werner Herzog sortis en 2005 et 2011, *Grizzly Man* et *La Grotte des rêves perdus*. Metropolitan a ainsi acquis *Gunda*, de Viktor Kossakovsky – qui suit une truie et ses petits promis à l'abattoir –, après sa découverte dans une section parallèle de la Berlinale en 2020 : « On se positionne sur des documentaires dont on sent le caractère exceptionnel. Il s'agit là d'un film unique en noir et blanc à hauteur d'animal, sans commentaire, sans musique, sans personnage, sans anthropomorphisme, détaille le responsable des ventes internationales, Cyril Burkel. Dans notre faisceau d'indices, on sait qu'on est sur un film de cinéma très fort axé sur un sujet de société qui touche tout le monde, en l'occurrence notre rapport avec les animaux. De plus, lors de son acquisition, le film avait déjà été acheté par un distributeur américain qui a travaillé sur la campagne des Oscars et a fait ce qu'il fallait pour que le film existe. C'est un autre argument de taille dans notre positionnement. »²⁰

Par ailleurs, comme nous le disions plus haut, un second phénomène – massif celui-ci – participe depuis deux décennies à l'augmentation du nombre de films documentaires en salles. En effet, la télévision ne joue plus le rôle qu'elle a joué par le passé : si elle a indéniablement contribué au développement du documentaire dans les années 1990, les choses sont tout autres aujourd'hui, et les cases documentaires défendant un point de vue fort et une esthétique particulière s'amenuisent. « Le regard singulier que les documentaristes portent sur le monde a peu à peu disparu des écrans de télévision au profit de programmes à caractère journalistique. (...) Il existe encore quelques espaces de diffusion pour le cinéma documentaire : *25 Nuances de doc* sur France 2, *L'Heure D* sur France 3, *La Lucarne* et le *Grand Format* sur Arte. Mais ces cases sont

¹⁹ Les études du CNC, *Le marché du documentaire en 2019*, septembre 2020, p.5, *op. cit.*

²⁰ Entretien avec Cyril Burkel réalisé le 9 mars 2021

programmées à des heures tardives. Et surtout, elles sont rares : *L'Heure D* n'est diffusée que l'été, *La Lucarne* ne préachète au grand maximum qu'une demi-douzaine de films français par an et le *Grand Format* d'Arte, cinq. En 2021, ces objectifs déjà dérisoires seront réduits de moitié du fait de la pandémie. Les chaînes Public Sénat et LCP coproduisent elles aussi quelques documentaires d'auteurs, mais leurs enveloppes budgétaires sont si faiblement dotées... »²¹ Cette raréfaction des cases dans les programmes télévisuels a donc naturellement conduit un grand nombre d'auteurs et de producteurs à se tourner vers la salle – celle-ci apparaissant comme l'un des derniers bastions permettant de développer une écriture originale et artistique là où, côté télévision, les chaînes publiques privilégient la normalisation des formes et des récits. Jean-Louis Comolli exprime ce phénomène en ces termes : « Le cinéma documentaire se voulait le fruit d'un *artisanat furieux*, à l'écart du marché. De cette liberté des formes, les télévisions, principaux financeurs, ne veulent plus. Elles imposent des normes (commentaires redondants et montages accélérés) qui stérilisent les films diffusés et ceux qui aspirent à l'être. Une certaine tendance au conformisme s'impose. »²² Outre ces considérations formelles, le chemin vers la salle offre aux producteurs des opportunités de financement, comme des accords de coproduction qu'ils ne trouvent pas ou peu du côté télé. Le montage économique peut se révéler avantageux.

Cependant, cet élan naturel à se déporter vers la salle a une incidence sur l'aura de l'œuvre, car le public amateur de documentaires au cinéma sera toujours globalement inférieur à l'audience télévisuelle : en sortant du schéma télé, on sait que l'on se tourne principalement vers les salles « recherche » qui ne permettront au film d'être vu que par une minorité de spectateurs. Le débouché en termes d'entrées est globalement très limité, mais la sortie en salles confère prestige et notoriété à l'auteur, tout en constituant une autre manière de s'adresser aux spectateurs : il ne faut pas la voir comme un choix par défaut du fait du désintérêt des chaînes. De plus, il est des signatures pour lesquelles « on pense salles », comme Raymond Depardon ou Agnès Varda, et certains documentaires possèdent des qualités esthétiques telles que le chemin tracé jusqu'à la salle semble évident. En outre, si le sujet abordé par le film se prête au débat, sa place

²¹ Groupe documentaire de la Société des réalisateurs de films (SRF), Tribune « Réconcilions la télévision et le documentaire », *Libération*, 9 mars 2021, *op. cit.*

²² COMOLLI Jean-Louis, *Une certaine tendance du cinéma documentaire*, Ed. Verdier, coll. « La Petite Jaune », 2021, 4^e de couverture, *op. cit.*

en salle est là aussi justifiée. Celle-ci a en effet la capacité de se transformer en espace public et politique d'échanges, en agora, loin de l'entre-soi cinéphilique. Or, il existe peu de lieux de ce type dans notre société, proposant une expérience collective avec des gens que l'on ne connaît pas, de différentes classes sociales, de différents âges – nous reviendrons plus loin sur l'importance des ciné-débats dans l'exploitation d'un documentaire. Voyons par exemple ce qu'a apporté au film de Sandrine Bonnaire *Elle s'appelle Sabine* – portrait de sa sœur autiste – sa sortie en salles : « On l'a daté au 31 janvier 2008, quatre mois et demi après sa diffusion télé qui avait réuni 3,2 millions de téléspectateurs en *prime time* sur France 3, et avait suscité énormément de retours positifs, raconte le producteur, Thomas Schmitt. L'idée était de faire naître un peu d'attente autour du film : la différence politique a été gigantesque. Il y a eu beaucoup d'accompagnement à la fois par des éducateurs et des associations autour de l'autisme. L'intérêt d'une sortie salles qui s'étire dans le temps, c'est que l'on additionne des articles de presse (critiques cinéma et pages société) qui tiennent dans la durée. Avec Sandrine Bonnaire, on a eu la couverture de *Libération* ainsi qu'une enquête sur les hôpitaux psychiatriques. Cela a permis de faire pression sur le gouvernement de l'époque. On était dans un autre rapport politique. »²³ Une diffusion télé n'a pas ce même retentissement ; la sortie salles offre aux documentaires une mise en lumière différente et permet de faire surgir des débats citoyens qui infusent et trouvent un autre écho dans la société. Ils ont à ce titre toute leur place en salles.

Toutefois, le nombre croissant de sorties documentaires ne facilite pas leur insertion dans un marché déjà très concurrentiel, où la pression sur les films est forte, et la nécessité de parler en termes de résultat et de potentiel commercial de plus en plus prégnante. Les distributeurs se heurtent à beaucoup de difficultés, pour ne pas dire plus grandes que lors des négociations avec les chargés de programme télé, comme l'explique Violaine Harchin des Alchimistes Films : « La majeure partie des films documentaires réalisent moins de 10 000 entrées. La réalité de l'exploitation est celle-ci : n'entretenez pas d'illusions. Il faut être pédagogue et réaliste : l'économie reste très précaire. Le résultat commercial des films documentaires est faible, mais il en va de

²³ Entretien avec Thomas Schmitt réalisé le 9 mars 2021

même pour les films de fiction. La plupart réunit également moins de 10 000 spectateurs chacun. »²⁴

Néanmoins, si l'économie gravitant autour du documentaire n'est guère florissante, le modèle économique peut assez souvent s'avérer rentable pour le distributeur. En effet, les MG (minimums garantis) et frais d'édition liés à ce type de films sont généralement peu élevés, ce qui affecte leur seuil de rentabilité, lui aussi plus bas que la moyenne. Cette prise de risque relative – donc incitative – participe à l'expansion du « genre ». Les documentaires coûtent moins cher à sortir, mais ils demandent beaucoup de travail humain et d'accompagnement – nous y reviendrons. Quant à la notion de succès commercial, elle s'en trouve brouillée. « La plupart des petites maisons de distribution ont une stratégie plus viable que les grosses sur le long terme, car elles sont très peu dans le négatif, explique Mélanie Simon-Franza, fondatrice et gérante de La Grande Distribution. Pourquoi ? Car leur seuil de rentabilité sur le nombre d'entrées est beaucoup plus bas. Sur *Taste of Cement de Ziad Kalthoum* [sorti en 2018 par Juste Doc], il était fixé à 3 000 spectateurs. On en a réuni 4 500, et on a été bénéficiaires. »²⁵ Le nombre d'entrées doit ainsi toujours être mis en corrélation avec les frais de sortie engagés, afin d'estimer correctement le succès commercial du film – a fortiori pour les documentaires, dont on pourrait croire que leur modeste succès public s'aligne sur un succès économique tout aussi modéré. Un film qui n'attire qu'un petit nombre de spectateurs peut malgré tout être un objet commercial intéressant pour son distributeur. A cet égard, toujours chez Juste Doc, *La Mécanique des flux* de Nathalie Loubeyre (2016) est à ce jour le film du catalogue le plus rentable : 11 000 entrées réalisées pour 11 000 € de budget – celui-ci avait été restreint au maximum, et le programmeur, Matthieu de Faucal, avait occupé tous les postes, des partenariats à la recherche d'intervenants. Tout n'est pas qu'une question d'enveloppe budgétaire, et le succès n'est pas nécessairement corrélé à d'importants frais de sortie.

De plus, la surprise est davantage possible en documentaire qu'en fiction, car la cible peut s'élargir plus facilement : un film au démarrage très modeste peut finir par rencontrer un grand succès auprès du public. Ces phénomènes se produisent presque chaque année. À titre d'exemple, Mars Films n'avait pas prévu la réussite en salles de

²⁴ Table-ronde « Les enjeux du financement et de la sortie en salles des documentaires cinématographiques », webinaire dans le cadre de la Semaine des Arts & Médias, Université Sorbonne Nouvelle, 8 mars 2021, en ligne [<https://nouvelnormalite.artsetmedias.fr/>]

²⁵ Entretien avec Mélanie Simon-Franza réalisé le 13 août 2020

Lourdes en 2019, qui a finalement réuni 218 000 spectateurs. Et de leur côté, les exploitants ont toujours en tête cet espoir lorsqu'ils programment un documentaire : « C'est aussi ça la magie du cinéma, détaille Régine Vial, directrice de la distribution aux Films du losange. Ce n'est pas parce qu'un film est cher qu'il va marcher. C'est juste qu'à un moment donné, il rencontre un public, fait écho à ses aspirations, ses envies, se place dans l'air du temps. »²⁶ Ces belles performances sont finalement assez courantes dans le domaine du documentaire, et nous verrons plus loin comment ces films parviennent parfois à profiter d'un fait de société pour attirer du monde en salles.

Malgré toutes ces considérations, la question demeure : Y a-t-il trop de documentaires en salles ? Ou en d'autres termes : Comment faire face à une production qui devient pléthorique pour un genre considéré comme étant de niche ? Le nombre croissant de sorties se heurte en effet au problème de l'engorgement du secteur – a fortiori avec l'embouteillage massif, dû à la pandémie, qui se profile à la réouverture des salles, et qui risque de renforcer la vulnérabilité du « genre ». Cet accroissement n'est pas sans effet sur les choix de programmation. Car dès lors, quelle attitude adopter ? Faut-il écarter les films à faible rentabilité, prétendument « plus pointus », « plus difficilement accessibles », ou tendre au contraire vers une programmation plus audacieuse – l'un des rôles d'une salle de cinéma étant de montrer des objets peu visibles, voire invisibles ailleurs ? Faut-il continuer de défendre sporadiquement un cinéma de niche et se tourner majoritairement vers des films à fort potentiel commercial, ou à l'inverse envisager la salle comme l'un des derniers bastions où des films plus confidentiels peuvent être découverts ? « La pression du marché exige des objets commercialement viables »²⁷, écrit Jean-Louis Comolli, et « l'embarras du choix peut se traduire par le choix du moindre embarras possible. Soit le courant dominant, qui n'est jamais le plus fertile »²⁸. Programmer, c'est faire des choix. À ce titre, les documentaires « conçus pour les chaînes de télévision et financés par elles pourraient s'épargner des sorties en salles qui ne font qu'engorger le secteur »²⁹. Mais ces films, qui ont une facture davantage télévisuelle, tel *Woman* de Yann Arthus-Bertrand et Anastasia Mikova, sont en même temps souvent très porteurs ; donc, économiquement parlant, ils ont toute leur place en

²⁶ Entretien avec Régine Vial réalisé le 9 décembre 2020

²⁷ COMOLLI Jean-Louis, *Une certaine tendance du cinéma documentaire*, Ed. Verdier, coll. « La Petite Jaune », 2021, p. 37, *op. cit.*

²⁸ *Ibid.* p. 80

²⁹ COUTURIER Brice, « Cinéma : l'effet du numérique sur la distribution et l'exploitation en salle » dans « Les idées claires » sur *France Culture*, émission du 13 mai 2016, en ligne [<https://www.franceculture.fr/emissions/les-idees-claires/les-idees-claires-vendredi-13-mai-2016>]

salles. Ils sont là à la fois pour satisfaire à la diversité des goûts du public et engranger de la trésorerie. Toutefois, « la finalité du cinéma ne peut pas être seulement économique »³⁰, soutient Jean-Louis Comolli, et d'ailleurs l'économie d'une salle Art et Essai, comme Le Méliès de Saint-Étienne, « c'est 10 % des films qui financent les 90 autres »³¹, explique son directeur et programmateur Sylvain Pichon – tout en nuancant son affirmation au sens où l'explosion du nombre de copies sur les films porteurs entraîne une dilution des entrées qui fragilise l'économie des salles indépendantes. Néanmoins, pourquoi ne pas mener une politique de programmation plus audacieuse, en soutenant des films qu'on ne peut a priori voir nulle part ailleurs, sauf sur des plateformes comme Tènk ? C'est l'idée que l'on se fait du cinéma devant être montré qui est alors en jeu, de même que celle de la fonction de passeur de l'exploitant. Observons à présent les différentes manières d'exposer le documentaire en salles.

2. Des stratégies singulières et variées de programmation

De plus en plus d'exploitants mènent dans leur salle une politique d'animation dynamique et constante, ne pouvant plus se contenter – comme ce fut le cas par le passé – de mettre simplement le film à l'affiche et d'attendre que viennent les spectateurs. L'événementialisation devient dès lors essentielle, a fortiori autour du documentaire. La raison est double : d'un côté, ce cinéma – connoté plus âpre, plus « sérieux », comme nous l'avons vu plus haut – demande un enrobage particulier ; de l'autre, il se prête fréquemment au débat. Toutes les salles n'adoptent cependant pas la même stratégie de diffusion. Si certaines font le choix d'une programmation continue, d'autres optent pour des séances spéciales ou encore des rendez-vous réguliers. C'est le cas des Lobis à Blois, créés en 1977 et dirigés depuis fin 2015 par l'énergique Romain Prybilski. A son arrivée, la salle – qui faisait partie du groupe Cap'Cinéma – était en sommeil : « On réalisait 50 000 entrées par an, explique-t-il. J'avais envie de m'approprier le cinéma, de lui donner une nouvelle identité, mais la programmation était alors assurée par une autre personne du groupe, Vanessa Ode. C'était un peu compliqué en termes d'Art et Essai. Côté animation, les associations locales réservaient leurs créneaux de projection, mais il

³⁰ COMOLLI Jean-Louis, *Une certaine tendance du cinéma documentaire*, Ed. Verdier, coll. « La Petite Jaune », 2021, p. 62, *op. cit.*

³¹ Entretien avec Sylvain Pichon réalisé le 23 novembre 2020

n'y avait pas plus d'interaction que cela, pas assez de vie, pas de ligne directrice claire. »³² Lorsque le groupe Cap'Cinéma fut racheté en novembre 2017 par le réseau CGR, 22 salles furent vendues sur les 24 détenues jusqu'alors : les deux cinémas de Blois (le multiplexe et les Lobis) ne furent pas concernés par ce rachat, et devinrent indépendants. Romain Prybilski reprit alors la programmation, et la salle en fut métamorphosée. L'étymologie du verbe « animer » (« insuffler la vie » ou « donner une âme » en latin) trouva ici tout son sens au regard du nombre d'événements organisés : l'ambiance de fête, d'échanges et d'ouverture culturelle séduisit rapidement de nombreux spectateurs. La fréquentation du cinéma augmenta de manière continue, jusqu'à comptabiliser 76 300 entrées en 2019 (contre 69 000 en 2018), soit le meilleur score depuis l'an 2000. « En 2019, 85 animations furent organisées (goûters jeune public, avant-premières et cycles de patrimoine compris), dont une vingtaine de débats autour de documentaires, en présence du cinéaste ou d'une association. On était donc sur un rythme de deux ciné-rencontres par mois. Les soirées spéciales ont beaucoup de succès : ainsi, en mars 2019, *J'veux du soleil* a rempli les trois salles du cinéma malgré l'absence de François Ruffin qui avait annoncé sa venue. »³³ Créer ce genre de rendez-vous réguliers avec le public permet une fidélisation et un éclairage particulier sur ces films ; en témoigne le succès du ciné-rock du vendredi soir, dans le cadre duquel avait par exemple été projeté le documentaire *White Riot* de Rubika Shah, accompagné de clips de groupes de rock locaux en avant-séance – une manière là aussi joyeuse de « faire événement ».

À cet égard, l'ancrage territorial de la salle est essentiel pour nouer des partenariats locaux pouvant se révéler durables et très fructueux. En effet, l'exploitant ne peut et ne doit pas uniquement programmer selon ses goûts personnels, mais aussi tenir compte de cet ancrage afin de s'appuyer sur le tissu associatif local pour organiser des séances porteuses de sens et susceptibles d'intéresser un plus large public, pas forcément cinéphile. « La connaissance du territoire est très importante, affirme Romain Prybilski. Quand je suis arrivé à Blois, je ne connaissais personne. Mais j'ai rapidement sympathisé avec beaucoup de monde : je me suis rapproché de l'antenne locale d'Amnesty, du patron de la Biocoop, de la ressourcerie « Les Bonnes Manières », de l'association féministe blésoise, de militants syndicaux, etc. Ce sont des personnes-

³² Entretien avec Romain Prybilski réalisé le 25 novembre 2020

³³ *Ibid.*

ressources essentielles qu'il faut savoir mobiliser, en particulier sur le documentaire. »³⁴ Solliciter ces acteurs locaux – ou bien être à l'écoute de leurs demandes s'ils souhaitent organiser une séance autour d'un thème particulier –, c'est enrichir sa programmation d'autres regards, c'est offrir au public une proposition cinématographique variée. Aux Lobis, la cadence à laquelle sont organisées ces séances spéciales (en partenariat avec une association locale ou non) atteste d'un dynamisme rare lié à la personnalité du directeur-programmateur et à l'énergie qu'il déploie. « Nos ciné-débats sont des soirées uniques, suivies de quelques séances de rattrapage en programmation sèche, qui bénéficient de la communication mise au point pour la soirée-débat »³⁵, détaille Romain Prybilski. L'incarnation de la salle par celui ou celle qui la dirige, très chronophage au demeurant (accueil des invités, présentation de la séance, animation de l'échange post-projection, etc.) est primordiale : une salle désincarnée est une salle éteinte, et le documentaire – qui demande un soin particulier d'accompagnement – se déploie avec une vigueur redoublée lorsqu'il est amené au public de la sorte.



Fig.3. Flyers pour un ciné-rock et une ciné-rencontre aux Lobis
Source : www.blois-les-lobis.cap-cine.fr

³⁴ *Ibid.*

³⁵ *Ibid.*

D'autres nombreuses salles ont aussi une politique d'animation exemplaire. C'est le cas du Bourguet à Forcalquier, dans les Alpes-de-Haute-Provence, mono-écran dirigé depuis l'été 2016 par Fabien David, qui a souhaité dès son arrivée accorder une place de choix au cinéma documentaire et de patrimoine. Il connaissait l'appétence cinéphilique du public local et a rapidement senti qu'il pouvait proposer des œuvres plus exigeantes. Ainsi, la programmation de films documentaires y est d'une belle régularité : « Nous en programmons en moyenne un par semaine, qu'il s'agisse d'un film de Wang Bing, de Jean-Gabriel Périot, de Frederick Wiseman, de Vittorio De Seta ou encore de Sébastien Lifshitz, explique le directeur. Pour donner un aperçu chiffré, 51 documentaires furent programmés au Bourguet en 2017, et 54 en 2019. »³⁶ Ce rendez-vous hebdomadaire, organisé le jeudi soir, est devenu un vrai rituel pour le public : « Il y a un socle de spectateurs que l'on retrouve d'une soirée à l'autre, poursuit-il. Ce que j'adore faire, c'est proposer deux films documentaires avec un repas sur place en milieu de soirée, en guise d'entracte. Les jours suivants, j'organise au moins une séance de rattrapage – voire trois ou quatre, notamment en hiver où il est difficile pour certains spectateurs de se déplacer en voiture à la nuit tombée. On garde généralement les films à l'affiche pendant une semaine. Organiser ces séances spéciales en début de semaine cinématographique – le jeudi pour le documentaire, donc – permet aux films de bénéficier du bouche-à-oreille pour les deux ou trois séances ultérieures. »³⁷ La vitalité de la salle en termes d'animation se traduit par une fréquentation en hausse constante – et ce malgré une programmation de plus en plus « pointue ». En 2019, Le Bourguet a réalisé 34 325 entrées.

Outre ce rendez-vous régulier, des séances spéciales de films documentaires de patrimoine sont également organisées ponctuellement au Bourguet, comme un cycle Chris Marker au cours du premier semestre 2017 qui a réuni 347 spectateurs sur six séances, ou encore une soirée Jean Rouch plus récemment. Chaque fois, le pari est réussi et le public suit largement, signe qu'il faut aussi faire confiance au spectateur dans sa capacité à s'ouvrir à des cinématographies variées. De surcroît, dans la lignée du geste de programmation aux Lobis détaillée plus haut – à savoir le travail mené avec les acteurs associatifs locaux –, Fabien David a lui aussi appris à connaître le tissu associatif local et à être attentif aux goûts des spectateurs. « Au fil du temps, on a une

³⁶ Entretien avec Fabien David réalisé le 15 décembre 2020

³⁷ *Ibid.*

connaissance du public, des tranches d'âge, des goûts culturels, des gens les plus assidus, des réseaux militants »³⁸, explique-t-il. C'est ainsi qu'il a choisi de programmer le documentaire *White Riot* car il savait que le film plairait, beaucoup d'habitants ayant des liens étroits avec la musique. Le succès était quasiment garanti et la seule séance qui a pu être organisée (avant que ne soit mis en vigueur le deuxième confinement) a réuni près de 60 spectateurs, ce qui est remarquable. En outre, Fabien David sait que les Forcalquiérens, en plus d'être férus de musique, ont une sensibilité et un attrait particuliers pour la botanique et l'ethnobotanique (étude des relations entre l'Homme et les plantes). Cela l'a donc amené à organiser des séances spéciales intégrant ce thème, notamment en partenariat avec la librairie La Carline, située à quelques rues du cinéma et qui dispose d'un rayon entier consacré aux plantes. Fabien David a par exemple été contacté par une anthropologue avec qui il a organisé une séance début 2020, en partenariat avec le Syndicat des Simples, la Fédération des paysans herboristes et Agribio 04. « On avait trouvé un documentaire "à sujet", *Enquête des nouveaux herboristes* de Daniel Schlosser, détaille-t-il, et cela a donné lieu à une très belle séance, que l'on a mis un an à monter. On a réussi à mobiliser beaucoup de personnes (des jeunes paysans qui cultivent des plantes rares, des fabricants d'huiles essentielles, des herboristes, des producteurs de plantes sèches, etc.) et chacun a pris part à cette soirée. La patience joue souvent en notre faveur : la tension monte et la séance finit par réunir du monde, précisément car elle a pris du temps à s'organiser. »³⁹ De plus, poursuit-il, « ces soirées en partenariat avec des associations locales sont des occasions parfaites pour attirer des spectateurs plus occasionnels, qui sont d'autant plus difficiles à capter sur un film documentaire. Cela les incite à découvrir un film qu'ils ne seraient pas venus voir par eux-mêmes dans d'autres circonstances, tout en suscitant chez eux un vrai intérêt dans le cadre de leurs activités avec leur association. Ils en parlent autour d'eux, dans leurs réseaux amical, professionnel, et tout le monde est gagnant »⁴⁰. Ces initiatives démontrent l'importance de jouer des spécificités locales et régionales pour bâtir une programmation riche, variée et attirer un public diversifié.

Penchons-nous à présent sur Le Méliès de Saint-Étienne afin d'observer une autre pratique de diffusion du documentaire en salles. Comme ses confrères précédemment cités, le directeur et programmeur, Sylvain Pichon, défend une politique d'animation

³⁸ *Ibid.*

³⁹ *Ibid.*

⁴⁰ *Ibid.*

particulièrement soutenue autour du documentaire – avec une présence continue de ces films à l’affiche. Point capital : le programme au mois (via *La Gazette*, mise en place dès son arrivée, véritable clé de communication du cinéma) lui donne plus de temps pour les promouvoir – or, nous verrons qu’il s’agit là d’un facteur précieux pour travailler au mieux les sorties documentaires. Mais aujourd’hui, Sylvain Pichon souhaite repenser sa manière d’exposer ce cinéma, en ritualisant davantage les choses autour de rendez-vous spécifiques. « Le temps du *Cauchemar de Darwin*, d’*Être et avoir* ou de *La Vie moderne* [Raymond Depardon, 330 000 entrées, Ad Vitam] est déjà loin, explique-t-il. Bien que ce type de succès existe encore, ils sont aujourd’hui moins fréquents et les entrées liées au documentaire sont majoritairement très faibles. Le problème est qu’il existe un décalage entre l’enthousiasme exacerbé des distributeurs qui portent certains films, et la réalité des chiffres dans notre salle. Car hormis quelques films-événements, phénomènes spéciaux ou cas exceptionnels en termes de fréquentation – cas qui ne sont, par définition, pas prévisibles –, l’incidence économique des documentaires est mineure. Dès lors, comment peut-on travailler ces films ? Je songe à adapter la formule créée autour du patrimoine, en organisant en l’occurrence des week-ends thématiques afin de bâtir des temps de programmation particuliers, des moments qui soient à part. Ce serait sans doute plus efficace ainsi. Car les documentaires qui arrivent à sortir leur épingle du jeu sont tout de même rares. »⁴¹ En effet, dans une ville comme Saint-Étienne, nombreux sont ceux qui ne dépassent pas les 50 spectateurs sur quinze jours d’exploitation. Concentrer l’exposition d’un film sur un week-end empêcherait une trop grande dilution des entrées, tout en favorisant un élargissement de la cible. Séduit par tel film, le spectateur pourrait, à cette occasion, en découvrir un autre de manière inattendue, qu’il ne serait peut-être pas venu voir d’ordinaire : « Ce sont ces passerelles que l’on veut essayer de créer, afin que notre public prenne une sorte de “shoot de documentaires” et se laisse surprendre, plutôt que de perpétuellement programmer les films selon leur sujet »⁴², précise Sylvain Pichon. Au lieu de proposer seulement une éditorialisation spécifique autour du “Mois du doc” en novembre – un mois économiquement fort –, il souhaiterait ainsi organiser des week-ends documentaires tout au long de l’année, cela n’empêchant pas toutefois la programmation en continu de ce type de films. Ces événements seraient des moments festifs et conviviaux, l’idée étant de proposer un service de restauration sur place, mais

⁴¹ Entretien avec Sylvain Pichon réalisé le 23 novembre 2020, *op. cit.*

⁴² *Ibid.*

aussi des temps de débat, de rencontre, qui prendraient une forme différente de celle habituelle dans le cadre de soirées-débats – l'échange pourrait se dérouler dans le hall de manière plus informelle plutôt que dans la salle. « J'ai bien conscience toutefois que ça ne va pas être évident, ajoute Sylvain Pichon, car les week-ends sont nos jours les plus forts en termes de fréquentation. Donc cela nous demande de sortir de notre zone de confort et de nos facilités de programmation car, en soi, j'ai besoin de faire salle pleine le samedi soir à 20 heures autour d'un film porteur comme *Adieu les cons*, pour pouvoir diffuser un documentaire sur un autre créneau. Le problème majeur avec ce cinéma persiste : l'économie du "genre" est modeste. Quelques œuvres fonctionnent, mais un exploitant aura toujours plus intérêt à diffuser un film commercial. Malgré tout, il faut essayer d'équilibrer les choses différemment, oser renouveler les formes et les propositions, rendre notre public curieux, et jouer notre rôle de programmeur-prescripteur. Aucun film n'est a priori difficile à défendre en salles. Il faut simplement se souvenir de ce que nous sommes : des exploitants de cinéma qui organisons la rencontre entre des œuvres et des publics. »⁴³ Nous verrons également plus loin comment Sylvain Pichon remet en partie en question la logique de sortie nationale pour le documentaire, qui ne peut, à son sens, être complètement envisagé comme une sortie traditionnelle. Rappelons en outre que ces salles étudiées (Les Lobis, Le Bourguet et Le Méliès) ne constituent bien sûr que des exemples parmi d'autres : nombreuses sont celles qui mènent également un travail d'animation remarquable – du Star à Strasbourg au Ciné 32 à Auch, en passant par le Comoedia à Lyon, Le Méliès de Port-de-Bouc (Bouches-du-Rhône), Les Cinéastes au Mans ou encore les salles du réseau Utopia.

Pour clore ce focus sur les différentes stratégies de programmation du documentaire en salles, regardons de plus près le marché parisien et ses spécificités – marché de plus en plus soumis aux agressions de la concentration. Celui-ci est organisé par quartiers (Bastille, Montparnasse, Quartier latin, etc.), et la concurrence y est vive car tous veulent avoir accès à la totalité des films dits « désirables ». De plus, au sein de ces secteurs, toutes les salles veulent pouvoir disposer de l'intégralité de ces films porteurs. Le nombre exponentiel de copies ne laisse ainsi que peu de place aux autres films, dont les documentaires. Observons toutefois, pour commencer, les différents choix de programmation faits par les réseaux Pathé-Gaumont, UGC et MK2 sur ce « genre ». Peu de documentaires sont programmés dans le premier, si ce n'est des films à large

⁴³ *Ibid.*

audience, comme les films animaliers à grand spectacle. Ce circuit s'est même mis à en distribuer, comme *Océans* de Jacques Perrin et Jacques Cluzaud ou *La Vallée des loups* de Jean-Michel Bertrand (2016, 200 000 entrées). À l'inverse, le deuxième est un circuit qui parie beaucoup sur la diversité des films montrés. Très ouvert à l'Art et Essai, aux cinématographies de pays tiers ou plus confidentielles, il s'intéresse au documentaire depuis de longues années et a pris le parti de créer, en 2018, une case documentaire spécifique le vendredi à 20 heures : la case « UGC Docs ». Walid Zaïane, adjoint au directeur de la programmation chez UGC, explique pourquoi le circuit ne l'a pas créée plus tôt : « Nous nous heurtions au problème que ces films n'étaient distribués qu'en petit nombre et sur des petites combinaisons. C'est donc une idée qui est restée en jachère pendant un certain temps, jusqu'au moment où le nombre de documentaires distribués s'est accru. En effet, c'est sur ce "genre" que l'accroissement de l'offre s'est fait le plus sentir. Nous nous sommes donc lancés au moment où l'offre disponible nous permettait d'avoir enfin une programmation stable et continue, qui ne risquait pas d'être interrompue par un manque de films. Aujourd'hui, des documentaires sortent pratiquement chaque semaine, ce qui n'était pas le cas il y a cinq ou dix ans. Voilà pourquoi, courant 2018, nous avons démarré cette programmation et l'avons ouverte à un certain nombre de nos salles. Douze d'entre elles participent à l'opération : quatre à Paris, autant en périphérie et en province. [Par ailleurs], l'audience pour un documentaire étant plus étroite que pour une fiction, nous avons décidé que le meilleur dispositif était de proposer une soirée unique sur un beau créneau horaire, soit le vendredi à 20 heures. (...) C'est un pari, mais il s'agit avant tout de donner la possibilité de voir ces films sur un grand et bel écran. À l'origine, nous sommes une équipe de cinéphiles qui aimons le documentaire et pensons qu'il fait partie intégrante des propositions de cinéma. Nous avons toujours envie d'offrir un espace à ces œuvres, indépendamment de leur succès commercial. Nous cherchons évidemment les films "locomotives", mais nous ne craignons pas d'avoir de plus petites audiences sur d'autres propositions. (...) En dehors de cette case, nous programmons aussi des documentaires de manière classique. Pour citer un exemple récent, nous avons exploité *Honeyland* distribué par KMBO, un magnifique film macédonien sur une apicultrice très particulière. Nous l'avons trouvé si beau que nous avons décidé de l'exploiter de manière standard avant de le programmer en "UGC Docs". Les films que nous

réservons pour cette case sont ceux qui n'ont pas le potentiel pour une programmation classique. »⁴⁴ Ainsi, le regard porté sur le documentaire a sensiblement évolué au sein du circuit UGC au cours de la dernière décennie. C'est ce dont témoigne aussi Antoine Cabot, ancien directeur de l'UGC Ciné Cité Les Halles (du début des années 2000 à 2018), qui a donc vécu cette évolution de l'intérieur, au fil de ces quinze années passées à la tête du plus grand cinéma d'Europe. « Lorsque j'étais directeur de l'UGC des Halles, au début des années 2000, raconte-t-il, nous programmions occasionnellement des documentaires. Et à partir de 2010, il y a eu systématiquement un documentaire à l'affiche, voire en plein programme. Ce qui a légitimé ce changement, c'est que nous avons changé d'optique : ce cinéma n'était plus vu comme visant une cible, mais plutôt comme pouvant l'élargir – à l'instar de l'ensemble des films programmés. L'un des plus beaux exemples est *Sugar Man* de Malik Bendjelloul sur le chanteur Sixto Rodriguez [ARP Sélection, 2012, 210 000 entrées], traité comme un film de fiction dans sa construction et sa présentation. Il est allé bien au-delà de sa cible, qui aurait pu être seulement musicale ou sur le prisme “découverte de l'artiste”. Nous l'avons gardé treize semaines en exclusivité sur Paris, puis il a poursuivi sa carrière sur sept autres salles parisiennes. Lorsque nous avons changé notre angle de vue sur le documentaire, nous avons commencé à en programmer plus. Pour autant, il y a toujours ce réflexe de tous les exploitants de se demander : qu'est-ce qui fonctionne dans ma salle ? Par définition, ils se positionneront sur “ce qui marche”. »⁴⁵ « La première typologie de films qui séduisent les exploitants, poursuit-il, sont les documentaires sociétaux (Depardon, Otero, etc.) qui captent l'attention du spectateur, fonctionnent en salles et rassemblent assez facilement (l'accroche franco-française est primordiale). La seconde typologie, ce sont les documentaires centrés sur un personnage : ils fédèrent autour d'une certaine empathie, comme ce fut le cas pour *Sugar Man* ou *À la recherche de Vivian Maier* de John Maloof [Happiness Distribution, 2013, 90 000 entrées]. Le documentaire a certes une mission événementielle et d'animation sur certaines salles (notamment les cinémas indépendants), mais sa vocation est aussi d'élargir sa cible pour essayer d'attirer un public plus large. »⁴⁶ Rappelons à cet égard qu'un circuit n'a pas d'obligations en termes de diffusion Art et Essai. Libre ainsi au programmateur d'alimenter, s'il le

⁴⁴ Entretien avec Walid Zaïane réalisé le 5 janvier 2021, *op.cit.*

⁴⁵ *Ibid.*

⁴⁶ Table-ronde « Les enjeux du financement et de la sortie en salles des documentaires cinématographiques », webinaire dans le cadre de la Semaine des Arts & Médias, Université Sorbonne Nouvelle, 8 mars 2021, en ligne [<https://nouvelnormalite.artsetmedias.fr/>] *op. cit.*

souhaite, sa case documentaire avec des choix personnels qui donnent une identité à ses salles.

Le travail fait par MK2 autour du « genre » témoigne d'un soutien plus continu, sans qu'il soit revendiqué sous la forme d'un « ciné-doc » comme le fait UGC. Bertrand Roger, directeur de la programmation du réseau MK2, en explique la raison : « En réalité, il y a tout le temps au moins un documentaire à l'affiche chez MK2, que ce soit à Beaubourg, à Bibliothèque-François-Mitterrand ou sur les quais à Jaurès. Nous traitons ce cinéma comme un élément continu de notre programmation, plutôt qu'un micro-événement. Il nous semble important de mettre en permanence ce type de films à disposition des spectateurs, donc nous n'avons pas véritablement besoin de créer une plage spécifique un soir de la semaine. Cela ne nous empêche pas, en parallèle, d'organiser plusieurs cycles documentaires dans l'année, et nous participons à différents événements comme le Cinéma du réel ou le festival Chéries-Chéris que nous accueillons entre nos murs. »⁴⁷ « Nous sommes attentifs aux films centrés sur des sujets d'actualité comme l'écologie, la politique, les mouvements actuels qui interrogent la société tel "Me too", poursuit-il, et nous avons une certaine fidélité à des thématiques et des auteurs, comme Yolande Zauberman pour *M*. [À cet égard], nous raisonnons bien sûr parfois en termes de publics cibles. Si nous sommes implantés dans un quartier où sont présentes des communautés gay ou juive, nous allons en tenir compte, car cela fait partie de notre métier : il y a beaucoup de sociologie dans la programmation. Je suis également attaché aux documentaires "borderlines", c'est-à-dire travaillés par leurs excès, leurs limites ou leurs frontières. J'aime ainsi le cinéma d'Angela Schanelec – son mode narratif et ses cadres sont incroyables. Son travail n'est pas forcément documentaire, loin de là, mais c'est une fiction très documentarisée, et ses films ont des allures de documentaire. »⁴⁸ Le réseau MK2 fait ainsi preuve d'une approche exigeante sur le cinéma documentaire via une programmation puissante, continue et soutenue. « Bien sûr, les entrées sont importantes, mais c'est d'abord le geste de programmation, de singularité qui compte. Si le film est d'une certaine rareté ou d'une puissance incontournable, peu importe le nombre d'entrées réalisé : il doit être partagé pour l'émotion cinématographique qu'il suscite »⁴⁹, précise Bertrand Roger. Toutefois, on retrouve autant chez UGC que chez MK2 un fort attachement au cinéma d'auteur.

⁴⁷ Entretien avec Bertrand Roger réalisé le 9 février 2021

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ *Ibid.*

Ainsi, *Adolescentes* fut sorti en tandem sur les deux réseaux : « Au départ, nous étions seuls sur tous les quartiers parisiens, puis d'autres exploitants ont demandé à avoir accès au film. Au regard du contexte dans lequel nous étions, il était compliqué de dire au distributeur Ad Vitam que nous nous y opposions. C'est important de se démarquer par sa singularité mais, ce que veut un programmeur, c'est avoir accès aux films qu'il aime : ce n'est pas priver l'autre et l'empêcher d'accéder à telle copie. La programmation et la notion d'exclusivité ont beaucoup évolué en vingt ans »⁵⁰, conclut Bertrand Roger.

Arrêtons-nous quelques instants sur ce concept d'exclusivité qui contraint certaines grilles de programmation, comme celle du Louxor : « Nous ne faisons pas de multiprogrammation⁵¹, explique le directeur de la salle, Emmanuel Papillon. Nous sortons les films plein-écran, ce qui est vrai pour les fictions comme pour les documentaires. Tout cela a des conséquences sur la programmation et le choix des films puisque nous sommes sur du plein-programme. Ceux que nous sortons sur cinq séances par jour, ce sont les grandes signatures type Mariana Otero, Frederick Wiseman, Claire Simon ou encore Nicolas Philibert. Ce sont des cinéastes repérés, liés à des solides structures de distribution qui fournissent un travail de marketing et de médiatisation suffisant, voire important. Malgré cela, [nous nous lançons parfois dans des aventures audacieuses, comme lorsque] nous avons programmé *Des figues en avril* de Nadir Dendoune, qui a connu une carrière atypique avec une exploitation sur une année entière (1 715 entrées sur 33 séances en 2018, avec la présence quasi systématique du réalisateur). Nous organisons également la reprise des films de l'Acid. [Néanmoins,] la diffusion du documentaire dans les salles d'exclusivité parisiennes comme la nôtre serait beaucoup plus simple si nous pouvions pratiquer la multiprogrammation. Certes, un documentaire peut tout à fait bénéficier d'une sortie salle classique, mais je pense que le volume de quatre ou cinq séances par jour est parfois trop important. Il y a toutefois des exceptions, et il nous arrive de diffuser des documentaires sur des séances uniques, ou des séances spéciales. »⁵² « Cependant, pour moi le cinéma est une entité générale, poursuit Emmanuel Papillon, donc toutes ces cases – fiction, documentaire, animation, etc. – m'embêtent un peu. Quand je vois un film, je ne cloisonne pas les choses. *Histoire d'un regard* est un grand film, tout court. Mais il est vrai que nous

⁵⁰ *Ibid.*

⁵¹ Diffusion de plusieurs films sur un même écran

⁵² Entretien avec Bertrand Roger réalisé le 9 février 2021, *op. cit.*

intégrons l'appréhension du public dans la programmation. Je pense que nous ne diffusons pas assez de documentaires, notamment à cause de cette contrainte du plein-programme. Nous aimerions sortir des films en nationale en multiprogrammation, mais le blocage vient des distributeurs. Tous devraient l'accepter, y compris les majors américaines [très gourmandes en nombre de séances]. Si nous n'étions plus sur ce schéma du plein-programme, le documentaire aurait forcément une plus grande place dans notre salle. Avec trois écrans, nous pourrions en programmer davantage. [Par ailleurs,] je réfléchis à la création d'une case documentaire le samedi matin – la seule case libre restante. L'idée serait de mener une médiation autour du réalisateur qui viendrait présenter son film. J'avais par exemple songé au film *Plogoff, des pierres contre des fusils* de Nicole Le Garrec, présenté à Cannes Classics, qui m'avait été proposé par le distributeur Next Film Distribution [des habitants d'un village breton se mobilisent contre l'implantation d'une centrale nucléaire]. Mais le Covid a empêché le lancement de ce dispositif. Je ne pense pas pour autant qu'il faut cantonner le documentaire à une case codée : il faut continuer de défendre ces films en plein-programme. Mais cette case permettra au public de découvrir un autre type d'œuvres, fortes et particulières »⁵³, affirme Emmanuel Papillon. Ainsi, lever cette contrainte du plein-programme dans les salles indépendantes parisiennes (L'Arlequin, le Cinéma des cinéastes, Le Balzac, etc.) permettrait d'augmenter la part de marché du documentaire dans les entrées parisiennes. Mais cela nécessite une concertation globale des professionnels du secteur, et probablement une intervention des instances politiques. Nous allons toutefois voir que, parmi les freins à la programmation du documentaire en salles, certaines comme le Louxor ont de telles contraintes économiques que le documentaire s'en trouve souvent sacrifié, par nécessité de rentabilité et d'équilibre financier.

⁵³ Entretien avec Emmanuel Papillon réalisé le 16 décembre 2020

3. Enjeux et difficultés structurelles liés à la programmation de documentaires cinématographiques

La programmation de films documentaires en salles se heurte à certains problèmes d'exploitation. Commençons par les effets qu'a eus la bascule numérique vers les années 2010, entraînant la disparition des bobines – considérable rupture technologique – et l'équipement massif des salles en projecteurs numériques. Certains de ces effets furent néfastes, d'autres vertueux. Ainsi, avant ce bouleversement majeur, les tirages de copies en pellicule étaient très onéreux et alourdissaient considérablement les budgets de sorties de films. Le prix moyen du tirage d'une copie 35 mm pour un film d'une durée standard s'élevait à 800 €, et les coûts supplémentaires liés au sous-titrage et à la durée du film pouvaient faire monter le prix de la copie à 2 000 €. Ainsi, Éric Vicente, ancien directeur de la distribution chez Sophie Dulac, explique que les copies de *La Danse, le ballet de l'Opéra de Paris* de Wiseman (2009, 2 h 38) coûtaient environ 1 200 €. « On avait du mal à laisser une copie à un exploitant qui faisait seulement une séance le dimanche matin, raconte-t-il. Mobiliser une copie pour une projection unique était difficilement envisageable. Alors que maintenant, avec le numérique, c'est beaucoup plus facile. On n'est plus limité par le support physique. »⁵⁴ Sachant qu'aujourd'hui un DCP et sa KDM coûtent une centaine d'euros seulement, la différence est notoire, et cela permet d'exploiter les films sur une durée plus longue : il est plus facile de garder un film sur un petit nombre de séances, ou même à une séance par semaine, car on n'immobilise plus de copies argentiques. Le DCP est téléchargé et peut ensuite circuler vers une autre salle. Ainsi, « *Des abeilles et des hommes* de Markus Imhoof, sorti en 2013, a réalisé 150 000 entrées dont environ 80 % d'entre elles sur des séances uniques, détaille Étienne Ollagnier. Sur certains types de documentaires, on arrive à rencontrer un succès en négociant peu de séances, et donc en occupant peu le terrain »⁵⁵. Le temps long est un critère essentiel à la vie d'un documentaire en salles. En effet, si les films tous genres confondus réalisent les trois-quarts de leurs entrées en trois semaines, il n'en va pas de même pour les documentaires qui, eux, réalisent « 90 % de leurs entrées sur quatorze semaines. Plus les films bénéficient d'une large combinaison de sorties, plus la concentration de leurs entrées sur les premières semaines

⁵⁴ Entretien avec Éric Vicente réalisé le 21 mars 2021

⁵⁵ Entretien avec Étienne Ollagnier réalisé le 3 décembre 2020

est forte ». ⁵⁶ Or, nous avons vu plus haut que les documentaires sortaient en moyenne dans 22 établissements (contre 140 pour les films tous genres confondus) : l'étalement de leurs entrées dans le temps, dont dépend fortement leur succès en salles, est donc plus important. Ainsi, « le succès de *Sugar Man* s'est étalé sur six mois, ce qui est considérable, explique François Aymé, président de l'AFCAE (Association française des cinémas d'art et d'essai). Outre la qualité du film, ceci est lié au numérique et grâce au fait qu'un grand nombre de salles, y compris des multiplexes, ont pu garder le film sur quelques séances » ⁵⁷. Même chose pour *Tous au Larzac* de Christian Rouaud, sorti par Ad Vitam en 2011. « La soirée chiffres reste un mauvais souvenir, raconte le réalisateur. Le démarrage à Paris était mauvais, c'était une catastrophe. Et pourtant, le film a réalisé 175 000 entrées sur quinze semaines, et 210 000 à l'arrivée. » ⁵⁸ Quant au *Cauchemar de Darwin* – qui a attiré, pour rappel, 370 000 spectateurs en salles –, « moins d'un dixième des entrées a été effectué la première semaine ». ⁵⁹ Par ailleurs, outre le fait de permettre d'exploiter un film plus longtemps, le passage au numérique a contribué à une plus grande flexibilité de programmation : les documentaires peuvent davantage être positionnés sur des créneaux horaires particuliers, en complément d'un autre film – sous réserve que la salle puisse pratiquer la multiprogrammation, sans être contrainte par l'exclusivité et le plein-programme, comme détaillé précédemment. Le numérique a permis plus de souplesse chez les exploitants dans la construction de leurs grilles horaires. En outre, cette exploitation sur un temps plus long favorise le bouche-à-oreille, donc l'élargissement du public. Ainsi, d'un démarrage modeste, le documentaire peut voir sa cible s'agrandir, et finir par toucher un plus grand nombre de spectateurs qu'espéré. Ce fut le cas du film écologiste *Demain* de Mélanie Laurent et Cyril Dion qui, « d'un début timide lors de sa sortie en salles, a progressivement gagné en popularité grâce à un bouche-à-oreille efficace. “En moyenne, un film fait au final deux à trois fois le nombre de spectateurs de sa première semaine. Avec *Demain*, on va passer de 58 000 à 1,1 million. C'est vingt fois plus. Je n'ai jamais vu ça”, confiait en

⁵⁶ CHARLES Astrid, « Une salle dédiée au cinéma documentaire : du bon usage de la spécialisation en faveur de la diversité culturelle », mémoire de fin d'études Fémis, 2015, p. 21

⁵⁷ Table ronde « Le grand écran: chance ou ghetto pour le documentaire? », La Scam, 2013, en ligne [<https://www.dailymotion.com/video/x165cnb>] consulté le 5 novembre 2020, *op. cit.*

⁵⁸ *Ibid.*

⁵⁹ VULSER Nicole, « Le documentaire gagne les salles », *Le Monde*, 3 janvier 2006, *op. cit.*

avril [2016] au *Monde* Stéphane Célérier, le président-directeur général de Mars, qui distribue le film. »⁶⁰

1 MILLION DE SPECTATEURS!



APRÈS **23 SEMAINES D'EXPLOITATION**
LE FILM *DEMAIN* A RASSEMBLÉ **1 MILLION DE SPECTATEURS**
ET EST TOUJOURS À L’AFFICHE DANS **104 SALLES DE CINÉMA.**

DEMAIN

UN FILM DE
CYRIL DION ET MÉLANIE LAURENT

DEMAIN-LEFILM.COM /DEMAIN_LEFILM @DEMAIN_LEFILM

ACTUELLEMENT AU CINÉMA

Fig.4. Visuel pour célébrer le succès du film *Demain*
Source : compte Twitter du film

Néanmoins, ces effets positifs liés à l'avènement du numérique sont contrebalancés par d'autres qui nuisent à la vie des documentaires en salles. En effet, la nécessaire exploitation sur un temps long, évoquée plus haut, est compromise par l'évolution du marché. La rotation accélérée des sorties – conséquence directe du déploiement numérique – porte préjudice à la visibilité et à la durée de vie des films moins porteurs, dont font largement partie les documentaires. Ils sont plus rapidement évincés des écrans et ont donc moins de temps qu'auparavant pour trouver leur public. De plus, le nombre de copies déployées sur les films porteurs a explosé avec le numérique : les distributeurs font ainsi leurs entrées en moins de temps, mais sur un plus grand nombre de salles. On est donc passé d'une exploitation extensive à une exploitation intensive. En ce sens, le passage au numérique n'a pas favorisé la diversité : nous sommes désormais

⁶⁰ « Le film “Demain” a dépassé le million de spectateurs », *Le Monde*, 7 mai 2016

dans une logique de flux. En outre, cette rotation accrue des films oblige les distributeurs à augmenter leur budget de promotion, mais le documentaire ne dispose pas de ces armes. En effet, « la majorité [de ces films ne bénéficient] pas d'une campagne d'affichage conséquente »⁶¹. Les chiffres sont parlants : « la moitié des documentaires distribués en salles en 2013 n'ont fait l'objet d'aucune publicité »⁶² et, « parmi les 118 sortis en 2016, 56 [seulement ont bénéficié] d'une campagne publicitaire sur au moins un des cinq grands médias »⁶³ (affichage, cinéma, presse, radio, télévision), soit moins de la moitié. « Globalement, plus le nombre d'établissements en première semaine est élevé, plus la dépense publicitaire est importante. »⁶⁴ Quant à la crise que nous traversons, elle a entraîné l'assouplissement et la compression de la chronologie des médias – très favorable aux plateformes –, ce qui risque de ne pas être sans effet sur l'exploitation des documentaires en salles.

Voyons maintenant quelles difficultés présente la programmation de films documentaires face à certaines pratiques non vertueuses des exploitants et des distributeurs. Pour commencer, l'imposition du plein-écran par certains d'entre eux, et le conflit intempestif de copies sur les quartiers parisiens stratégiques, ou autres zones de chalandise, nuisent à une diversité de l'offre et à une meilleure diffusion du documentaire en salles. Car si, en province, le plein-programme peut se définir par une attribution au film de trois séances par jour, il en va autrement à Paris où cela avoisine davantage les cinq, voire six séances quotidiennes. Peut-être est-ce là un modèle auquel il va falloir mettre fin. « Le problème en documentaire aujourd'hui, c'est qu'à l'exception de Paris, négocier plus d'une séance par jour relève presque du blockbuster, explique Mathieu Berthon. J'exagère un peu, mais nous ne sommes pas si loin de la réalité. Nous sommes donc très vite limités en termes de perspective. »⁶⁵ Une régulation semble dès lors nécessaire, d'autant que les distributeurs qui imposent le plein-programme sur certains titres ne récoltent pas nécessairement beaucoup plus d'entrées qu'avec des films documentaires prétendus « de niche », programmés de manière plus sobre et réfléchi. Les chiffres Cinézap doivent être, à ce titre, regardés de plus près, en particulier le nombre d'entrées par séances, afin de mieux évaluer la

⁶¹ CHARLES Astrid, « Une salle dédiée au cinéma documentaire : du bon usage de la spécialisation en faveur de la diversité culturelle », mémoire de fin d'études Fémis, 2015, *op. cit.*, p. 39

⁶² *Ibid.*, p. 31

⁶³ Les études du CNC, *Le marché du documentaire en 2016*, juin 2017, p.24

⁶⁴ CHARLES Astrid, « Une salle dédiée au cinéma documentaire : du bon usage de la spécialisation en faveur de la diversité culturelle », mémoire de fin d'études Fémis, 2015, *op. cit.*, p. 21

⁶⁵ Entretien avec Mathieu Berthon réalisé le 1^{er} février 2021, *op. cit.*

pertinence d'un si grand volume sur certaines sorties, frôlant parfois l'excès. Ne faudrait-il pas plaider, par exemple, pour la mise en place de la multiprogrammation à une plus large échelle, afin d'éviter la surexposition de certains films au détriment d'autres ? Un équilibre plus harmonieux reste sans doute à trouver, en passant notamment par la voie du CNC, afin de laisser à des films de plus petite envergure la place et le temps nécessaires pour exister auprès du public.

La multidiffusion⁶⁶ entrave également l'exposition du documentaire en salles. Si elle est surtout pratiquée dans les circuits – qui ne sont, de toute évidence, pas les meilleurs réceptacles pour ce cinéma –, elle n'en reste pas moins problématique au vu des proportions sidérantes dans lesquelles sont diffusés certains films. Certes, ce sont généralement des titres demandés et désirés par les spectateurs, mais cela ne justifie en rien une exposition si massive. Le critère de la rentabilité économique ne peut être le seul valable. Quid de la diversité culturelle, faisant le sel du modèle français tant vanté à l'international ? « L'économie même de la culture veut que nous nous placions dans une politique de l'offre, et non de la demande, défend Mathieu Berthon. Rares sont les documentaires attendus par le public. Et les exploitants non plus ne nous attendent pas particulièrement à cet endroit-là pour gagner de l'argent. Il faut donc réinstaurer une politique de l'offre, car plus celle-ci sera décuplée, plus grande sera l'appétence pour les films. »⁶⁷ Or, la violence du marché est aujourd'hui telle, que certains titres sont chassés des écrans au bout d'une semaine, malgré de bons résultats sur les premiers jours d'exploitation, et cela sous prétexte qu'il faut des séances de renfort pour les films porteurs. Cette situation n'est plus tenable d'autant que, de manière globale, les distributeurs ne sont pas particulièrement gourmands en nombre de séances pour le documentaire : l'idée est plutôt, à nouveau, de tenir les films sur la durée, ou de resserrer le nombre de séances de manière stratégique. À Marseille, Mathieu Berthon préfère ainsi sortir ses films à La Baleine (mono-écran situé sur le très fréquenté cours Julien) bien qu'il ne rivalise pas avec Le César ou Les Variétés en termes de volume de séances octroyées. Mais ce chaleureux ciné-bistrot parvient souvent à réunir plus de spectateurs sur une même durée d'exploitation malgré un nombre restreint de séances, en offrant aux œuvres un écrin spécifique – notamment par la convivialité propre au lieu. « Je ne demande pas à ce qu'il y ait des séances, plaide Mathieu Berthon, je

⁶⁶ Diffusion d'un même film sur plusieurs écrans d'une même salle

⁶⁷ Entretien avec Mathieu Berthon réalisé le 1^{er} février 2021

demande à ce qu'il y ait des spectateurs. Certes, ces deux données sont souvent liées, mais il n'y a pas que cela. Et puis avec le documentaire, on sait qu'on ne perd pas 50 % des entrées entre la première et la deuxième semaine d'exploitation. Cela arrive très rarement : on est beaucoup plus stables que les autres films. Mais le danger sur le documentaire, c'est de nous proposer une séance unique. On nous renvoie souvent à cela, mais il ne faut pas lâcher. Ce n'est pas vrai que le film n'attirera plus aucun spectateur derrière la soirée-débat. Il faut savoir lire les chiffres, et le vrai chiffre à observer, c'est la moyenne d'entrées par séance, qui n'est pas assez prise en compte : on ne regarde que les valeurs absolues. »⁶⁸



Fig.5. Le ciné-bistrot La Baleine à Marseille
Source : www.madeinmarseille.net

Penchons-nous à présent sur les limites de l'événementialisation. En effet, comme nous l'avons déjà souligné, elle est essentielle à la vie d'un documentaire en salles, lui qui « trouve sa cohérence dans une forme particulière d'exploitation, avec un travail fin du distributeur et de l'exploitant »⁶⁹, selon les mots de l'ancien directeur du cinéma au CNC, Olivier Wotling. Nous reviendrons plus loin sur cet aspect incontournable, qui passe notamment par l'accompagnement associatif des documentaires. Mais regardons de plus près comment sont perçues les contraintes de l'événementiel par les professionnels. Outre les problèmes déjà évoqués de rotation des sorties et de la nécessité d'un travail d'exploitation sur la durée – de plus en plus difficile à mettre en place –, les salles sont aujourd'hui énormément sollicitées, et le caractère chronophage

⁶⁸ *Ibid.*

⁶⁹ Table ronde « Le grand écran: chance ou ghetto pour le documentaire? », La Scam, 2013, en ligne [<https://www.dailymotion.com/video/x165cnb>] consulté le 5 novembre 2020, *op. cit.*

du travail d'accompagnement que demande un film documentaire peut être dissuasif pour l'exploitant (qui doit, en parallèle de son travail de programmation, gérer tous les problèmes plus prosaïques liés à la gestion quotidienne de l'établissement). L'événementiel – qui entraîne en plus des coûts supplémentaires (frais de transport, de bouche, de nuitée pour l'intervenant invité, qu'il faut aller chercher et raccompagner à la gare, etc.) – est parfois vu comme un pensum pour l'exploitant, en particulier en province. Certes, le distributeur peut mettre à disposition certains outils et ressources, en lui fournissant un kit de projection « clés en main » ou en l'aidant à trouver un intervenant pour le ciné-débat – demande d'ailleurs formulée par de nombreuses salles qui ont peu de temps à dédier à l'organisation de ce type de séances. C'est le cas à Paris, où il arrive fréquemment que ce travail soit mené par le distributeur lui-même, seul. À l'inverse, en province, il est davantage pris en charge conjointement par ce dernier et l'exploitant local. Mais que le distributeur l'épaule de manière totale ou partielle, la charge de travail à mener sur place reste malgré tout considérable. Accueillir ce type de projections-débats demande du temps – pour la préparation, la promotion et l'animation de la séance – mais aussi d'importants moyens humains, dont ne dispose pas toujours la salle. En effet, peu de cinémas ont un poste d'animateur, dédié à l'accompagnement des films et la recherche de réseaux associatifs. En 2017, soixante seulement ont été créés sur l'ensemble du territoire, ce déploiement ne concernant que 200 salles.⁷⁰ Ainsi, il n'y a, pour le moment, aucun médiateur culturel en Île-de-France. On en compte un dans la Creuse, un en région Provence-Alpes-Côte d'Azur et trois en région Centre. Ce manque flagrant révèle ainsi de fortes disparités régionales, et l'implantation de ces postes reste insuffisante et hétérogène. « Même s'il est très plaisant de partager un film qu'on a aimé avec nos spectateurs, on ne peut pas être au four et au moulin, explique le directeur du Méliès de Saint-Étienne, Sylvain Pichon. Il faut mieux s'organiser. Au-delà des salariés chargés du “jeune public”, on a besoin d'animateurs qui puissent aussi être des personnes-relais avec toutes les associations locales. Or, je n'ai personne qui a cette casquette dans l'équipe. (...) On a monté un dossier auprès de la région Rhône-Alpes en vue d'obtenir une aide pour un poste d'animateur “jeune public”. On a réussi à obtenir la moitié de l'enveloppe demandée : ça ne va pas nous permettre d'embaucher un temps-plein, car on ne pourra pas compléter avec notre trésorerie au regard de la situation actuelle. Mais il est certain que ce poste va permettre de travailler des choses

⁷⁰ Table ronde « Animations : le volet incontournable ? », en partenariat avec l'AFCAE et Boxoffice Pro, 6 avril 2021, en ligne [https://www.youtube.com/watch?v=H9Xe1gn_Qkk]

autour du documentaire. »⁷¹ Si l'animation en salles est si importante – pas uniquement autour de ce « genre » –, pourquoi si peu de postes de médiateurs sont-ils créés, alors qu'ils seraient pourtant des maillons essentiels au sein des équipes ? « C'est une volonté politique de la région, explique Chloé Deleforge, médiatrice en Nouvelle-Aquitaine. Cela fait longtemps, par exemple, que les CIBFC [Cinéma indépendants de Bourgogne-Franche-Comté] cherchent à montrer à la région l'importance de ces postes, mais il n'y a pas de financement. Il faut convaincre les élus, faire pression sur les associations territoriales pour que le maillage s'intensifie. Et surtout, il faut mutualiser ces postes : un médiateur culturel peut intervenir dans plusieurs salles. »⁷² Si l'AFCAE travaille d'arrache-pied avec le CNC pour imposer aux régions ces postes de médiateurs, le problème de leur financement et de leur pérennisation persiste. Une réflexion approfondie de la part des institutions concernant leur statut doit par ailleurs être menée (fiches de postes, reconnaissance salariale, etc.). Ainsi, pour alléger la charge de travail du directeur-programmateur, mais aussi favoriser l'ancrage géographique de la salle et ses liens avec le tissu associatif local, multiplier ces postes de médiateurs semble primordial. En outre, parmi les autres raisons de la frilosité des exploitants à s'engager plus avant sur le documentaire, la relative rentabilité de ces séances (au regard de l'investissement financier et humain) n'est pas non plus là un facteur incitatif. À nouveau, la mutualisation est le maître-mot, notamment pour les frais liés à la tournée d'un cinéaste. Car si envoyer un réalisateur en région demande un investissement financier du distributeur (qui ne sera d'ailleurs peut-être pas amorti par les entrées), la salle aussi doit supporter certains coûts. Mais si plusieurs cinémas accueillent un cinéaste lors d'une tournée régionale, ces frais peuvent être répartis plus équitablement entre tous. L'adhésion à certaines associations comme l'Acid (Association du cinéma indépendant pour sa diffusion) ou le GNCR (Groupement national des cinémas de recherche) peut en outre permettre d'alléger ces frais, avec par exemple la prise en charge du déplacement des équipes.

Voyons à présent les effets pervers que peut avoir l'importantisation sur la programmation du documentaire en salles. En effet, on a beaucoup – sans doute trop – associé le documentaire à l'idée du « film à sujet », ce qui participe à l'enfermer dans la case du « film à débat ». Cette vision cloisonnée impacte les négociations avec

⁷¹ Entretien avec Sylvain Pichon réalisé le 23 novembre 2020, *op. cit.*

⁷² *Ibid.*

les exploitants, souvent réticents à l'idée d'exposer les documentaires de manière classique en séances « sèches » – là où la question ne se pose pas en fiction. Ils voient ce cinéma « comme l'alliance d'un film avec une rencontre »⁷³, explique la distributrice Violaine Harchin, la séance-débat devenant de plus en plus une condition *sine qua non* à la programmation de ces films, bien qu'elle puisse être lourde à mettre en place. S'il n'existe pas de débat facile à organiser, la sortie en salles est beaucoup plus périlleuse. « Le cinéma devient un lieu d'événementiel, s'insurge le directeur du cinéma Le Méliès à Port-de-Bouc, Emmanuel Vigne. Cette logique des soirées est poussée à l'absurde et on en vient à créer une cinématographie à sujets, au risque d'oublier la forme. »⁷⁴ Très rares, en effet, sont les documentaires distribués en pleine programmation, à l'instar des fictions, même sur des sujets de société. « C'est aussi lié au comportement des spectateurs qui vont voir du documentaire pour participer à un moment de débat. Sur des films comme *Cendres* de Mélanie Pavy et Idrissa Guiro [2 300 entrées, Docks 66, 2013], qui propose davantage un récit intime qu'une thématique sociale, nous avons moins de leviers pour le faire vivre en distribution. »⁷⁵ Ainsi, dès que l'on quitte le schéma d'exploitation événementiel – et donc la manière d'accompagner le film autour de son sujet –, les choses se compliquent. Doit-on y voir une manière de ne pas considérer ces œuvres comme des films à part entière ? Les plans de sortie des documentaires sont ainsi souvent ponctués de séances uniques ici et là, sans qu'il y ait de continuation ou peu s'en faut. Le manque de confiance des exploitants dans le potentiel commercial du film – mêlé aussi à une certaine lucidité et connaissance des chiffres – les pousse peut-être à décréter trop vite qu'il n'intéressera pas leur public local au-delà d'une seule projection. Toutefois, il est vrai qu'une séance unique bien travaillée sera toujours plus lucrative et profitable qu'une exploitation distendue qui risque de diluer le public et de moins mettre en valeur le film. Ainsi, *Les Équilibristes* de Perrine Michel a fait salle comble en octobre 2020 au Majestic de Montmorillon en Nouvelle-Aquitaine, à l'occasion d'une soirée spéciale autour de la question des soins palliatifs, alors que son exploitation « traditionnelle » fut catastrophique. Mais si opter pour une addition de ciné-débats constitue une stratégie de distribution,

⁷³ BOLE Nicolas, « Violaine Harchin : De quoi le métier de distributrice de documentaires est-il le nom ? », *Le Blog documentaire*, 16 juin 2017

⁷⁴ Table ronde « Une saison de documentaires en salle de cinéma : Quelles pratiques pour quels films? », en partenariat avec l'Acid et Documentaire sur grand écran, 19 mars 2019, en ligne [<https://www.cinemadureel.org/actualite/compte-rendu-de-la-matinale-une-saison-de-documentaires-en-salle-de-cinema-quelles-pratiques-pour-quels-films/>]

⁷⁵ BOLE Nicolas, « Violaine Harchin : De quoi le métier de distributrice de documentaires est-il le nom ? », *Le Blog documentaire*, 16 juin 2017, *op. cit*

l'accompagnement ne peut pas continuer à faire office de facteur aussi déterminant. Nous en revenons au rôle de défricheur et de passeur de films de l'exploitant, qui est là avant tout pour éveiller la curiosité des spectateurs et leur faire découvrir le cinéma dans toute sa diversité.

Néanmoins, notre étude ne fait pas fi de l'aspect économique et de la rentabilité des films en salles. En effet, les contraintes financières des exploitants ont des répercussions sur la programmation du documentaire. « Pour vivre, le Louxor doit réaliser 5 000 entrées par semaine, explique son directeur, Emmanuel Papillon, et le documentaire est souvent une variable d'ajustement dans la programmation, comme l'est aussi le cinéma de répertoire. »⁷⁶ Les questions d'équilibre économique des salles deviennent de plus en plus prégnantes, notamment à Paris où le prix du foncier a sensiblement augmenté ces dernières années. Certaines salles de la capitale, dont l'objectif financier en termes d'entrées est moindre, peuvent toutefois intégrer davantage de documentaires dans leur programmation : c'est le cas du Cinéma du Panthéon, qui a ainsi pu garder *Les Trois Sœurs du Yunnan* de Wang Bing pendant cinq semaines à l'affiche. D'autres acteurs culturels, comme les médiathèques, qui ne sont pas soumis aux mêmes risques économiques que les salles, peuvent se permettre d'oser davantage de choses, en programmant des films « moins faciles d'accès ». Mais côté salles, les enjeux financiers ne doivent pas leur faire perdre de vue l'importance de soutenir des œuvres variées. Notons, à ce propos, que la prise de risque n'est pas la même selon que la salle est municipale, privée ou associative. Mais des subventions existent, notamment l'aide du CNC aux salles maintenant une programmation difficile face à la concurrence. Les Trois Luxembourg à Paris furent ainsi aidés à hauteur de 60 000 euros en 2019, et l'American Cosmograph à Toulouse à hauteur de 28 000 euros. Par ailleurs, il existe aussi des réseaux de salles comme Cinéphare en Bretagne – qui mène un important travail d'accompagnement sur les documentaires –, et des associations régionales comme CINA (Cinéma indépendants de Nouvelle-Aquitaine) dont la mission est d'être le coordinateur régional du « Mois du doc » et d'accompagner des films soutenus par la région. Elles participent à abaisser les craintes et réticences des exploitants face à la programmation de documentaires dans leurs salles. Cécile Giraud, chargée de projets chez CINA, explique ainsi en quoi consiste son travail : « Je suis là pour rapprocher les documentaires des exploitants. Ces œuvres sont encore largement méconnues, et leur

⁷⁶ Entretien avec Emmanuel Papillon réalisé le 16 décembre 2020, *op. cit.*

image reste très centrée sur des films à sujet autour desquels on peut organiser des débats thématiques, sans forcément se soucier de leur forme. Cette perception est encore embryonnaire dans l'esprit du public, mais aussi des exploitants. Mon rôle est celui d'une passeuse, pour les encourager à diffuser des films qui, formellement, sortent des sentiers battus, et leur dire "n'ayez pas peur". »⁷⁷ Une journée de prévisionnement fut par exemple organisée début 2021 à Poitiers en partenariat avec le festival « Filmer le travail ». « En découvrant le documentaire *Le Kiosque* d'Alexandra Pianelli, poursuit Cécile Giraud, les exploitants furent assez enthousiastes, mais ils se demandèrent rapidement : "Comment faire pour attirer le public sur ce film ?" C'est une question récurrente qu'il n'est pas toujours simple de désamorcer. »⁷⁸ Cécile Giraud les incite alors à commencer par en parler avec leur public, dans l'idée de créer du lien. Plus ils familiarisent les spectateurs avec ce type d'œuvres, plus leur intérêt peut naître et grandir. Notons, par ailleurs, que réserver une place au documentaire dans ce genre de rendez-vous professionnels est essentiel. C'est aussi à cet endroit-là de la chaîne qu'il faut veiller à ce que ce cinéma soit traité au même niveau que la fiction. En outre, les associations comme CINA font également un travail de création de contenu et d'éléments d'accompagnement susceptibles de séduire le public – dossiers, compléments de programmes, capsules vidéo pouvant être diffusées en amont ou à l'issue d'une projection, etc. –, travail lui aussi essentiel pour encourager davantage d'exploitants à promouvoir le documentaire. Terminons sur l'idée qu'il est primordial d'entretenir la cinéphilie, de poursuivre et d'amplifier le travail de soutien et d'accompagnement des films difficiles au sein d'« un périmètre culturel [qui] se rétrécit »⁷⁹.

Ainsi, après avoir dressé une cartographie de l'écosystème lié à la distribution et l'exploitation du documentaire en France, exposé diverses stratégies de programmation en salles, et pointé les nombreux enjeux et difficultés structurelles liés à la diffusion de ce cinéma, voyons à présent quels outils il est possible de mettre en œuvre afin de favoriser leur réussite en salles.

⁷⁷ Table-ronde « Les enjeux du financement et de la sortie en salles des documentaires cinématographiques », webinaire dans le cadre de la Semaine des Arts & Médias, Université Sorbonne Nouvelle, 8 mars 2021, en ligne [<https://nouvelnormalite.artsetmedias.fr/>] *op. cit.*

⁷⁸ *Ibid.*

⁷⁹ MARCADE Nicolas, « A tous ceux qui sont dans le cinéma, l'indépendance et les difficultés », dans son blog sur *Mediapart*, 20 février 2019

II. La carrière d'un documentaire : comment favoriser sa réussite en salles ?

Après ces analyses chiffrées, venons-en à des récits incarnés de sorties de films. Nous commencerons par rappeler en préambule de cette deuxième partie qu'un bel accroissement de l'offre documentaire s'est opéré depuis le début des années 2000 : « En 1996, seuls 13 documentaires s'étaient frottés à une distribution en salles, [alors que] ce chiffre atteignait 76 en 2004 »⁸⁰, 92 en 2012 et 153 en 2019. Toutefois, si ces œuvres sont plus nombreuses à accéder aux écrans – au point de former un marché en soi, certes marginal –, cette augmentation de l'offre s'est produite en général, comme nous l'avons constaté, avec des films à toute petite audience. « Du point de vue de l'exploitation, un documentaire sur six a une vie réelle en salles, ce qui (...) n'autorise pas à parler "d'F des spectateurs" pour le genre, comme la presse a pu le faire imprudemment après le succès spectaculaire de quelques films. »⁸¹ Néanmoins, même si ce cinéma reste majoritairement confidentiel, les succès existent et revêtent différentes formes. Ainsi le producteur Serge Lalou déclare-t-il qu'« obtenir 100 000 spectateurs [cap symbolique à partir duquel certains distributeurs estiment pouvoir parler de succès] n'est plus un épiphénomène »⁸², en témoignent les belles performances récentes d'*Adolescentes* de Sébastien Lifshitz et d'*Un pays qui se tient sage* de David Dufresne. Mais la notion de succès n'en reste pas moins relative, car récolter 10 000 entrées représente déjà une réussite pour de nombreux documentaires qui sortent en salles. Observons de plus près ces différents phénomènes, en commençant par nous pencher sur les types de documentaires qui s'insèrent le mieux sur le marché de l'exploitation.

⁸⁰ VULSER Nicole, « Le documentaire gagne les salles », *Le Monde*, 3 janvier 2006, *op. cit.*

⁸¹ GOLBRONN Frédéric, « Le documentaire de création est-il soluble dans le marché ? » in *Le documentaire, un genre multiforme*, E-dossier de l'INA, 2013, p. 164, *op. cit.*

⁸² VULSER Nicole, « Le documentaire gagne les salles », *Le Monde*, 3 janvier 2006, *op. cit.*

1. Quelle typologie de films pour les salles obscures ?

Du documentaire destiné aux cinéphiles « puristes » jusqu'aux films à plus forte vocation commerciale, l'éventail de l'offre filmique en salles est large. Voyons quels sont les choix éditoriaux faits en amont, tant du côté des acquisitions des distributeurs que des sélections par les exploitants des œuvres à proposer au public.

Avant toute chose, il semble important de noter que la valeur artistique des documentaires distribués est inégale. Certains sacrifient la forme pour le fond – ne présentant d'intérêt que pour le sujet qu'ils abordent – quand, à l'autre bout du spectre, nous trouvons des œuvres d'art à part entière, où le sujet abordé est cependant parfois ténu ou peu porteur. Ainsi, détaille Éric Vicente, ancien directeur de la distribution chez Sophie Dulac, « *Boxing Gym* de Wiseman n'a pas réussi à dépasser les 15 000 entrées, malgré sa sélection cannoise et sa relative courte durée, car son sujet était peu porteur pour le public [le cinéaste y poursuit sa radioscopie de la société américaine à travers une salle de sport]. En revanche, les sujets abordés dans *National Gallery* ou *La Danse, le ballet de l'Opéra de Paris* étaient si fédérateurs qu'ils ont permis de séduire une large audience, au-delà du seul cercle des aficionados. Le premier a ainsi réuni 80 000 spectateurs, et le second 120 000. »⁸³ Comme ces deux titres évoqués, nombreux sont les grands films de cinéma dont le fond et la forme présentent un vif intérêt, à l'instar de *M* de Yolande Zauberman (50 000 entrées, New Story, 2019), dont l'importance du sujet – la pédophilie dans les milieux orthodoxes juifs en Israël – se conjugue à une grande audace formelle. Ces œuvres révèlent toutefois qu'en documentaire, le sujet est prééminent : c'est un point crucial dans le choix des distributeurs au moment de l'achat du film, dans le positionnement des exploitants et dans l'attrait des spectateurs. Selon les mots de Grégory Gajos, directeur des ventes et des acquisitions chez Ad Vitam, « le documentaire en salle reste lié à son sujet : s'il y a une écriture forte mais aucun sujet [à travailler], le film est beaucoup plus difficile à diffuser qu'en fiction »⁸⁴. Étienne Ollagnier, co-fondateur et gérant de Jour2Fête, va dans ce sens lorsqu'il dit : « Le sujet est la clé. Chez Wiseman, la danse fait dix fois plus d'entrées que la boxe. Quand ces grands auteurs abordent un sujet porteur, ils arrivent à essaimer au-delà de leur public

⁸³ Entretien avec Éric Vicente réalisé le 21 mars 2021, *op. cit.*

⁸⁴ GOLDBRONN Frédéric, « Questions sur le documentaire en salles », *Images documentaires* n°57/58, 2ème et 3ème trimestre 2006, p. 78

cinéphile. Mais s'ils s'orientent vers un sujet très pointu, peu de monde viendra en salles. Il y a toutefois des surprises, et certains sujets se révèlent bien plus attractifs qu'escompté. Ainsi, *Le Grand Silence* de Philip Gröning fait partie de ces succès fous [243 000 spectateurs, dont 120 000 après cinq semaines d'exploitation] : la niche des films religieux était inattendue à l'époque et, depuis, elle fonctionne de manière récurrente. »⁸⁵ Il complète sa réflexion en détaillant la ligne éditoriale de Jour2Fête et la façon de penser les acquisitions : « Nos choix de films se sont articulés autour des sujets. Jusqu'ici, notre intuition qu'un tel ou tel autre pouvait trouver un public a souvent été la bonne. Ainsi, lorsque nous avons sorti *Entre les Bras – la cuisine en héritage* [portrait du chef étoilé Michel Bras et de son fils Sébastien], de Paul Lacoste, en 2012, on sentait que le sujet de la grande gastronomie française était certes pointu – c'était avant qu'il y ait une foule de documentaires autour de la bonne chère –, mais aussi qu'il s'inscrivait dans l'air du temps à la fois par son thème, et surtout par son ancrage régional. Le gros du travail pour la sortie fut de convaincre les salles des environs (à Laguiole, Clermont-Ferrand, ou encore Toulouse) afin que le bouche-à-oreille s'installe, pour ensuite exposer le film à Paris. Il réalisa au final 25 000 entrées. Pour *Les Chèvres de ma mère* de Sophie Audier (37 000 entrées, 2014) – portrait d'une agricultrice sur un plateau isolé des gorges du Verdon, contrainte de céder son troupeau de chèvres avant son départ à la retraite –, une stratégie de sortie similaire fut mise en place, avec même plus de vigueur encore. »⁸⁶ C'est ainsi que le rayonnement national d'un film peut être mis en place à partir d'un démarrage local. Et, pour reprendre les mots du producteur et fondateur de La Chambre aux fresques, Thomas Schmitt, « quand le film documente une région, la chambre d'écho peut être très forte »⁸⁷. Mais l'intuition sur les sujets ne fut pas toujours aussi bonne, poursuit Étienne Ollagnier, comme en témoigne le succès mitigé (selon son distributeur) du film *Libre* de Michel Toesca, sorti en 2018, n'ayant récolté « que » 70 000 entrées – le film retrace le combat du célèbre militant Cédric Herrou dans la vallée de la Roya pour venir en aide aux réfugiés à la frontière italienne. « Le jour de la sortie a été un coup dur en comparaison de ce que laissaient présager les séances d'avant-premières, et notamment l'incroyable tournée de Cédric Herrou, précise le distributeur. On faisait toujours salle comble, réunissant jusqu'à 1 000 personnes sur une seule soirée, en remplissant parfois plusieurs

⁸⁵ Entretien avec Étienne Ollagnier réalisé le 3 décembre 2020, *op. cit*

⁸⁶ *Ibid.*

⁸⁷ Entretien avec Thomas Schmitt réalisé le 9 mars 2021

salles d'un même cinéma. Mais ce n'est pas une surprise, et c'est triste : les documentaires sur les migrants n'intéressent que la cible militante et les personnes sensibles à ces questions. En dehors de ce réseau ou des fans de l'agriculteur-activiste, on avait beaucoup de mal à faire venir le public. »⁸⁸ Ce succès nuancé, aux yeux d'Étienne Ollagnier, met toutefois en lumière la manière tout à fait relative de juger du score d'un film car, comme le rappelle la distributrice Élisabeth Perlié (fondatrice et gérante de New Story), « il n'y a que 10 % des documentaires qui font plus de 20 000 entrées, et beaucoup font moins de 5 000 entrées ». ⁸⁹ Selon ces critères, *Libre* serait donc plutôt à classer parmi les parcours de documentaires au destin heureux.



Fig.6. Salle comble au cinéma Le Casino d'Antibes (Alpes-Maritimes) pour cette avant-première en présence de Cédric Herrou et Michel Toesca
Source : page Facebook du film

Dès lors, tentons d'identifier dans les grandes lignes les sujets porteurs en salles, et ceux moins attractifs. Parmi ces derniers, nous trouvons notamment les films au thème social assez austère, tel que l'univers carcéral, qui peinent à essaimer au-delà d'un public niche – composé de cinéphiles et de spectateurs sensibles à ce thème. Le film *Des hommes* d'Alice Odiot et Jean-Robert Viallet (Rezo Films, 2020), qui propose une immersion dans la prison des Baumettes, a réuni 17 000 spectateurs – chiffre plutôt bon

⁸⁸ Entretien avec Étienne Ollagnier réalisé le 3 décembre 2020, *op. cit.*

⁸⁹ Entretien avec Élisabeth Perlié réalisé le 23 novembre 2020

compte tenu du confinement décrété un mois après sa sortie en février 2020. *Après l'ombre* de Stéphane Mercurio (retraçant la fabrication d'une pièce de théâtre avec d'anciens détenus longue peine) en a réuni à peine 10 000 – malgré un important travail mené par Docks 66 autour de l'accompagnement associatif –, et *La Liberté* de Guillaume Massart (Norte Distribution, 2019), sur la prison ouverte de Casabianda en Corse, seulement 2 000. D'autres thèmes peu engageants n'attirent que peu de spectateurs, à l'image de la maladie (*Vivere* de Judith Abitbol, 2 000 entrées), le handicap (*Quelle folie* de Diego Governatori, 4 500 entrées), ou encore la mort (*Madame Fang* de Wang Bing, 3 000 entrées). Quant aux purs films de cinéma où la porte d'entrée via la mobilisation associative est loin d'être évidente, voire artificielle, les travailler n'est pas non plus chose aisée, à l'instar de *Terra Franca* de Leonor Teles (portrait d'un pêcheur portugais sur les berges du Tage), ou *Belinda* de Marie Dumora (qui suit la jeune héroïne yéliche, entre Colmar et Mulhouse, à différents âges de sa vie). Pour ce dernier, la distributrice, Élisabeth Perlié, explique qu'« il s'agit d'un objet de cinéma, et non d'un documentaire à sujet. Tout le monde n'y est pas sensible de la même façon. Je pense qu'il est difficile pour le spectateur de s'identifier aux personnages du film. L'accent alsacien ne facilite pas l'immersion. On est dans un environnement dur [les cités dans l'est de la France] qui laisse beaucoup de gens de côté. L'émotion n'est pas facile. D'ailleurs, beaucoup d'exploitants ne trouvaient pas *Belinda* attachante. Personnellement, le film m'a profondément émue, mais cela dépend de la sensibilité de chacun. J'avais pressenti toutes ces difficultés, mais cela ne m'a pas empêchée de vouloir le défendre. La presse a été splendide, on a eu un énorme succès d'estime. À l'arrivée, le film a fait 7 000 entrées, comme de nombreux documentaires ». ⁹⁰

Notons à cet égard que, parmi les différentes typologies d'achat de films, beaucoup de distributeurs fonctionnent au coup de cœur. Cela n'est pas sans comporter quelques risques, notamment celui non négligeable de sortir ces documentaires à perte. En effet, les distributeurs ne se projettent pas toujours dans la manière dont sera reçu le film – pas seulement sur le plan critique, mais aussi en termes d'entrées. Ainsi Bénédicte Thomas, fondatrice et gérante d'Arizona Distribution, explique-t-elle qu'au moment de l'achat des *Chants de l'oubli* de Marianne Hougen-Moraga et Estephan Wagner (documentaire danois qui se penche sur une communauté allemande au Chili devant

⁹⁰ *Ibid.*

faire face à son passé nazi), elle n'a « pas assez analysé la sortie du film » : « Par rapport au public potentiel et à sa mise sur le marché, je ne me suis pas dit grand-chose. Je l'ai acheté sans voir le public en face, et le mobiliser va être très dur. [Le film sortira en salles le 3 novembre.] Il faut donc que je transforme mon désir et mon intuition en quelque chose de plus structuré. Mais c'est travailler à l'envers. J'ai pensé ce film hors marché, et c'est bien le problème. Pour l'instant, on n'a pas encore trouvé les bons outils marketing : on n'arrive pas à lui trouver une identité, ni à le faire exister. Peut-être faudra-t-il jouer sur une affiche dessinée, avec la cordillère des Andes. Il nous faut du temps, et c'est la raison pour laquelle j'ai repoussé sa sortie, car je ne veux pas qu'il soit broyé et qu'il sorte seulement sur dix copies. »⁹¹ De plus, il s'agit là d'un « pur risque, poursuit Bénédicte Thomas, car, comme c'est un film danois sans producteur français, je n'aurai d'amortissement possible que sur la salle, et éventuellement via une vente télé. Le CNC peut intervenir dans mon aide au programme, mais je n'aurai aucun autre soutien financier ». ⁹² Par ailleurs, les distributeurs ne mesurent pas toujours la difficulté de sortir un documentaire étranger, dont la thématique sociale n'est pas en adéquation directe avec les aspirations des exploitants et des spectateurs. Si le cinéaste ne peut pas faire le déplacement, cela complique le travail d'accompagnement que nécessite la sortie en salles et, s'il peut venir faire une tournée, cela alourdit le budget de sortie. Les distributeurs mettent toutefois en place certaines mécaniques d'équilibre dans la manière de projeter les différentes acquisitions dans leur *line-up*. S'ils peuvent parfois se permettre un coup de cœur (qui sera compensé par d'autres films plus porteurs), celui-ci apparaît moins raisonnable à d'autres moments. Cela rapproche d'ailleurs les petits distributeurs des petits exploitants, qui prennent aussi parfois des risques dans leurs choix de programmation.

Toujours du côté d'Arizona Distribution, Bénédicte Thomas nous fait cette fois le récit de la sortie en décembre 2019 de *Pahokee, une jeunesse américaine* de Patrick Bresnan et Ivete Lucas – portrait de quatre adolescents d'une petite ville rurale du sud de la Floride : « Je m'attendais à ce que le film [qui nous plonge au sein de l'équipe de football américain d'un lycée] soit très ouvert, et ça a été tout le contraire. Je n'ai pas réussi à le transformer en un objet "pop", qui puisse séduire un public jeune. À vrai dire, je n'avais pas mesuré à quel point la question des Noirs américains pauvres n'était pas

⁹¹ Entretien avec Bénédicte Thomas réalisé le 18 décembre 2020

⁹² *Ibid.*

un sujet porteur. Au final, on n'a réussi à attirer ni les seniors amateurs d'Art et Essai, ni les jeunes. On avait pourtant négocié des partenaires médias plutôt branchés (*Les Inrocks, La Septième Obsession, So Film*). On a également essayé de monter des choses, notamment avec des clubs de foot américain, mais ça n'a pas été payant. Il se trouve toutefois que la période n'était pas propice pour sortir un film [le mouvement des Gilets jaunes battait son plein], mais la même semaine sortait *Lillian* d'Andreas Horvath (assez dur et aride) qui, lui, a fait quatre fois plus d'entrées que nous, donc c'était possible. Ce qu'il faut trouver, ce sont des personnes prescriptrices : c'est elles qui seront les meilleures ambassadrices du film. Cette stratégie a très bien fonctionné sur *Eva en août*, qui est certes une fiction, mais sur *Pahokee* on n'en a pas trouvé, ou leurs voix ne portaient pas assez. On est ainsi la preuve vivante qu'une excellente presse ne garantit pas une excellente sortie. »⁹³ La sortie du documentaire *Still Recording* de Saeed Al Batal et Ghiath Ayoub – portrait d'une jeunesse syrienne prise dans la tourmente de la guerre – fut également compliquée : « On a multiplié les soirées avec débat, mais le film ne fonctionnait pas en exploitation classique. Sur les séances sèches, les exploitants ne suivaient pas. C'est Philippe Hagué qui a travaillé le hors-média. Il a une solide expérience sur ce type de films politiques, mais on s'est trompé en essayant de placer le documentaire dans cette veine-là, explique Bénédicte Thomas. Nous avons eu malgré tout un assez beau plan de sortie et une belle continuation. Mais lorsqu'un réseau aussi prescripteur qu'Utopia n'aime pas et ne programme pas le film – ce qui fut le cas –, cela impacte la programmation : beaucoup de salles regardent de près leur gazette. »⁹⁴

Toutefois, d'autres films du catalogue d'Arizona rencontrèrent plus de succès en salles, à l'instar du solaire *Jericó, l'envol infini des jours* de Catalina Mesa sorti en juin 2018, « un condensé de gaieté, de couleur et de paysages sublimes »⁹⁵, selon les mots de la journaliste Sabine Grandadam. « C'était un documentaire moins intéressant que *Pahokee* et *Still Recording* en termes de cinéma, mais il véhiculait quelque chose de très doux, de joyeux, explique Bénédicte Thomas. Il a reçu un accueil chaleureux car c'est un film très coloré, qui montre des femmes colombiennes pétillantes. Il a réalisé environ 17 000 entrées, ce qui n'est pas non plus extraordinaire, mais on n'a pas perdu d'argent.

⁹³ *Ibid.*

⁹⁴ *Ibid.*

⁹⁵ GRANDADAM Sabine, « Catalina Mesa, réalisatrice colombienne : “un quotidien habité de joie” », *Le Courrier international*, 4 novembre 2017

C'est même le seul documentaire qui nous en a rapporté. Il nous a également permis de générer du fonds de soutien, et on l'a vendu à Orange. »⁹⁶

Cet exemple montre à quel point les films porteurs d'une certaine allégresse sont appréciés du public. Par ailleurs, même s'ils sont axés sur un sujet dur, leur traitement jovial ou lumineux peut leur permettre de connaître un important succès en salles. Ce fut le cas des *Pépites* de Xavier de Lauzanne (200 000 entrées, Rezo Films, 2017) – sur des enfants des rues au Cambodge travaillant dans une décharge à ciel ouvert –, mais aussi du documentaire *Et les mistrals gagnants* d'Anne-Dauphine Julliand (230 000 entrées, Nour Films, 2017) sur des enfants malades. L'esprit de résilience, ainsi que l'espoir et l'optimisme dont sont teintés ces films leur ont permis de réaliser de beaux scores au box-office, et ce malgré la dureté de leur sujet – l'enfance et l'école restent des sujets porteurs. Dans cette lignée, de nombreux documentaires tournés vers l'écologie, la biodiversité ou la permaculture ont également connu de larges succès en salles, comme le film-phénomène *Demain* de Mélanie Laurent et Cyril Dion (plus d'un million d'entrées, Mars Films, 2015) et *En quête de sens* de Nathanaël Coste et Marc de la Ménardière (102 000 entrées, Kamea Meah Films, 2015) – tous deux d'ailleurs co-produits grâce à une campagne de financement participatif qui a mobilisé de nombreux internautes. Les documentaires de combat comme *Merci Patron !* de François Ruffin (500 000 entrées, Jour2Fête, 2016), « invitant le public à s'engager sans le faire culpabiliser »⁹⁷, sont également très appréciés – nous reviendrons plus loin sur ce succès hors-normes. En outre, les films militants au style racoleur qui utilisent les armes de l'*entertainment* – comme *Bowling for Columbine* de Michael Moore, ou *Ni juge ni soumise* de Jean Libon et Yves Hinant (premier long-métrage « Strip Tease » inspiré de l'émission culte, César du meilleur film documentaire 2019) – séduisent également le public.

Quant aux documentaires animaliers (*Blue, Un nouveau jour sur terre, L'Empereur, Les Saisons, Aïlo : une odyssée en Laponie*, etc.), ils répondent aux critères de l'industrie du divertissement, étant par ailleurs pour beaucoup dans l'ancrage du documentaire sur le marché de l'exploitation. À ce titre, ils ont toute leur place en salles ; il en faut pour tous les âges et tous les goûts. Les films plus faibles formellement, mais susceptibles de

⁹⁶ Entretien avec Bénédicte Thomas réalisé le 18 décembre 2020, *op. cit.*

⁹⁷ GUERRIN Michel, « “Demain” et “Merci Patron !”, le succès du cinéma de combat », *Le Monde*, 21 avril 2016

toucher une plus grande audience, et les documentaires audacieux sur le plan artistique peuvent cohabiter. Car donner accès à ce dernier type d'œuvres moins consensuelles est également une des missions de l'exploitant. « Réussir à convaincre le public de se laisser tenter par une programmation plus exigeante passe aussi par la confiance que l'on arrive à créer avec lui »⁹⁸, explique le bibliothécaire Julien François de la médiathèque de La Madeleine (Nord). Mais cet adage vaut aussi pour les salles. Toutefois, attention à la radicalité : « S'arc-bouter sur ses goûts et sa sensibilité est l'une des failles majeures ayant causé l'échec de nombreuses salles historiques cataloguées Art et Essai. À trop vouloir privilégier une certaine cinéphilie et un type de public, elles ont vu ce dernier se raréfier »⁹⁹, estime le directeur du Concorde de Nantes, Sylvain Clochard. Se poser comme censeur d'un certain cinéma est vain, d'autant que les films plus « pauvres » artistiquement parlant sont souvent ceux qui permettent de générer des entrées. Quoi qu'il en soit, le programmateur d'une salle ne fait jamais tout à fait ce qu'il veut : il se heurte à un principe de réalité sur son territoire. Les œuvres ont aujourd'hui un tel pouvoir médiatique, et certains spectateurs un rapport si affectif à leur cinéma de quartier (réjouissons-nous-en), que l'exploitant doit aussi répondre à une demande de son public. C'est ainsi que Fabien David a programmé *L'Intelligence des arbres* de Julia Dordel et Guido Tölke au Bourguet de Forcalquier, car les spectateurs lui réclamaient le film.

Pour finir, revenons au caractère prépondérant du sujet dans l'achat ou l'exploitation d'un film documentaire. Car en effet, cet angle de vue, à savoir l'importance de l'aspect informatif, suscite des frustrations, voire des inquiétudes. « On demande à un documentaire de nous apprendre quelque chose. C'est absurde, se désole Mathieu Berthon de Météore Films. Ce n'est pas un reportage, ni du journalisme : c'est du cinéma. Ce qui compte, c'est le regard que pose le réalisateur sur la matière qu'est le réel. À travers les films que je défends à Météore, de Wiseman à Gianfranco Rosi, je me sens plus proche de signatures comme Ken Loach ou Cassavetes que de *Bowling for Columbine*. Dans le mot "documentaire", on met plein de choses qui n'ont rien à voir les unes avec les autres. »¹⁰⁰ D'ailleurs, dans les rayons des bibliothèques, « les documentaires sont souvent classés par leur thème, ce qui montre qu'ils sont rarement

⁹⁸ GENISSEL Benjamin, « Comment les bibliothécaires se mobilisent pour promouvoir le documentaire ? », *Le Blog documentaire*, 4 mars 2021

⁹⁹ DUVAL Alexandre, « Salles de cinéma d'aujourd'hui et de demain – Portrait 4/6 : le cinéma le Concorde de Nantes », *La Plateforme* (Pôle Cinéma Audiovisuel des Pays de la Loire), sans date.

¹⁰⁰ Entretien avec Mathieu Berthon réalisé le 1^{er} février 2021, *op. cit.*

considérés comme des films d’auteur à part entière »¹⁰¹, explique le bibliothécaire Julien François. Du côté de la maison de distribution Les Acacias (dont le catalogue est notamment composé de six films de Wang Bing), le son de cloche est le même. Le directeur adjoint, Jean-Fabrice Janaudy, l’affirme sans détour, non sans une pointe de provocation : « Avec mes associés, on n’aime pas particulièrement le documentaire. C’est la forme cinématographique qui nous intéresse. On a beaucoup de documentaires dans notre catalogue, mais c’est en quelque sorte le fruit du hasard. On n’a jamais vu ces films-là comme des documentaires, mais avant tout comme des films de cinéma. On s’intéresse rarement au sujet. Comme ce sont des films formellement importants, avec une vraie vision d’auteur, on est bien sûr attaché à ce qu’ils racontent, mais ça vient en seconde position dans nos critères de choix. »¹⁰² Ainsi que le formulent plusieurs distributeurs, nous observons ce besoin de s’affranchir de l’aspect « film à sujet » pour défendre avant tout en salles des œuvres de cinéma. Et, comme nous l’avons vu plus haut, cette manière de réfléchir uniquement par le prisme du « film à débat » participe au cloisonnement du « genre ». C’est prendre le risque que les documentaires ne deviennent plus que des outils, dont on s’empare pour des questions politiques par exemple. À ce propos, résonne encore en moi cette phrase entendue sur France Inter et lancée par Christine Masson à propos d’*Adolescentes* : « C’est plus qu’un doc, c’est un film. »¹⁰³ Comme si cette scission perdurait dans l’esprit des professionnels et des critiques de cinéma. Comme si le documentaire n’était pas, au fond, du cinéma (bien qu’il s’agisse là d’une critique élogieuse faite par la journaliste). Or, dans les discussions post-projections en salles, n’est-il pas important de faire une place aux questions liées à la narration, à l’esthétique ou à la mise en scène ? De surcroît, raisonner uniquement en termes de sujet n’est pas non plus chose exaltante pour les auteurs eux-mêmes. « Nous refusons de réduire notre perception sensible du monde à des sujets »¹⁰⁴, affirme ainsi dans une tribune le groupe documentaire de la Société des réalisateurs de films (SRF). Certes, ce refus exprimé concerne en premier lieu la télévision – pour laquelle les cinéastes déplorent « être acculés à réaliser des

¹⁰¹ GENISSEL Benjamin, « Comment les bibliothécaires se mobilisent pour promouvoir le documentaire ? », *Le Blog documentaire*, 4 mars 2021, *op. cit.*

¹⁰² Entretien avec Jean-Fabrice Janaudy réalisé le 8 décembre 2020

¹⁰³ MASSON Christine et DELMAS Laurent, « Les comédies d’aventures et d’espionnages de Nicolas Pariser » dans « On aura tout vu », *France Inter*, émission du 30 janvier 2021, en ligne [<https://www.franceinter.fr/emissions/on-aura-tout-vu/on-aura-tout-vu-30-janvier-2021>]

¹⁰⁴ Groupe documentaire de la Société des réalisateurs de films (SRF), Tribune « Réconcilions la télévision et le documentaire », *Libération*, 9 mars 2021, *op. cit.*

contenus formatés au commentaire explicatif »¹⁰⁵. Mais il peut tout autant s'appliquer aux salles de cinéma où les documentaristes – espérant y trouver une bulle propice à l'expression d'un regard et à la création de formes originales – se retrouvent là aussi corsetés et contraints par ce « diktat » du sujet. Rappelons que le documentaire possède un regard singulier et subjectif. Là où le montage télévisuel compresse les événements, le documentaire puise sa richesse et sa force dans le temps long. Si les mentalités s'ouvrent au fait d'intégrer le documentaire dans la famille du cinéma, il y a encore des résistances. « C'est un peu comme la photographie et la peinture dans le monde de l'art, écrit Sébastien Lifshitz. Très longtemps, la photographie n'a pas été considérée comme un art. Aujourd'hui encore, elle est déconsidérée comme un art mineur, alors que la peinture reste la pratique la plus noble. Entre documentaire et fiction, c'est un peu la même chose. »¹⁰⁶

Après avoir vu que la quête de sujets porteurs et attractifs était essentielle en documentaire – malgré la résistance de plusieurs distributeurs à se laisser happer par cette injonction du sujet –, penchons-nous à présent sur le parcours de différents films en salles.

2. Comment faire pour qu'un documentaire trouve son public ?

Récits de *success stories*

Quelques conditions préexistent au succès d'un documentaire en salles, sans toutefois en assurer à coup sûr sa réussite. En effet, bien que l'on répète à satiété qu'être distributeur de documentaire est un métier de passionné, lié à une grande question de foi et de croyance, il est quand même possible de pointer quelques clés et outils grâce auxquels le succès d'un documentaire en salles peut être favorisé. Si la collaboration étroite entre distributeur et exploitant pour faire rayonner la sortie est d'une importance capitale, l'inventivité et l'énergie conjointes ne sont pas leurs seules armes pour porter ces films en salles. Nous allons ainsi analyser différentes stratégies de sorties de films

¹⁰⁵ *Ibid.*

¹⁰⁶ VELY Yannick, « Sébastien Lifshitz : "Le documentaire met en jeu un regard singulier et subjectif" », *Paris Match*, 8 mars 2021

en nous appuyant sur un corpus de documentaires – cas d’étude à partir desquels nous ébaucherons quelques critères de réussite.

Le cinéma est une industrie de prototype, et cela se vérifie a fortiori sur le documentaire : chacun doit être travaillé comme un objet unique, et leurs sorties être ciblées selon le public potentiel. Ces films nécessitent un travail au long cours, en profondeur et individualisé, basé sur des partenariats associatifs – quand cela s’avère pertinent – et de nombreuses soirées-débats. « Le travail à effectuer pour atteindre le public est considérable, tant l’univers du cinéma est saturé, lit-on dans le rapport *Le documentaire dans tous ses états*. Vu la faiblesse de la “force de frappe” disponible pour ces films sur ce marché bien spécifique, les chances de succès se trouvent limitées. »¹⁰⁷ De plus, du fait que les longs métrages documentaires nécessitent souvent un investissement moindre en MG et en frais de sortie, cela est remplacé par du temps de travail. L’humain et le défrichage du réseau – du côté des partenariats hors-média – sont des points essentiels. « La perte financière sur ces films-là n’est jamais énorme, explique Étienne Ollagnier de Jour2Fête. Si c’est le cas, c’est qu’ils sont soit trop pointus, trop ovniesques, ou trop tournés vers un public de niche, soit qu’ils ne sont pas réussis. Pour le reste, quand on accompagne bien les films, notamment via l’irrigation d’un réseau associatif, on arrive toujours à les faire vivre en salles, même si les résultats peuvent être décevants. Miser sur l’humain est un des aspects-clés. Embaucher quelqu’un pour travailler sur le hors-média vaut beaucoup plus que n’importe quelle page de publicité. »¹⁰⁸

Comme pour tous les types de films, il est nécessaire de travailler les documentaires le plus en amont possible – à travers des prévisionnements régionaux ou une tournée en festivals –, afin de les faire d’abord exister au sein de la profession. Ils auront ainsi plus de chances de se démarquer au mieux de la foule de films cherchant à se frayer un chemin jusqu’aux écrans. Régine Vial, directrice de la distribution aux Films du losange, raconte ainsi qu’*Être et avoir* a été beaucoup montré avant sa sortie : « Il était en sélection officielle à Cannes et, du mois de mai 2002 à sa sortie fin août, 10 000 personnes ont vu le film. Au moment de sa sortie, un film ne doit pas être connu mais

¹⁰⁷ GORDEY Serge, LAMOUR Catherine, PINSKY Carlos, PERRIN Jacques, *Le documentaire dans tous ses états. Pour une nouvelle vie du documentaire de création*, Rapport de mission pour le Ministère de la Culture, mars 2012, p. 69, *op. cit.*

¹⁰⁸ Entretien avec Étienne Ollagnier réalisé le 3 décembre 2020, *op. cit.*

reconnu. »¹⁰⁹ Par ailleurs, outre les prévisionnements, dater un documentaire longtemps à l'avance dans une salle permet de le travailler de manière soignée. Mais cela n'est aujourd'hui possible qu'avec peu d'exploitants. L'Espace Saint-Michel, géré par Claude Gérard, est ainsi l'une des dernières salles parisiennes où l'on peut dater un film très en amont de sa sortie. Comme l'explique Étienne Ollagnier, « travailler tôt sur le documentaire représente toujours un avantage : pouvoir s'accorder avec l'exploitant sur les dates des ciné-rencontres six mois à l'avance permet de les promouvoir au mieux et d'assurer une salle pleine : on peut construire nos séances, planifier les rencontres avec les intervenants, investir dans du marketing, etc. À l'Espace Saint-Michel, on sait que l'on pourra organiser de nombreux débats et rester longtemps à l'affiche, si le film fonctionne bien. C'est un atout considérable, pour l'exploitant comme pour nous. Plutôt que de donner le film à toutes les salles qui le demandent, on le réserve aux fidèles (quand on peut le faire). Cela participe d'une stratégie de resserrage du nombre de copies, qui n'est pas toujours facile à assumer dans un marché comme celui d'aujourd'hui ». ¹¹⁰ S'engager dans le temps représente une prise de risque commune pour le distributeur et l'exploitant, mais elle est profitable. Dans ce même esprit, Mathieu Berthon de Météore préfère sortir à deux séances par jour pendant six semaines au MK2 Beaubourg, que faire du plein-programme sur une durée plus limitée. Cela permet de bien travailler les séances en développant une communication spécifique et en mobilisant les associations. Notons à ce propos que la case « UGC Docs », évoquée plus haut, ne permet pas ce travail en amont sur le long terme – pourtant primordial –, la communication sur les séances et l'ouverture de la billetterie étant trop tardives.

Par ailleurs, diverses stratégies existent pour susciter le désir autour du film et participer à la mise en place du bouche-à-oreille. L'une d'elles consiste à le montrer le plus possible à l'occasion de prévisionnements régionaux, pour qu'il soit déjà identifié par les professionnels. Tandis qu'une autre vise à retenir le film, le garder sous pression, en limitant le nombre de projections organisées en amont de la sortie. L'intelligente stratégie de sortie mise en place par ARP Sélection autour de *Sugar Man* – qui fait aujourd'hui presque figure de cas d'école – relève de cette logique : faire du film « une denrée rare, d'abord réservé aux *happy few* »¹¹¹. Voyons comment s'est orchestré ce

¹⁰⁹ Entretien avec Régine Vial réalisé le 9 décembre 2020, *op. cit.*

¹¹⁰ Entretien avec Étienne Ollagnier réalisé le 3 décembre 2020, *op. cit.*

¹¹¹ FABRE Clarisse et SICLIER Sylvain, « “Sugar Man” : les raisons d'un succès bien huilé », *Le Monde*, 7 avril 2013

retentissement inespéré, le documentaire ayant réalisé 130 000 entrées en trois mois. C'est en septembre 2012, lors du lancement du film au Festival du cinéma américain à Deauville, que le bouche-à-oreille commença. Puis, le directeur général d'ARP, Laurent Pétin, proposa d'organiser une avant-première VIP au Max Linder. Le jour venu, le 20 novembre, la salle était remplie. « On a fait venir tous les gens fous de Sixto Rodriguez, ou impatients de connaître l'histoire. Des critiques musicaux avaient fait passer le message. Étaient là Jacques Audiard, Marion Cotillard, Louis Bertignac et Léa Seydoux. »¹¹² À la fin de la projection, le chanteur Sixto Rodriguez monta sur scène et donna un concert surprise. Puis, au moment de la sortie en salles fin décembre, Laurent Pétin trouva « la formule pour rendre l'objet irrésistible, [à savoir] laisser agir, puis répandre en cascade sur un plus large public. “C'est ce que on appelle aux États-Unis la *platform release* [explique la distributrice Michèle Halberstadt]. On sort le film dans un nombre restreint de salles pour susciter le désir. Ensuite, on élargit la focale. D'un opus branché, on est passé à une œuvre populaire, que le grand public veut voir par curiosité” ». ¹¹³ D'abord discrète, la sortie sur trois salles – le Saint-Germain-des-Prés, l'UGC Ciné Cité Les Halles et le Comoedia à Lyon – enfla jusqu'à prendre de gigantesques proportions. « *Sugar Man* aurait pu se heurter au casse-tête du film d'auteur, qui sort trop vite de l'affiche faute de public, ou du fait de l'arrivage hebdomadaire d'une quinzaine de nouveaux venus. Mais il a démenti les pronostics. Deux semaines après la sortie nationale, quelques grandes villes ont pu avoir “*the film*”. L'exposition en salles continua d'augmenter à l'approche de la cérémonie des Oscars où il remporta, le 25 février 2013, celui du meilleur documentaire. »¹¹⁴ En fin de parcours, le film avait réuni 210 000 spectateurs. Voilà donc comment peut se fabriquer le bouche-à-oreille, le distributeur ayant là aussi cherché à resserrer le nombre de copies en sortie nationale. Toutefois, cette stratégie de donner l'exclusivité à trois salles en première semaine fonctionne quand les exploitants et les distributeurs jouent le jeu. Ici ce fut le cas – le Saint-Germain ayant gardé le film sur près de quinze semaines –, mais le problème, comme le souligne le directeur de Shellac, Thomas Ordonneau, « c'est que les rapports de forces sont parfois tellement inégaux que le distributeur ne parvient pas à imposer sa stratégie à l'exploitant. Un “petit” distributeur n'a aucun pouvoir d'imposer

¹¹² *Ibid.*

¹¹³ *Ibid.*

¹¹⁴ *Ibid.*

des choses : il ne peut que convaincre la salle d'accueillir le film ». ¹¹⁵ Lui demander de tenir le film sur la durée peut ainsi souvent s'avérer complexe.

Penchons-nous à présent sur la sortie d'*Ex Libris : The New York Public Library* (2017, 3 h 17) porté par Météore, documentaire dans lequel Wiseman nous ouvre les portes de la troisième plus grande bibliothèque du monde. « C'est la première fois que nous sortions un de ses films, détaille Mathieu Berthon. J'avais envie de dépoussiérer son image, de casser cette posture de cinéaste des institutions. J'ai proposé une affiche qui dénotait dans son univers : ce montage avec des livres façon building renvoie une image différente. L'idée était de faire mieux que ses précédents films en termes de fréquentation, sa moyenne d'entrées dépassant rarement les 10 000 spectateurs, hormis sur *La Danse* et *National Gallery*. Contrairement à ma manière de faire habituelle, j'ai choisi de ne pas montrer *Ex Libris* avant sa sortie – sauf à la Cinémathèque, car ce genre d'avant-première prestigieuse est importante dans notre relation aux cinéastes. Si j'ai fait ce choix de ne pas l'exposer, c'est parce que j'avais besoin des fans de Wiseman le mercredi de la sortie. Ils étaient déjà ambassadeurs du film avant même de l'avoir vu – surtout avec la ressortie un mois et demi avant de *Titicut Follies* en septembre 2017. Wiseman est un très grand cinéaste disposant d'une forte notoriété : il n'a pas besoin d'être reconnu à sa sortie, pour reprendre l'adage de Régine Vial. Côté marketing, j'ai fait des achats d'espaces ciblés, notamment dans la gazette du Méliès de Saint-Étienne. En parallèle, un important travail fut mené en direction des bibliothèques et des professeurs. Un ouvrage collectif fut également édité chez Playlist Society en partenariat avec l'ACRIF [Association des cinémas de recherche d'Île-de-France] : *Frederick Wiseman, à l'écoute*, écrit par Laura Fredducci, Quentin Mével et Séverine Rocaboy. Cela créait un événement parallèle supplémentaire. [En outre], il me fallait convaincre les salles de programmer le film, ce qui n'est jamais aisé pour un documentaire de Wiseman de cette durée. Il faut d'une certaine façon l'imposer au marché. Retenir la date du 1^{er} novembre 2017 pour sortir *Ex Libris* fut, en ce sens, stratégique : j'avais besoin d'un marché fort. La durée du film nécessitait d'avoir du temps pour le voir, donc la période des vacances scolaire s'y prêtait bien. On a réussi à obtenir quatre salles à Paris : le MK2 Beaubourg, le MK2 Bibliothèque, le Reflet Médicis et Les Cinq Caumartin. Au total, on est sorti sur trente copies, ce qui est plutôt

¹¹⁵ Table ronde « Le grand écran: chance ou ghetto pour le documentaire? », La Scam, 2013, en ligne [<https://www.dailymotion.com/video/x165cnb>] consulté le 5 novembre 2020, *op. cit.*

bien. Le film a tenu sur la durée et a beaucoup voyagé sur le territoire. On entrait aussi dans le « Mois du doc » organisé en novembre par les bibliothèques : elles pouvaient donc s'en emparer comme elles le souhaitaient. Finalement, le film a réalisé près de 20 000 entrées, ce qui est un joli résultat au regard de sa longue durée. C'est le film que Wiseman a le plus accompagné en débats. »¹¹⁶

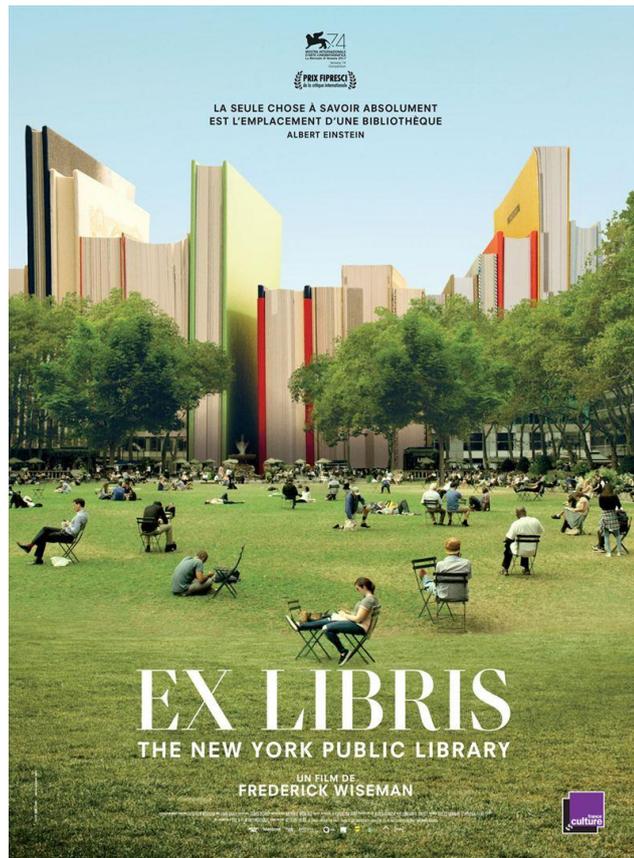


Fig.7. Affiche du film *Ex Libris* de Frederick Wiseman

Voyons à présent comment s'est créé le bouche-à-oreille autour du film *Les Rêves dansants, sur les pas de Pina Bausch* d'Anne Linsel et Rainer Hoffmann (2010). L'analyse de cette sortie est particulièrement intéressante, au sens où elle raconte la mise en place de la « recette Jour2Fête », notamment à travers un travail sur le temps long. « Les exploitants n'étaient pas très réceptifs au premier abord, explique Étienne Ollagnier. C'est un film très urbain, tourné vers un public de niche. Si MK2 y a été sensible d'emblée – d'autant que son programmeur, Bertrand Roger, avait travaillé

¹¹⁶ Entretien avec Mathieu Berthon réalisé le 1^{er} février 2021, *op. cit.*

avec la danseuse et chorégraphe allemande par le passé –, la réception n’a pas été aussi immédiate en province, à l’exception du réseau Utopia qui est tombé amoureux du film, comme nous lors de sa découverte à la Berlinale. On s’est donc mutuellement proposé une expérience novatrice, à savoir une sortie estivale en avant-première exclusivement utopienne, très en amont de la sortie nationale fixée au 13 octobre 2010. L’idée était de tester le film auprès d’un public cible Art et Essai en éditorialisant cette sortie. On a d’abord construit cela autour d’Avignon – pour profiter de l’effervescence du festival – où *Les Rêves dansants* est resté à l’affiche tout l’été. Puis, face au succès local rencontré, Utopia a décidé de le mettre en couverture de la gazette des autres salles du réseau – gazette dont la puissance de recommandation est telle, que cet éclairage fut très bénéfique pour le film. En parallèle, pendant l’été, d’autres villes où se déroulaient également de grands festivals l’ont programmé. Grâce au bouche-à-oreille, il avait déjà réuni plus de 10 000 spectateurs au mois de septembre. Le soutien de France Inter et l’engagement des circuits ont parachevé cette trajectoire ascendante. De petit documentaire *outsider*, le film est devenu attendu et désiré, y compris par les grands groupes. (...) On a également contacté toutes les écoles de danse, créant ainsi une forte attente au sein de cette communauté. Un travail de presse dédié fut également mené. (...) Le jour de la sortie, mi-octobre, le démarrage fut très puissant. Notre plan de sortie, qui était assez serré, comptait 45 salles dont 7 à Paris. Notre salle phare, le MK2 Beaubourg, nous a gardés un an à l’affiche. Rares sont les cinémas qui s’engagent sur une telle tenue. C’était du jamais vu, ils ne savaient plus comment décrocher le film. En première semaine, nous avons réalisé 21 000 entrées sur toute la France, avec une moyenne de 540 entrées par copie. En avril, le film avait rassemblé pas moins de 180 000 spectateurs. La sortie du DVD reboosta la fréquentation en salles, permettant de réaliser 60 000 entrées supplémentaires. Enfin, *Les Rêves dansants* intégra le dispositif “Collège au cinéma”. Grâce à cette nouvelle exploitation, on comptabilise aujourd’hui plus de 360 000 entrées sur le film. Cette expérience fut fondatrice pour Jour2Fête. Elle nous a permis de dégager une rentabilité considérable (plusieurs centaines de milliers d’euros de marge), d’autant que ce documentaire ne nous avait pas coûté cher (25 000 € de MG). »¹¹⁷ Retenir le film ou le surexposer avant sa sortie sont ainsi deux stratégies pour lesquelles peuvent opter les distributeurs afin de favoriser la montée en puissance du bouche-à-oreille. En outre, le choix d’une sortie serrée

¹¹⁷ Entretien avec Étienne Ollagnier réalisé le 3 décembre 2020, *op. cit.*

(privilégier les salles engagées garantissant une exposition durable du film) se révèle souvent un pari gagnant.

Par ailleurs, parmi les autres conditions préexistant au succès d'un documentaire en salles, il apparaît essentiel d'identifier le public-cible à l'avance afin de prendre le temps de sensibiliser et mobiliser les communautés de spectateurs susceptibles d'être intéressées. « Le plus compliqué, c'est de faire venir le public. Plus on l'identifie à l'avance, mieux on prépare la sortie »¹¹⁸, déclare Estelle Robin You, productrice et gérante des Films du Balibari. Certaines communautés se distinguent d'ailleurs dans leur manière d'utiliser le cinéma comme un moyen de revendication de leurs luttes, ou dans le rapport qu'elles entretiennent avec cet art dans leur existence communautaire – comme les communautés juive ou LGBT. Quand le thème du film s'y prête, s'appuyer sur elles est généralement gage de réussite. Mais de manière plus globale, par l'accroche du sujet, il y a infailliblement un public-cible à aller chercher. Pour cela, un travail de fond est à mener, l'important étant de trouver des spectateurs-prescripteurs qui seront autant de personnes-relais essaimant autour d'eux et participant à un bouche-à-oreille vivant et incarné. « Je travaille toujours beaucoup la “niche”, explique Mathieu Berthon. Il faut qu'elle soit surperformée avant la sortie, car c'est là que se trouvent nos meilleurs ambassadeurs, et c'est à partir de ce noyau que l'on peut espérer agrandir notre public. »¹¹⁹ L'achat d'espaces publicitaires dans la presse peut à cet égard servir de levier pour toucher telle frange du public, même si l'éditorial est souvent plus porteur. Ainsi, pour *City Hall* de Wiseman (2020, 4 h 30), Mathieu Berthon a exceptionnellement acheté des encarts publicitaires dans les *Cahiers du cinéma* et *Positif*, car le lectorat était un public directement visé. « J'attache de l'importance aux achats d'espace, aux partenaires, mais il est préférable d'acheter des couvertures de journaux afin d'avoir une belle visibilité, comme dans *Le Monde diplomatique* ou *Courrier international*. »¹²⁰ Par ailleurs, travailler la « niche », c'est aussi faire des achats d'espaces ciblés dans les salles via un placement stratégique de bandes-annonces : Météore en achète ainsi systématiquement chez MK2, que leurs films y soient programmés ou non, car le public fréquentant les salles du réseau rejoint le leur. Aujourd'hui, les spectateurs étant majoritairement encartés, ils pourront y découvrir la

¹¹⁸ MARCAULT Nathalie, « De la production à la distribution d'un premier long métrage documentaire, Films en Bretagne, 6 juillet 2016, en ligne [<http://filmsenbretagne.org/de-la-production-a-la-distribution-dun-premier-long-metrage-documentaire/>]

¹¹⁹ Entretien avec Mathieu Berthon réalisé le 1^{er} février 2021, *op. cit.*

¹²⁰ *Ibid.*

bande-annonce et aller voir le film dans un autre cinéma parisien. Chaque achat doit être pensé avec méthode, a fortiori lorsque l'on cherche à maîtriser au mieux son budget de sortie. « Ma théorie est de dire qu'il est très difficile de toucher 2 % du grand public, mais beaucoup plus facile d'atteindre 80 % d'une "niche", affirme Étienne Ollagnier. D'autant que si celle-ci est assez large, 80 % c'est énorme. Le travail autour du documentaire se situe à cet endroit : il faut se concentrer sur la "niche" et, lorsqu'elle s'élargit, c'est gagné. Mais la travailler n'est pas toujours aisé, car il faut aller assez vite et approcher des univers parfois méconnus. Il peut donc être judicieux de s'entourer d'"experts", comme nous l'avons fait pour le documentaire *Free to Run* de Pierre Morath sorti en avril 2016. On a engagé une agence marketing de sport qui nous a permis d'accélérer la mobilisation de réseau et de négocier un partenariat avec le ministère des sports. Rémunérer des personnes pour faire ce travail de défrichage des réseaux sera toujours plus avantageux qu'acheter une page de publicité. »¹²¹

Revenons sur le travail à mener auprès de la presse, même si elle n'est aujourd'hui plus aussi déterminante et prescriptrice qu'elle a pu l'être. Certains films peuvent en effet bien fonctionner en salles sans avoir pour autant obtenu une presse élogieuse, ou un grand nombre d'articles. Néanmoins, elle permet souvent un élargissement de la cible initiale. Tournons-nous à ce propos vers Jean-Fabrice Janaudy des Acacias, qui nous raconte la sortie des *Trois Sœurs du Yunnan* de Wang Bing (2014, 2 h 30). « Il s'agissait d'un film d'auteur long, pas forcément facile d'accès pour les spectateurs. C'est du moins ce que l'on croyait, car on s'est finalement rendu compte qu'il était plus accessible que ce que l'on pensait. Plus d'un an s'est déroulé entre la découverte du film au Festival des trois continents à Nantes et sa sortie en avril 2014, ce qui nous a laissé le temps d'organiser de nombreux prévisionnements. Comme il s'agit d'un documentaire d'observation, et non centré sur un sujet de société, il était plus compliqué d'organiser des séances-débats. Pour nous, le meilleur moyen de porter le film avant sa sortie était de le montrer beaucoup, et de faire confiance à la façon dont les spectateurs allaient le recevoir et ressentir des émotions. Surexposer le film peut cependant s'avérer parfois contre-productif lorsqu'il s'agit de documentaires très ardues – comme ça a été le cas pour *À la folie* sorti un an après, qui se déroule dans un hôpital psychiatrique du sud-ouest de la Chine. Le bouche-à-oreille ne sera alors pas forcément bon. Mais *Les Trois Sœurs du Yunnan* a énormément voyagé sur le territoire avant sa sortie : il est passé par

¹²¹ Entretien avec Étienne Ollagnier réalisé le 3 décembre 2020, *op. cit.*

tous les festivals de documentaire, toutes les rétrospectives de films asiatiques, etc. Quand le film est sorti, la presse était splendide, et nous bénéficions d'un accueil favorable des exploitants depuis un an, ainsi que d'un beau bouche-à-oreille côté spectateurs. À notre grand étonnement, le film a réalisé 45 000 entrées. C'est notre plus gros succès en documentaire. On avait 26 salles en sortie nationale – deux à Paris nous suffisaient pour toucher notre cible cinéphile, à savoir le MK2 Beaubourg et le Cinéma du Panthéon qui l'a gardé cinq semaines. Parmi tous les films de Wang Bing que l'on a sortis, c'est le seul qui ait eu cette capacité à devenir presque populaire, probablement car le propos atteignait une forme d'universalité. L'empathie des spectateurs est en effet beaucoup plus grande pour des enfants que pour des gens en hôpital psychiatrique, ou au seuil de la mort comme dans *Madame Fang*. (...) En outre, tout le travail associatif qu'il faut d'ordinaire mener autour d'un documentaire à sujet n'a pas pu se faire. Le travail s'est donc davantage assimilé à celui mené sur un film Art et Essai difficile. Or, pour ce genre d'œuvre, le premier levier est la presse et la façon dont elle en parle. L'affichage publicitaire est inutile, mais avoir une bonne presse et être programmé dans les salles Art et Essai majeures, c'est la clé. Si, par exemple, on n'arrive pas à intégrer le réseau Utopia – dont les choix de films sont regardés de près par de nombreux autres exploitants –, cela nous ôte un volume d'entrées considérable en province. Obtenir le soutien de l'AFCAE est aussi d'une grande aide car beaucoup d'exploitants en province s'y fient. »¹²²

Le récit de la sortie de *La Danse, le ballet de l'Opéra de Paris* de Wiseman par Éric Vicente est également éloquent quant à l'importance du travail mené vers la presse : « En fonction du thème du film, il est possible de travailler la presse différemment, en touchant à la fois les sphères généraliste et spécialisée. Pour ce documentaire, on avait embauché deux attachés de presse qui avaient travaillé de concert : Agnès Chabot pour le cinéma, et Thierry Messonnier pour la danse (qui était à l'époque l'attaché de presse de l'Opéra de Paris). Grâce à son expertise, il savait vers qui se tourner dans chaque rédaction, et a ainsi obtenu des articles dans des magazines spécialisés. Quand on défend ce genre de films qui dépassent le cadre du cinéma, on établit une stratégie avec les attachés de presse afin de trouver la bonne porte d'entrée, la plume vers laquelle se tourner au sein des rédactions pour que le film sorte de la notule. On a par exemple sensibilisé Ariane Bavelier, journaliste danse au *Figaro*, qui, ayant aimé le film, a réussi

¹²² Entretien avec Jean-Fabrice Janaudy réalisé le 8 décembre 2020, *op. cit.*

à obtenir du rédacteur en chef culture & cinéma d'écrire dessus. C'était important pour nous, stratégiquement parlant. Voilà comment l'on arrive à détourner les choses. On a réussi à obtenir des critiques d'autres journalistes non spécialisés cinéma, comme Marie-Christine Vernay chez *Libération*, ou Laurent Goumarre chez *Elle*, et on a également obtenu un papier dans *Paris Match*. Outre cette belle presse, nous avons négocié un prestigieux partenariat avec Repetto sur les points de vente, avec affichage dans les boutiques, et jeux-concours pour faire gagner des chaussons de danse. »¹²³ Ces incursions auprès d'autres journalistes – permettant d'élargir la cible initiale – n'auraient pu être menées sans l'activité conjointe des deux attachés de presse.

Par ailleurs, ce travail de ciblage se décline aussi au niveau des partenariats. Car, comme nous l'avons déjà souligné, l'accompagnement d'un film documentaire est une des clés de sa réussite en salles. Les partenaires hors-média jouent un rôle prescripteur essentiel – en particulier pour les cinéastes dont la notoriété est moindre, et pour qui mettre l'œuvre en vitrine de la salle ne suffit pas, mais aussi pour les grands noms du documentaire. Ainsi, certains distributeurs mènent de ce point de vue un travail de dentelle. C'est le cas des Films du losange dont la directrice de la distribution, Régine Vial, fut pionnière dans ce domaine. Prenons l'exemple du film de Nicolas Philibert *De chaque instant* (2018, 120 000 entrées), pour lequel le documentariste s'est immergé pendant plusieurs mois au sein d'une formation d'élèves infirmiers. Un travail d'accompagnement sur mesure fut mené pour sa sortie en salles, notamment avec tout le milieu hospitalier. Il remonta même jusqu'au ministère de la santé. « En avril 2018, quatre mois avant la sortie, explique la responsable marketing et communication, Juliette Gamonal, on a participé au congrès annuel des formateurs en soins infirmiers : cet événement fut le lancement de tout notre travail auprès de la communauté des soignants. On a contacté chaque école d'infirmiers de France, ce qui a pris un temps considérable. On les incitait à se rapprocher du cinéma Art et Essai des environs, en essayant de favoriser au maximum les débats, créant ainsi une belle synergie entre eux : c'est ainsi que 150 séances spéciales se sont organisées partout en France. C'est un travail de fourmi à une échelle très locale que nous avons fait. Nicolas Philibert s'est aussi beaucoup déplacé : c'est quelqu'un qui est très proche de son œuvre et des salles, qui aime aller à la rencontre du public. Il connaît les difficultés du documentaire, du terrain, du rapport à l'exploitation, et il s'investit beaucoup au moment de la

¹²³ Entretien avec Éric Vicente réalisé le 21 mars 2021, *op. cit.*

sortie. Mais, en parallèle, on s'est rapidement rendu compte que les formateurs en soins infirmiers et les étudiants s'emparaient du film d'eux-mêmes, devenant des sortes d'ambassadeurs. En sixième semaine d'exploitation, on réalisait par endroits autant d'entrées qu'en première. On a également contacté tous les hôpitaux de l'APHP en région parisienne, ainsi que tous les CHU [centres hospitaliers universitaires] et les CH en région. Plusieurs centaines d'établissements ont ainsi été approchés au total. Mais si ce travail a si bien pris, c'est aussi parce qu'on s'adressait à une corporation, une caste professionnelle. Le thème du film était très fort, là où d'autres documentaires de Philibert sont plus durs à travailler au niveau du réseau. Ce n'est pas un succès qui s'est fait par l'argent, mais par le travail et une très grande proximité à la fois avec les salles et la presse – via une prise de contact avec des médias spécialisés. Une dizaine de revues se sont faites le relais de la sortie du film, en particulier infirmiers.com qui est le site de référence dans la communauté soignante. Grâce à tout cet engouement, nos attachés de presse André-Paul Ricci et Tony Arnoux ont réussi à décrocher des télévisions (en plus de la presse généraliste et cinéma classique), ce qui a élargi encore davantage notre communauté de spectateurs. »¹²⁴ Mais quant aux films pour lesquels s'appuyer sur un réseau associatif se révèle plus complexe ou moins évident, leurs entrées en pâtissent. Ainsi *L'Île au trésor* de Guillaume Brac (2018, 15 000 entrées) fut un échec pour Les Films du losange car, bien qu'il s'agisse d'un très joli film sur l'enfance – sujet a priori généraliste et universel –, « il nous manquait ce côté communautaire, explique Régine Vial. Or, ce sont ces phénomènes qui marchent dans le documentaire ». ¹²⁵ Au même titre, la sortie de *Cassandro the Exotico !* de Marie Losier (5 000 entrées, Urban Distribution, 2018), portrait d'un catcheur mexicain travesti, fut rendue complexe par l'absence de partenariats associatifs possibles à nouer. Ces notions d'échec et de succès commercial sont toutefois très subjectives, selon l'enveloppe de sortie en jeu et le profil du distributeur.

Le documentaire *Fuocoammare, par-delà Lampedusa* de Gianfranco Rosi, sorti en septembre 2016, est révélateur de l'importance du réseau associatif pour faire fructifier les entrées. Vainqueur de l'Ours d'or à la Berlinale, le réalisateur raconte la vie des habitants de l'île italienne et des migrants qui y débarquent par milliers, comme deux univers parallèles qui ne se rencontrent jamais. Ce film reste à ce jour le plus grand

¹²⁴ Entretien avec Juliette Gamonal réalisé le 9 décembre 2020

¹²⁵ Entretien avec Régine Vial réalisé le 9 décembre 2020, *op. cit.*

succès de *Météore*, avec 80 000 entrées réalisées. En effet, comme l'explique Mathieu Berthon, « c'était un film ancré dans son époque. En 2016, la question migratoire était devenue un fort enjeu européen. On a obtenu le soutien d'Amnesty International, qui a grandement contribué au succès commercial du film. Pourtant, lorsque je l'ai acheté, je ne mesurais pas l'importance de ces leviers. Pour décrocher un partenariat avec Amnesty, il faut les contacter longtemps à l'avance (environ six mois), mais cela se révèle extrêmement puissant, car ce sont des gens qui ont fait le choix d'utiliser le cinéma comme moyen de communication. Ils ont des équipes dédiées, ce qui n'est pas le cas de beaucoup d'associations. Amnesty rédige systématiquement un dossier qu'ils envoient ensuite à tout leur réseau France. Or, celui-ci est très proche des salles. Lorsque les antennes locales reçoivent l'information que tel film est soutenu, elles se rapprochent automatiquement du cinéma des environs : c'est une organisation pyramidale qui fonctionne très bien. De plus, nous avons également obtenu le soutien de SOS Méditerranée, qui avait besoin à ce moment-là de se faire connaître, de parler des bateaux qu'ils mettaient à l'eau pour sauver des vies. Comme Amnesty, ils y ont vu un intérêt de communication, déployant une personne à temps plein sur le film, sans qu'il y ait aucune contrepartie financière (simple échange de visibilité et mise en place d'un stand à la sortie de certaines projections). Ce duo associatif a eu l'efficacité d'une machine de guerre. *Fuocoammare* est devenu un film emblématique de la crise des réfugiés. »¹²⁶ « Néanmoins, je suis toujours un peu déçu par les entrées, poursuit-il. J'avais envie que le film fasse 100 000 entrées ; mais je savais qu'il pouvait tout aussi bien en faire 25 000, l'Ours d'or n'étant pas un prix qui attire un large public. Économiquement, ce fut un film très rentable (pas de MG, agrément de production, guichets nationaux et européens mobilisables). On a dépensé 120 000 euros de frais de sortie, mais le film a largement dépassé cela : il a pu être remboursé uniquement par l'exploitation en salles. Entre argent injecté et argent gagné, cela raconte l'économie de la distribution : lorsqu'on gagne, on gagne beaucoup, même si on perd souvent. C'est une économie de casino. »¹²⁷ En outre, conclut Mathieu Berthon, « sur un registre un peu plus pointu, Les Amis du *Monde diplomatique* se sont révélés des partenaires efficaces sur quelques-unes de nos sorties. Certains de leurs groupes sont très actifs. Ce sont des relais de qualité en termes d'exigence culturelle et intellectuelle. Nous nous appuyons également parfois sur les syndicats d'enseignants, et l'agence Zéro de

¹²⁶ Entretien avec Mathieu Berthon réalisé le 1^{er} février 2021, *op. cit.*

¹²⁷ *Ibid.*

conduite [qui aide les enseignants à introduire le cinéma dans leurs cours] permet aussi d’approcher efficacement le monde éducatif ». ¹²⁸

Les associations s’emparent ainsi du film lorsque celui-ci peut servir leurs intérêts et les aider à communiquer sur leurs actions. Mais encore faut-il trouver les bons partenaires associatifs, qui disposeront de relais locaux porteurs et seront de réels soutiens pour la sortie. « La vraie difficulté, ce n’est pas de négocier des partenariats nationaux, comme avec la Ligue des droits de l’Homme, mais de mobiliser les antennes locales » ¹²⁹, explique Étienne Ollagnier. En effet, certains partenariats sont vains, là où d’autres déclenchent le succès du film. Il est donc important d’identifier les associations dont le travail autour de la sortie sera réellement efficient. Ainsi, « pour *Camera Kids* de Zana Briski et Ross Kauffman [12 000 entrées, 2005], le partenariat avec Aide et Action [association humanitaire qui se bat pour la scolarisation des enfants dans le monde] nous a montré que c’était de cette manière que l’on pouvait construire un succès documentaire, poursuit Étienne Ollagnier. Ils étaient très impliqués, avaient des militants et des représentants dans chaque ville de France. La projection devient ainsi souvent prétexte à une rencontre, un débat. Et c’est là qu’un jeu intelligent s’opère entre distributeurs et associations. » ¹³⁰ Le succès du film *Les Pépites* de Xavier Lauzanne (210 000 entrées, Rezo Films, 2016) est également dû en grande partie au travail mené par l’association partenaire Pour un sourire d’enfant, qui agit pour sortir de la misère les enfants cambodgiens, et dont le film retrace l’histoire. Disposant d’un très large réseau de bénévoles, ceux-ci se sont mobilisés lors de nombreux ciné-débats, et Rezo Films a également prodigué des conseils pratiques, donnant des outils « clés en main » pour aider à l’organisation de « soirées *Pépites* ».

Toujours sur cet axe de la portée des partenariats, le succès phénoménal de la comédie documentaire satirique de François Ruffin *Merci Patron !* (520 000 entrées, 2016, la plus folle aventure de Jour2Fête à ce jour) – qui relate l’improbable croisade de la famille Klur contre le groupe LVMH de Bernard Arnault à la suite de la délocalisation de leur usine – est l’exemple même de la puissance des réseaux militants. En effet, au-delà de sa forme divertissante et de son goût pour la farce, qui a largement séduit le public – François Ruffin réussit à piéger le grand patron avec l’aide du couple de

¹²⁸ *Ibid.*

¹²⁹ Entretien avec Étienne Ollagnier réalisé le 3 décembre 2020, *op. cit.*

¹³⁰ *Ibid.*

chômeurs –, le film est une ode anticapitaliste : c’est grâce au travail local des 9 000 lecteurs engagés du journal indépendant et alternatif *Fakir* (fondé par le documentariste et homme politique) que le film a pris une telle ampleur. « On a mis en place un système de co-distribution avec eux, voyant d’emblée l’intérêt considérable que représentait cette collaboration, détaille Étienne Ollagnier. Chacun des 9 000 lecteurs-ambassadeurs disposait localement de matériel marketing spécifique, de kits d’affichage, de stands : cela s’apparentait beaucoup au fonctionnement d’une campagne politique, avec système de tractage, affichage sauvage, etc. Une fois que cette coopération a commencé, c’est devenu une machine de guerre. On a réalisé 14 000 entrées en avant-première, puis 40 000 la semaine de sortie (24 février 2016), soit un score démentiel de 1 000 entrées par copie. D’autres facteurs ont également contribué au déclenchement de ce succès colossal, comme le buzz autour de la censure à Europe 1 [la direction de la chaîne, proche de Bernard Arnault, serait intervenue pour annuler la participation de François Ruffin à l’émission de Frédéric Taddeï « Social Club »]¹³¹, ou encore l’article de Frédéric Lordon « Un film d’action directe » paru dans *Le Monde diplomatique*, véritable acte fondateur. Mais surtout, *Merci Patron !* a impulsé le mouvement social spontané Nuit Debout [né le 31 mars 2016 dans un esprit de “convergence des luttes”]. Il en est même devenu l’emblème, ayant été projeté de nombreuses fois en place publique. Cela a créé un marketing et une tenue dans la presse : on parlait du film tout le temps. On a cumulé 400 000 entrées en dix semaines, puis 120 000 autres sur les mois qui ont suivi. À nouveau, nous avons fait le choix d’une sortie serrée sur 40 copies, qui se sont ensuite multipliées. C’est d’ailleurs parce que le MK2 Beaubourg était seul sur la zone du cœur de Paris que l’engouement était si puissant. *Merci Patron !* lui a permis de réaliser entre 15 et 20 % de ses entrées annuelles. Nous n’avons pas sollicité l’UGC Ciné Cité Les Halles, mais ils sont aujourd’hui demandeurs de ce genre de films. »¹³² Le film devint un véritable phénomène de société et remporta le César du meilleur film documentaire en 2017.

Comme nous l’avons vu, la vie des documentaires en salles tient beaucoup aux animations qui les entourent. Les ciné-débats – qui permettent de créer du lien, de nouer des discussions autour des enjeux sociaux des films – jouent un rôle essentiel. Ils constituent un puissant moteur d’exploitation, et les spectateurs en sont généralement

¹³¹ JACQUES Anne-Sophie, « Merci patron : Ruffin décommandé d’Europe 1 », *Arrêt sur images*, 19 février 2016

¹³² Entretien avec Étienne Ollagnier réalisé le 3 décembre 2020, *op. cit.*

friands. « Ces moments de rencontre attirent en effet un large public, apportant un bénéfice commercial direct au distributeur et à l'exploitant, via la billetterie »¹³³, analyse la journaliste Béatrice de Mondenard dans son rapport *Écrire et accompagner le documentaire en salles*. Néanmoins, le montage financier pour organiser des séances-débats uniques n'est pas simple, et les coûts que doit supporter la salle sont parfois supérieurs aux recettes-guichets dégagées. Mais n'oublions pas que « ce travail d'animation est valorisé dans la demande de subvention Art et Essai des salles. [De plus], les rencontres avec les cinéastes contribuent largement au débat citoyen et à l'éducation à l'image du public », poursuit Béatrice de Mondenard. « [Elles] apportent à la salle une forme de plus-value sociale et culturelle, mais aussi une plus-value au film lui-même »¹³⁴, ajoute le président de l'AFCAE, François Aymé. En effet, la salle n'est pas seulement un espace d'émotion esthétique, mais aussi de réflexion critique. Elle a cette capacité à devenir une agora, à faire émerger la parole citoyenne, et les films peuvent être d'excellents supports pour aborder telle thème social. Ainsi l'équipe de Jour2Fête afficha-t-elle la volonté d'être offensive dans l'offre de ciné-débats à l'occasion de la sortie du documentaire de David Dufresne *Un pays qui se tient sage* (100 000 entrées, 2020). De nombreux intervenants furent mobilisés : Edwy Plenel, l'équipe de Mediapart, le Syndicat des avocats de France, le Collectif des mutilés pour l'exemple, le Comité Adama, ou encore le sociologue Didier Fassin. En effet, le film est sorti alors que le débat public autour des violences policières connaissait un pic. Régine Vial explique à cet égard qu'« un distributeur de film est un éditeur : il doit inscrire le film dans l'air du temps, dans les questions du moment, qu'elles soient politiques, philosophiques ou artistiques ». ¹³⁵ « On savait que ça allait fonctionner, donc on a eu envie de marquer le coup, raconte Étienne Ollagnier. Il faut être impressionnant sur ces films-là. On est forcément le petit d'un autre, et un documentaire reste une petite chose par rapport à une fiction d'un grand auteur. D'où cette idée de multiplier les rencontres et les axes thématiques des débats, en organisant parfois deux ou trois ciné-rencontres le même soir : on voulait faire une fête du film la semaine de sortie en l'exposant le plus possible. C'était une manière de l'imposer sur le marché, de l'imprimer dans l'esprit des

¹³³ DE MONDENARD Béatrice, *Écrire et accompagner le cinéma documentaire*, Enquête pour la SCAM, septembre 2016, *op. cit.*

¹³⁴ Table ronde « Le grand écran: chance ou ghetto pour le documentaire? », La Scam, 2013, en ligne [<https://www.dailymotion.com/video/x165cnb>], *op. cit.*

¹³⁵ Entretien avec Régine Vial réalisé le 9 décembre 2020, *op. cit.*

gens. »¹³⁶ Comme pour *Merçi Patron !*, le film a fait l'actualité et l'actualité a fait le film ; il a rencontré son époque. Toutefois, le rôle que joue l'actualité n'est pas toujours en faveur du succès du film. En témoigne la sortie compliquée du documentaire *Tahrir, place de la libération* de Stefano Savona en janvier 2012. Parfois, être trop dans l'actualité dessert le film. Ici, en l'occurrence, le jour de la sortie, toutes les chaînes de radio et de télévision ouvraient sur les manifestations massives au Caire, ce qui a dû laisser certains spectateurs-auditeurs et les dissuader de se rendre au cinéma voir un documentaire sur un sujet traité en boucle dans les médias. De plus, « entre septembre 2011 et janvier 2012, cinq films sur les révolutions arabes sont sortis en salles, précise Étienne Ollagnier. Ils s'adressaient au même public. On a réalisé 7 000 entrées – dont 70 % se sont faites sur des séances-débats –, mais on aurait pu en faire le triple ». ¹³⁷

Quant au choix de sortir le film à l'occasion d'une journée internationale (type Journée internationale de la défense des migrants, ou Journée internationale des droits des femmes), il n'est plus aussi stratégique que cela a pu l'être. « Cela pouvait fonctionner un temps, mais ça ne marche plus vraiment, car il existe des journées de tout, explique Mélanie Simon-Franza de La Grande Distribution. Positionner un film féministe le 8 mars n'est pas nécessairement pertinent, car les militantes sont déjà toutes mobilisées. »¹³⁸ À ce propos, ne serait-il pas judicieux de songer à créer une case CNC dans l'aide sélective à la distribution qui soit dédiée à la rémunération associative pour les sorties documentaires ? Nous avons vu comme les associations étaient des éléments moteurs et actifs dans la vie du film, de forts leviers de public : une rétribution financière serait pertinente pour les mobiliser davantage, de manière continue et sur un temps long. « Ce sont les associations qui font venir du monde en salles, et on ne prévoit rien pour elles, s'indigne Mélanie Simon-Franza. C'est vu comme du bénévolat. »¹³⁹ D'ailleurs, la distribution d'un documentaire au cinéma repose en partie sur un travail invisible du fait du caractère non éligible de nombreuses dépenses – il n'est par exemple pas possible de faire figurer des salaires liés la création d'un poste dans les frais de sortie, comme en atteste le schéma ci-dessous. Le travail de nombreux autres acteurs est également invisible : des équipes des festivals ou des ciné-clubs qui accueillent le film, au réalisateur qui accompagne les séances, en passant par le

¹³⁶ Entretien avec Étienne Ollagnier réalisé le 3 décembre 2020, *op. cit.*

¹³⁷ Table ronde « Circuits de diffusion du documentaire : salles de cinéma, médiathèques et autres lieux », en partenariat avec Images en bibliothèque et le GNCR, 2012, en ligne [<https://vimeo.com/121882943>]

¹³⁸ Entretien avec Mélanie Simon-Franza réalisé le 13 août 2020, *op. cit.*

¹³⁹ *Ibid.*

distributeur lui-même et ses salariés qui, parfois, ne peuvent être rémunérés à la hauteur du travail exigé et fourni. Ne serait-il pas temps de reconnaître cette partie immergée du travail ? Évoquer le bénévolat en aval de la filière est aussi une invitation à s'intéresser à son importante présence en amont – du côté des cinéastes, monteurs, techniciens, producteurs, qui doivent parfois renoncer à une part de leur salaire pour donner naissance à des documentaires.

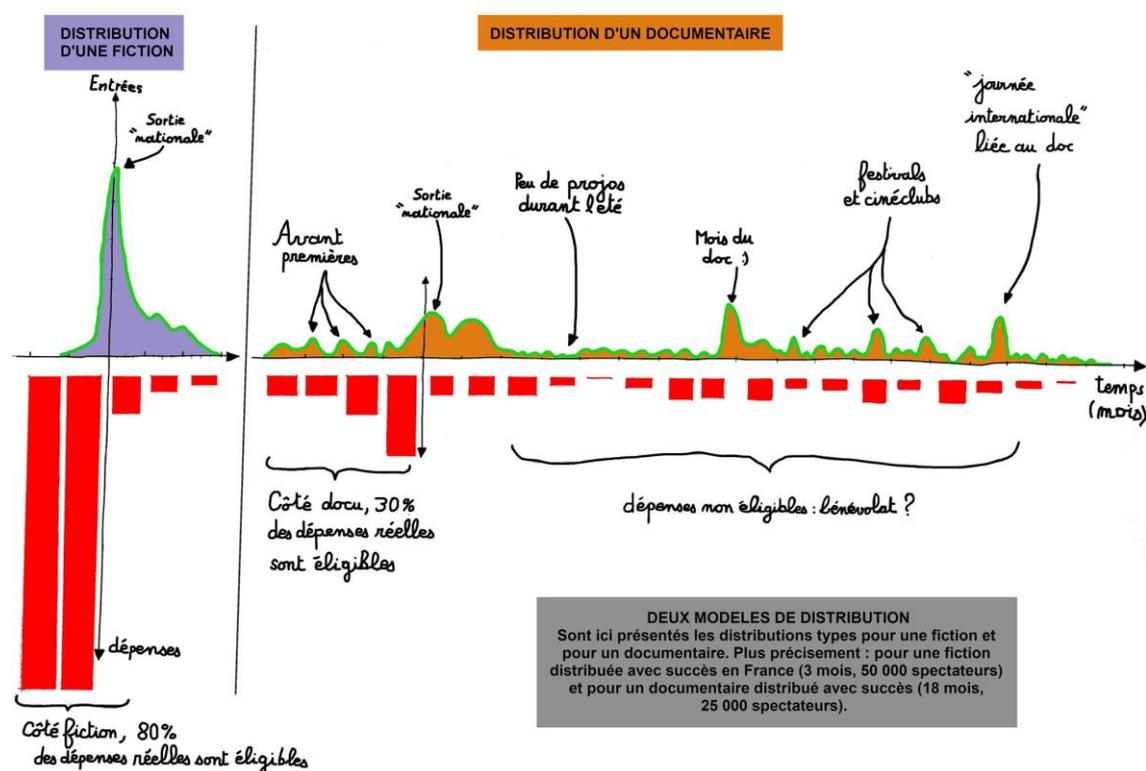


Fig.8. Schéma du fonctionnement de la distribution d'un documentaire en salles
Source : Jacques Pelissier, responsable de la distribution chez Juste Doc

Toutefois, terminons notre réflexion sur le fait que certaines maisons de distribution ne font pas ce travail sur le hors-média, laissant le soin à l'exploitant de défricher et mobiliser localement le tissu associatif pour accompagner le film en salles. Tout dépend en effet du nombre de titres que ces sociétés distribuent annuellement. Ainsi Cyril Burkel de Metropolitan FilmExport (où le volume moyen de sorties est de trente films par an) explique-t-il que « pour l'accompagnement de *Gunda* [qui offre, pour rappel, une plongée dans le monde animal], ce sont les exploitants qui feront une grande partie du travail de fond ; on les laisse trouver les intervenants. Le réalisateur Viktor

Kossakovsky ne parlant pas français, cela complique les débats ou l'organisation d'une tournée. Or, pour un pur film de cinéma comme celui-ci, cela me paraît délicat d'envoyer quelqu'un d'autre que lui. Quant aux militants et aux spectateurs sensibles à la cause animale, ils s'en empareront d'eux-mêmes. Il faut aussi savoir ne pas trop en faire : le travail fourni par les distributeurs américains positionne déjà le film sur une veine militante [notamment à travers le vibrant plaidoyer du producteur Joachin Phoenix contre l'exploitation des animaux, lors de la cérémonie des Oscars 2020]. Les films génèrent leurs propres commentaires. Pour *Gunda*, nous n'avons pas besoin d'un estampillage "Nicolas Hulot" pour que le public sensible à l'écologie ou au véganisme s'y intéresse, cela se met en place tout seul. On construira des partenariats, mais ceux-ci sont souvent associés à une large sortie. Or, la nôtre sera ciblée : nous travaillerons avec des exploitants qui jouent le jeu, qui garderont le film longtemps et qui activeront leurs réseaux. Nous privilégierons la durée de programmation. »¹⁴⁰ Nous voyons ainsi que le travail fourni par le distributeur n'est pas le même selon la manière dont le film pèse dans le line-up. Si une autre société avait distribué *Gunda*, le travail en direction du monde associatif aurait sans doute été différent. Toutefois, si le vendeur international a fait le choix de vendre le film à Metropolitan, c'est sans doute parce que celui-ci a pu avancer un MG suffisamment important en *up-front* (versement du MG en amont de la sortie). D'autres distributeurs moins solides financièrement auraient été contraints d'attendre la sortie en salles pour amortir le MG et les frais d'édition engagés.

Terminons cette étape de notre exposé en rappelant que les succès restent l'exception dans le domaine du documentaire : ce sont des performances très minoritaires culturellement. Ils existent mais « les films qui atteignent le haut du box-office sont "les arbres qui cachent la forêt" »¹⁴¹, selon la journaliste et écrivaine Annick Peigné-Giuly. Les entrées liées à cette cinématographie sont relativement restreintes et concentrées sur quelques titres. Cela reflète d'ailleurs l'état du cinéma en général : les succès ne concernent qu'un très petit nombre de films. « La souplesse de programmation créée par le numérique favorise la concentration du public sur quelques blockbusters »¹⁴², rappelle le journaliste Brice Couturier. Si les cinémas sont submergés de propositions,

¹⁴⁰ Entretien avec Cyril Burkel réalisé le 9 mars 2021, *op. cit.*

¹⁴¹ BLANGONNET-AUER Catherine, introduction à l'article « Le documentaire au box-office », *Images documentaires* n°57/58, 2ème et 3ème trimestre 2006, p. 9

¹⁴² COUTURIER Brice, « Cinéma : l'effet du numérique sur la distribution et l'exploitation en salle », dans l'émission « Les idées claires », *France Culture*, 13 mai 2016, en ligne [<https://www.franceculture.fr/emissions/les-idees-claires/les-idees-claires-vendredi-13-mai-2016>]

amener le public à venir en salles pour découvrir un documentaire n'est souvent pas aisé : la grande majorité de ces films ne trouve pas leur public. Les plus attractifs restent encore, comme nous l'avons vu, les documentaires à « sujet », notamment parce qu'ils sont portés par des associations, jouant un grand rôle de prescription auprès du public. Certaines contactent même parfois directement les cinémas pour voir des documentaires proches de leurs combats diffusés en salles, entraînant ainsi un public acquis – « au risque de laisser l'aspect artistique de côté, le public n'étant souvent là que pour débattre du sujet ». ¹⁴³ Ainsi la documentariste Julie Bertuccelli déclare-t-elle qu'il était « miraculeux de faire 200 000 entrées sur *La Cour de Babel* » ¹⁴⁴ distribué par Pyramide en 2014. Et perpétuer ces succès ne semble pas tout à fait réaliste, au regard de la profusion de l'offre filmique actuelle. Néanmoins, les analyses proposées de différentes sorties (de *Sugar Man* à *Un pays qui se tient sage* en passant par *Les Trois Sœurs du Yunnan*) nous ont permis d'ébaucher quelques critères de réussite de ces œuvres, pouvant faire office de guide à défaut de « recette miracle ».

¹⁴³ Table ronde « Une saison de documentaires en salle de cinéma : Quelles pratiques pour quels films? », en partenariat avec l'Acid et Documentaire sur grand écran, 19 mars 2019, en ligne [<https://www.cinemadureel.org/actualite/compte-rendu-de-la-matinale-une-saison-de-documentaires-en-salle-de-cinema-queles-pratiques-pour-quels-films/>], *op. cit.*

¹⁴⁴ GOUMARRE Laurent, « Gros plan sur le documentaire à l'occasion du festival Cinéma du Réel » dans l'émission « Le Nouveau Rendez-vous », *France Inter*, 20 mars 2018, en ligne [<https://www.franceinter.fr/emissions/le-nouveau-rendez-vous/le-nouveau-rendez-vous-20-mars-2018-0>]

III. L'avenir du documentaire en salles : problématiques et défis à relever par la profession

Si l'engouement du public pour les œuvres documentaires reste modéré, elles ont malgré tout toute leur place sur les écrans. En effet, le documentaire est un pilier de la diversité cinématographique qu'il faut non seulement préserver, mais faire prospérer. Le travail de documentaristes comme Alice Diop participe à débrider l'imaginaire dont semble souffrir quelque peu le cinéma français. Son prochain film, *Nous*, qui invite à une magnifique et poétique déambulation le long de la ligne du RER B, en est d'ailleurs un bel exemple. Les documentaires ne servent pas qu'à documenter le réel : « Ancrés dans le présent et aux prises avec l'époque, [ils] sont des preuves de vitalité de la création et des témoignages précieux de notre temps. »¹⁴⁵ Certes, du point de vue de son ancrage sur le marché, ce « genre » représente une goutte d'eau dans l'économie globale, mais il est important qu'il figure dans le paysage cinématographique, surtout qu'il n'occupe qu'un petit nombre d'écrans. En effet, certaines voix s'élèvent contre la trop grande place accordée aux comédies populaires à gros budget et promotion massive. D'ailleurs, la télévision finançant en grande partie le cinéma français, elle contribue à cette tendance – soit la production de films devant plaire au plus grand nombre pour être rentables. Néanmoins, de nombreux distributeurs et exploitants se battent pour que les documentaires de création existent en salles, et puissent faire pleinement partie de l'offre filmique proposée au public. Peut-être est-il temps que les rapports de force s'équilibrent, et que la fiction cesse d'être « le dominant du [7^e art] »¹⁴⁶, selon les mots de la chercheuse en socio-économie du cinéma et de l'audiovisuel, Chloé Delaporte. Voyons quels axes de progrès pourraient être travaillés pour mieux implanter le documentaire sur le marché, pérenniser son ancrage et transformer sa manière d'être exposé, notamment à la faveur de la crise que nous traversons.

¹⁴⁵ « France Culture / Lancement du label OH MY DOC ! », *France Culture*, 18 mai 2021, en ligne [<https://www.franceculture.fr/cinema/france-culture-lancement-du-label-oh-my-doc>]

¹⁴⁶ ETANCELIN Valentin, « “Adolescentes” de Sébastien Lifshitz, un OVNI aux César 2021 », *Huffington Post*, 12 mars 2021, *op. cit.*

1. Pistes pour améliorer la visibilité des documentaires en salles et renouveler le rapport du public avec le « genre »

Pour espérer accroître l'implantation du documentaire en salles, de nombreuses options peuvent être envisagées, tant au niveau des pratiques de programmation que de la manière d'approcher la question de l'événementialisation, de l'animation en salles, des partenariats, ou encore de l'usage des réseaux sociaux. Commençons par la programmation, qui reste le nerf de la guerre tant du côté des distributeurs que des exploitants. Dans la lignée des stratégies d'exposition du documentaire évoquées en première partie de cette étude, d'autres peuvent être explorées afin de lui octroyer une place singulière au sein de l'offre filmique. Ainsi Morgan Pokée, programmeur et animateur au cinéma Le Concorde à La Roche-sur-Yon, suggère-t-il l'idée d'une programmation décalée : « Au lieu de laisser le documentaire sur une semaine et potentiellement le mettre en difficulté pour exister face au nombre croissant de sorties [hebdomadaires], l'idée est de le programmer sur plusieurs semaines à des rendez-vous fixes, laissant ainsi faire le bouche-à-oreille. »¹⁴⁷ Difficile, cependant, pour de nombreux exploitants d'anticiper leur programmation autant à l'avance. À l'inverse, Vanessa Ode, programmatrice chez CGR, insiste sur l'importance, selon elle, de « ne pas traiter le documentaire différemment d'un film de fiction et d'éviter [autant que possible de programmer] ce cinéma sur une temporalité [distincte], afin qu'il entre davantage dans les mœurs ». ¹⁴⁸ Rendre le public coutumier de ce type de films devrait avoir un effet vertueux. Mais à ce propos, ne faudrait-il pas encourager les circuits à programmer davantage de documentaires dans leurs salles ? Cela semble du moins nécessaire en vue d'augmenter la part de marché du documentaire dans les entrées globales. Toutefois, inciter les circuits à se tourner davantage vers le documentaire apparaît fort complexe, car ce « genre » ne fait pas vraiment partie de leur culture. De plus, l'exploitation est aujourd'hui sinistrée par la crise économique liée à la pandémie de Covid-19 : les salles de cinéma étant restées fermées pendant plus de trois cents jours entre 2020 et 2021, elles vont avoir besoin de générer rapidement de la trésorerie – les

¹⁴⁷ Table ronde « Une saison de documentaires en salle de cinéma : Quelles pratiques pour quels films? », en partenariat avec l'Acid et Documentaire sur grand écran, 19 mars 2019, en ligne [<https://www.cinemadureel.org/actualite/compte-rendu-de-la-matinale-une-saison-de-documentaires-en-salle-de-cinema-quelles-pratiques-pour-quels-films/>], *op. cit.*

¹⁴⁸ *Ibid.*

circuits tout particulièrement car, outre les ventes de confiserie, ils dépendent presque uniquement de la recette billetterie. Ainsi, Pathé n'a pas pris et ne prendra pas le risque de programmer des documentaires dans une période si inédite et critique – y compris des titres au fort potentiel commercial, tel *Adolescentes* –, car le public de ces films ne constitue pas son cœur de cible. « Ce n'est pas la priorité de nos salles actuellement, explique Antoine Cabot, directeur pour Paris intra-muros chez les cinémas Pathé Gaumont. C'est peut-être un film que l'on sortirait à un autre moment mais, dans le contexte actuel, on ne va pas prendre ce risque. »¹⁴⁹ Néanmoins, abstraction faite de la crise, peut-être ne faut-il pas croire que les circuits se désintéressent du documentaire, comme en atteste le témoignage de Mélanie Simon-Franza, fondatrice et gérante de La Grande Distribution : « J'ai découvert que certains directeurs de salles de circuits étaient très réceptifs à mes propositions de films et de soirées-débats. Sur *#Female Pleasure* de Barbara Miller [2019, Juste Doc], on a fait des superbes séances chez CGR, notamment à Clermont-Ferrand, où une manifestation féministe s'est terminée devant le cinéma au moment où finissait la projection. Tout le monde est entré dans la salle, c'était impressionnant. De plus, des graphistes en interne sont chargés de créer les visuels pour annoncer ces ciné-rencontres : leur identité marquée et efficace accroche le regard. Mais il est certain que pour la programmation de films documentaires, le mieux est de contacter directement les directeurs des salles : toujours sur *#Female Pleasure*, on a organisé une séance à l'UGC Ciné Cité Vélizy, et le débat était formidable, car la directrice de la salle était très sensible aux questions féministes, elle avait envie de faire des choses. Dans le documentaire, il faut privilégier le directeur au programmeur. »¹⁵⁰ De la même manière, c'est le directeur de l'Escorial (cinéma Art et Essai situé dans le 13^e arrondissement de Paris), François Joannis, qui organise « Les dimanches du documentaire », et non Éric Jolival, qui programme Les Écrans de Paris, dont fait partie l'Escorial. Il est d'ailleurs à noter qu'il s'agit là d'un rendez-vous devenu un exemple de réussite au fil des années pour un créneau de 11 heures le dimanche matin. Là où il n'y avait que vingt spectateurs au début, la salle est aujourd'hui souvent pleine, cela étant aussi dû à l'exigence de François Joannis qui demande à ce que le réalisateur soit systématiquement présent pour accompagner son film : c'est un gage de la qualité de ce rendez-vous.

¹⁴⁹ Table-ronde « Les enjeux du financement et de la sortie en salles des documentaires cinématographiques », webinaire dans le cadre de la Semaine des Arts & Médias, Université Sorbonne Nouvelle, 8 mars 2021, en ligne [<https://nouvelnormalite.artsetmedias.fr/>]

¹⁵⁰ Entretien avec Mélanie Simon-Franza réalisé le 13 août 2020, *op. cit.*

Toutefois, côté circuits, il serait temps de commencer à faire appliquer l'accord interprofessionnel signé le 13 mai 2016 à Cannes sur les engagements de programmation. Celui-ci devait contraindre les exploitants à respecter des obligations de programmation en termes de diversité – afin d'éviter des excès et maintenir à l'affiche pendant quinze jours les films les plus fragiles. Mais « les circuits n'ont pas renouvelé leurs engagements et le CNC n'a aucun moyen de les y contraindre, rappelle la journaliste Nicole Vulser. Sauf à envisager de conditionner les aides aux exploitants à des obligations de diversité dans leur programmation, [ce qui] n'est pas à l'ordre du jour. »¹⁵¹ Outre ces mesures coercitives, il apparaît également nécessaire de faciliter l'accès aux films porteurs, type Marvels, pour les salles de la petite exploitation – qui soit obtiennent une copie trop tardivement, soit sont assujetties au plein-programme si elles ne font pas partie d'une entente. En effet, cela leur permettrait d'engranger de la trésorerie plus rapidement, et donc de défendre des films plus pointus par ricochet. Mais ces salles sont souvent à la merci des gros distributeurs avec qui le rapport de forces est fortement inégal dans la négociation.

Par ailleurs, dans la lignée d'actions menées par des structures comme CINA (les Cinémas indépendants de Nouvelle-Aquitaine) évoquée plus haut, ou Ciclic (l'agence régionale du Centre-Val de Loire pour le livre, l'image et la culture numérique), il semble qu'il faille mener un travail plus soutenu pour rapprocher davantage le documentaire des exploitants. Ce type d'associations – qui se donnent pour mission la défense du cinéma Art et Essai dans sa diversité et l'accompagnement des professionnels de l'exploitation, notamment autour du documentaire – aident majoritairement des petites salles qui n'ont parfois qu'un seul écran, en multipliant les actions de promotion, d'animation, de diffusion, d'organisation de manifestations régulières ou exceptionnelles. Mais sans doute ce travail doit-il être mené avec plus de vigueur encore, notamment en augmentant le nombre de postes de médiateurs culturels, qui manquent cruellement, comme nous l'avons déjà souligné. Un travail en profondeur serait également à effectuer dans certaines salles de province où vient un public généraliste. En effet, en zone rurale ou dans de petites villes, nombre d'entre elles sont trop désincarnées, car programmées par des ententes telles que le GPCI (Groupement de programmation des cinémas indépendants), MC4 ou encore Cinédiffusion. L'absence d'une personnalité qui pourrait réorienter, donner une identité à la salle, se reflète dans

¹⁵¹ VULSER Nicole, « Le cinéma, grand blessé du Covid-19 malgré les aides », *Le Monde*, 1^{er} avril 2021

l'offre cinématographique proposée, qui souffre d'un manque de diversité. Or, dans chacun de ces territoires se trouve un public cinéphile potentiel à créer, renouveler, « éduquer ». De nombreuses salles programmées par ces circuits régionaux font malgré tout un travail d'animation, mais l'impulsion vient plus souvent du directeur, ou de l'association Art et Essai qui gère le cinéma, que du programmateur lui-même, qui travaille à distance. Et sans cette présence sur place d'un permanent, tout le travail évoqué jusque-là et indispensable autour du documentaire – à savoir la prise de contact avec les associations locales, les divers partenariats à mener avec des structures environnantes comme les médiathèques, la création d'un rendez-vous pour prendre le temps de fidéliser un public, etc. – n'est pas possible. Ces cinémas, souvent à taille humaine, disposent pourtant d'atouts significatifs pour faciliter les ciné-rencontres et les conversations post-projections, mais ils souffrent de ne pas être davantage « habités » par un permanent, par une équipe à même de développer des liens étroits avec le public, comme avec les cinéastes invités. En outre, malgré le maillage exceptionnel du territoire (la France possède le plus grand parc de salles d'Europe avec 5 241 salles) et le foisonnement culturel que l'on constate dans certains milieux ruraux, des zones blanches persistent. Or, comme le raconte Amélie Jaquet (responsable informatique et ressources numériques à la bibliothèque départementale de Haute-Saône), « quand on organise des projections publiques dans nos bibliothèques de village, sur grand écran, dans le cadre du “Mois du doc”, il y a du monde ! Cela montre qu'il y a du public qui peut accrocher, ici comme ailleurs ». ¹⁵² Et il est vrai que les documentaires réalisent parfois de bien plus beaux scores en zone rurale, où l'offre filmique est moins large que dans les agglomérations. De nouvelles salles Art et Essai pourraient ainsi voir le jour, ou bien certaines déjà existantes être reprises par des personnes dynamiques. Il s'agit là de faire confiance à tout un pan du public pour l'amener sur des films moins consensuels qui le surprendront sans doute d'abord, puis le séduiront peut-être ensuite. C'est ainsi, par exemple, que Jean-Fabrice Janaudy, directeur adjoint chez Les Acacias, est devenu bénévole au Beaumanoir, une petite salle rurale située à Josselin (2 500 habitants), dans le Morbihan, où vient un public généraliste et provincial. Le cinéma dispose d'une case Art et Essai le jeudi soir, mais « jamais le travail autour du documentaire n'avait été fait jusqu'à présent, explique-t-il. [Or,] il y a une demande non formulée et inconsciente chez ce public, une envie de découverte. On a réuni une

¹⁵² GENISSEL Benjamin, « Comment les bibliothécaires se mobilisent pour promouvoir le documentaire ? », *Le Blog documentaire*, 4 mars 2021, *op. cit.*

cinquantaine de spectateurs sur *Un pays qui se tient sage*, ainsi que sur *Honeyland*, pour lequel nous avons organisé une rencontre avec un apiculteur. Évidemment, ils étaient surpris par le film, car ils s’attendaient à un documentaire télé. Mais cela a permis de parler d’apiculture et de cinéma ; c’était très intéressant. La marge de manœuvre pour capter ces publics potentiels dans l’Art et Essai est donc énorme. Cela concerne beaucoup de salles associatives comme le Beaumanoir, animées par des bénévoles, et où il n’y a pas toujours un permanent ». ¹⁵³ L’association souhaite d’ailleurs s’étoffer et s’entourer de personnes toujours plus cinéphiles. Il y a ainsi un large public à aller chercher aux quatre coins du territoire, et si ce type d’initiatives se propageaient, il ne fait aucun doute que la part d’entrées relatives aux documentaires augmenterait – pas de manière significative certes, mais cette addition de lots de spectateurs participerait à son accroissement. En outre, la question des cinémas municipaux est également prégnante, car leur programmation peut dépendre de la politique culturelle du maire en place, si celui-ci est en faveur ou non d’un classement Art et Essai, et donc d’un pourcentage de films labellisés programmés.

Notons enfin qu’une aide à la programmation de films documentaires vient d’être créée, à l’initiative de France Culture, de La Cinémathèque du documentaire, des Écrans, de Mediapart et de Tënk, qui se sont alliés pour lancer le label Oh My Doc !. Celui-ci vise à aider « de nombreuses œuvres d’auteur de qualité à trouver leurs publics, [alors qu’elles n’ont] pas toujours la visibilité qu’elles méritent dans un panorama très concurrentiel. Les cinq partenaires soutiendront douze titres par an [dès leur sortie en salles] et les accompagneront avec leurs atouts éditoriaux respectifs. [Ce] coup de projecteur profitera d’abord à *17 Blocks* de l’Américain Davy Rothbart, [puis à] *143 rue du Désert* de l’Algérien Hassen Ferhani [et enfin à] *Solo* du regretté Artemio Benki ». ¹⁵⁴ Ce geste fort en direction d’un genre en pleine effervescence créative est le signe d’une attention particulière portée au documentaire, qui lui permettra – espérons-le – de conquérir davantage d’écrans.

¹⁵³ Entretien avec Jean-Fabrice Janaudy réalisé le 8 décembre 2020

¹⁵⁴ LEMERCIER Fabien, « Naissance du label Oh My Doc ! », *Le Film français*, 18 mai 2021



Fig.9. Logo d'Oh My Doc !
Crédits : Radio France

Les différentes manières d'animer une séance sont aussi des biais pour attirer le public et renforcer l'attractivité du documentaire en salles. Plusieurs pistes sont ainsi suggérées par des exploitants qui réfléchissent aux façons de renouveler la manière d'amener ces films aux spectateurs. Ainsi Emmanuel Vigne, directeur du Méliès de Port-de-Bouc, organise-t-il une résidence dans son cinéma : « On offre une carte blanche à un cinéaste qui s'immerge dans la ville et prépare son nouveau film, raconte-t-il. La proximité créée avec les habitants-spectateurs entraîne ainsi une attraction vers la salle. »¹⁵⁵ De plus, l'exploitant propose de coupler un documentaire avec un film de patrimoine – une sorte de double événementialisation des œuvres –, mais aussi de jouer avec les lieux alternatifs et de développer la connexion avec les autres arts. Il faut, selon lui, « profiter de cette énergie nouvelle, plus proche du jeune public, particulièrement dur à convaincre, échaudé notamment par les dispositifs scolaires peu adaptés ». ¹⁵⁶ De son côté, Clémence Renoux, directrice et programmatrice du cinéma associatif Le Cigalon à

¹⁵⁵ Table ronde « Une saison de documentaires en salle de cinéma : Quelles pratiques pour quels films? », en partenariat avec l'Acid et Documentaire sur grand écran, 19 mars 2019, en ligne [https://www.cinemadeurel.org/actualite/compte-rendu-de-la-matinala-une-saison-de-documentaires-en-salle-de-cinema-queelles-pratiques-pour-quels-films/], *op. cit.*

¹⁵⁶ *Ibid.*

Cucuron (Vaucluse), évoque la pratique de l'Acid-Pop, l'« université populaire » mise en place par l'Acid. « L'idée est de programmer cinq séances sur l'année où une rencontre entre un cinéaste de l'Acid et un réalisateur se déroule en amont de la projection, détaille-t-elle. Cette dernière est ensuite suivie d'une discussion avec le public. À Cucuron, je ne le pratique qu'avec le documentaire et les résultats s'avèrent particulièrement positifs. »¹⁵⁷ En effet, mener ce genre d'actions, ou se montrer davantage créatif dans la manière d'événementialiser les séances en créant des ponts avec d'autres arts, par exemple, semble essentiel pour rajeunir l'image du documentaire en salles. Le champ des possibles est immense : l'exploitant peut expérimenter de nouvelles pratiques, en croisant le documentaire avec d'autres disciplines artistiques, ou en organisant des événements festifs – projections suivies de repas conviviaux, ciné-concerts, cafés-philos, spectacles vivants, expositions, lectures à voix haute, séances d'écoute de documentaires sonores dans le noir sur le modèle des goûters d'écoute ARTE Radio, etc. Tout cela peut s'avérer très attractif. Il faut « repenser de manière ludique la sortie des œuvres et susciter le désir au-delà des initiés »¹⁵⁸, clament Agnès Salson et Mikael Arnal, créateurs du nouveau cinéma toulousain La Forêt électrique. Cela peut passer par des ateliers pédagogiques de découverte de la création documentaire, ou des stages d'analyse filmique à l'instar de ceux organisés au Ciné 104 à Pantin. Travailler à rendre le documentaire populaire auprès des jeunes publics, les y sensibiliser autrement est primordial pour lui ôter cette image d'un cinéma vieillot et ennuyeux. Ainsi, l'initiative de « La P'tite Unipop [lancée par le] cinéma Jean Eustache à Pessac [Gironde] inclut des projections de films documentaires, suivies de cours adaptés aux enfants sur l'histoire du genre ». ¹⁵⁹ Dans cette lignée, la création du jury des jeunes par le festival Cinéma du réel témoigne d'une volonté d'impliquer davantage ces publics. Le groupe, composé d'étudiants volontaires, décerne un prix à un film de la compétition. La multiplication des initiatives autour des jeunes ambassadeurs ou des apprentis programmeurs dans les cinémas est également encourageante. « Il faut sortir des carcans, décloisonner les genres, poursuivent Agnès Salson et Mikael Arnal. L'Art et Essai souffre d'une image «élitiste» auprès des publics. Il faut valoriser les films différemment et ne pas jouer avec les vieilles étiquettes. [Ainsi], les débats «citoyens»

¹⁵⁷ *Ibid.*

¹⁵⁸ MAL Cédric, « Comment réinventer l'exploitation cinématographique ? », *Le Blog documentaire*, 13 janvier 2015

¹⁵⁹ CHARLES Astrid, « Une salle dédiée au cinéma documentaire : du bon usage de la spécialisation en faveur de la diversité culturelle », mémoire de fin d'études Fémis, 2015, p. 42, *op. cit*

qui accompagnent parfois certaines projections peuvent s'avérer trop rébarbatifs. En se focalisant davantage sur le fond que sur la forme, en abordant des problématiques rebattues (environnement, droits de l'Homme, questions sociales, etc.), de telles rencontres minorent parfois le travail des cinéastes dont l'œuvre se retrouve réduite à un discours. On peut citer en exemple la mise en place d'ateliers de cadavres exquis avec les adolescents autour de la sortie de *Conversation animée avec Noam Chomski* de Michel Gondry, ou encore l'organisation quotidienne de rencontres et de projections autour de la sortie de *Mille Soleils* de Mati Diop au Cinéma du Panthéon, à Paris (film surprise en supplément, performances, présentation des séances par des cinéastes, court-métrages, etc.). »¹⁶⁰ Les manières de détourner la forme classique des ciné-débats et l'accompagnement des films documentaires sont multiples. Ainsi le film *Colette* d'Anthony Giacchino – centré sur la figure d'une ancienne résistante française, et récompensé cette année par l'Oscar du meilleur court-métrage documentaire – apparaît-il comme un support intéressant pour proposer une exploitation originale en salles. En effet, il fait partie d'une galerie de mini-documentaires consacrés à des vétérans de la seconde guerre mondiale, et proposés en supplément du jeu vidéo de guerre en réalité virtuelle « Medal of Honor : Above and Beyond », dont le scénario se déroule durant le conflit. Ce type d'objet pourrait ainsi être l'occasion d'organiser en salles un double, voire triple événement qui croise les genres, mêlant à la fois les aspects ludique du jeu vidéo, cinéphilique du film et historique, en organisant par exemple une rencontre avec la protagoniste ou une historienne. Jouer de cette porosité entre les médias peut être un des moyens de désenclaver le documentaire, d'en faire un cinéma désirable y compris aux yeux des jeunes générations.



Fig.10. Le court-métrage *Colette*, issu du jeu vidéo « Medal of Honor »
Sources : Allociné et Vice.com

¹⁶⁰ MAL Cédric, « Comment réinventer l'exploitation cinématographique ? », *Le Blog documentaire*, 13 janvier 2015, *op. cit.*

Il est également important de renouveler l'approche du ciné-débat, en organisant des discussions plus informelles, en essayant de rompre avec ce rapport hiérarchisé spectateur assis/intervenant debout. Puiser dans les techniques inspirées de la philosophie de l'éducation populaire, comme celle du débat mouvant, peut se révéler à cet égard une initiative plaisante pour les spectateurs : il est possible de les inviter à se positionner sur la scène pour exprimer leurs impressions sur le film, ou à se déplacer de table en table pour discuter en petits groupes des questions soulevées par le documentaire. L'idée est de tirer parti de la spécificité de ces lieux uniques que sont les cinémas, de jouer sur cette plus-value, d'encourager une meilleure circulation de la parole. Il peut aussi s'agir d'imaginer des lieux attenants à la salle pour créer une atmosphère particulière plus détendue, propice au partage de sensations et d'émotions après le visionnage du film. D'ailleurs, associer à la salle de cinéma d'autres aires de convivialité et de partage est essentiel – espace de restauration, de *coworking*, galerie d'art, etc.

En outre, certains distributeurs développent des idées originales dans la manière de promouvoir leurs documentaires, à l'image des expositions de photographies organisées par Météore Films à l'occasion des sorties de *Monrovia, Indiana* de Frederick Wiseman et de *Derniers jours à Shibati* de Hendrick Dusollier. Des tirages d'images extraites des films avaient été exposés dans le hall de certains cinémas, comme au Reflet Médicis à Paris, au Comoedia à Lyon, ou encore au Café des images à Hérouville (Calvados), notamment en amont de la sortie afin de donner au public un bel avant-goût.



Fig.11. Exposition photo à l'occasion de la sortie de *Derniers jours à Shibati*

Ces événements créés en parallèle de la sortie, ou ces supports promotionnels annexes, sont particulièrement attrayants et ne nécessitent pas toujours d'importants moyens financiers, même s'il est vrai que leur portée est décuplée lorsque le distributeur dispose d'une plus grande enveloppe budgétaire. Ainsi, pour la sortie de *Woman* de Yann Arthus-Bertrand et Anastasia Mikova (Apollo Films, 4 mars 2020), un livre fut publié, et une exposition immersive réalisée à partir des milliers de témoignages recueillis pour le film était prévue à la Villette au mois d'avril. Des modèles inspirants sont enfin à puiser dans d'autres salles nationales ou européennes, comme du côté de l'Aquarium Ciné-Café à Lyon – qui propose des ateliers documentaires (projections, analyses de films, exercices pratiques) –, ou du Dokukino à Zagreb en Croatie. Cette salle, entièrement dédiée au « genre » (de la production à la diffusion), est gérée par l'organisation Restart. Leur cycle de documentaires de répertoire connaît un beau succès, et la proximité qu'ils ont su créer avec les spectateurs est très appréciée. « L'idée est de venir ici et de se sentir à la maison, explique Inja Korać, chargée de la programmation. Il faut que le lieu soit confortable [des poufs sont installés devant l'écran]. C'est un événement social de venir voir des documentaires. (...) J'adore notre public, les gens aiment venir ici et poser des questions aux équipes ; ils viennent étendre leur vision du monde. Nous recevons souvent des e-mails de spectateurs qui nous disent "vous devriez diffuser ça", ou "c'était une superbe soirée". On communique le plus possible avec eux : c'est ça l'avantage d'un petit cinéma, par rapport à un multiplexe. »¹⁶¹ La convivialité et l'intimité créées peuvent ainsi être érigées comme modèles à reproduire. Au-delà du film, offrir une expérience au public est essentiel.

¹⁶¹ ARNAL Mikael et SALSON Agnès, « Cinema makers, le nouveau souffle des cinémas indépendants », Ed. Le Blog documentaire éditions, 2019, p. 64-66



Fig.12. Café attenant à la salle du Dokukino
Source : <http://tourdescinemas.com/doku-kino-zagreb/>

Par ailleurs, une meilleure implantation du documentaire en salles passe par un fin travail mené au niveau des partenariats hors-média. En effet, comme nous l'avons vu, certains noués à l'échelle nationale peuvent s'avérer inefficaces si les antennes locales ne sont pas mobilisées – c'est le cas de la Ligue des droits de l'Homme par exemple. Il faut davantage viser des associations qui sauront s'emparer du film et mobiliser leurs relais locaux, comme Amnesty ou Attac, sans que le distributeur ait à les solliciter individuellement. Il est également pertinent pour ce dernier d'externaliser cette mission de défrichage associatif en la déléguant à des organismes qui ont cette compétence et une connaissance du terrain. Ainsi, pour la sortie le 16 juin 2021 de *Douce France* de Geoffrey Couanon (l'histoire de trois lycéens de banlieue parisienne qui s'interrogent sur le projet EuropaCity – aujourd'hui abandonné –, l'aménagement du territoire et leur avenir), Jour2fête a fait appel à « De deux choses lune », une association d'éducation populaire et de sensibilisation aux enjeux agro-écologiques. Elle va accompagner la sortie du film à travers une animation territoriale, et déployer un réseau afin que « dans chaque région, des acteurs s'organisent et réunissent les collectivité ainsi que tous les acteurs du territoire autour de ciné-débats »¹⁶² – notamment dans les agglomérations où les enjeux d'étalement urbain et de destruction d'espaces communs sont importants.

¹⁶² <https://doucefrance-lefilm.fr/>

« C'est un peu un gouffre financier, mais le film va être utilisé par plusieurs associations régionales comme étendard de différentes luttes, y compris pour des projets qui n'ont pas de lien direct avec EuropaCity, précise Étienne Ollagnier, co-fondateur et gérant de Jour2Fête. C'est une sorte de partenariat économique où ces associations sont payées pour accompagner la sortie et organiser la tournée, en mobilisant à la fois des artisans, des agriculteurs, des ressourceries, des ONG, etc. (...) Une remarquable dynamique de diffusion est déjà à l'œuvre depuis l'été 2020. Avant le deuxième confinement, près de 150 débats étaient prévus entre novembre 2020 et janvier 2021. »¹⁶³ Un guide de projection à l'usage des salles de cinéma, des associations, des collectivités ou encore des entreprises qui souhaiteraient organiser une projection, a également été mis en ligne. Déléguer ce travail à mener auprès du secteur associatif est ainsi souvent une stratégie gagnante, mais encore faut-il pouvoir le budgéter.

Enfin, la puissance des nouveaux outils numériques est telle que le digital est un terrain à investir massivement. La nature du bouche-à-oreille a été totalement transformée par l'arrivée de réseaux comme Facebook – dont la communauté représente trois milliards d'individus dans le monde. Cela invite à repenser et optimiser sa présence sur le web ainsi que l'usage des réseaux sociaux afin, notamment, de favoriser un bouche-à-oreille plus puissant autour des documentaires. En effet, si « la communication digitale occupe une place de plus en plus importante dans la promotion des films »¹⁶⁴, de nombreuses petites maisons de distribution négligent encore ce poste de dépense, ou n'utilisent pas cette enveloppe à bon escient. Or, booster les posts sur Facebook est essentiel car il est difficile de toucher une large cible en s'appuyant uniquement sur leur portée organique. Sans campagne payante, une publication n'arrive pas à atteindre des audiences très importantes : il ne touche que 5 à 10 % de la communauté virtuelle – sachant que sponsoriser à hauteur de 200 € ne permet pas d'avoir un impact satisfaisant. Mais certaines maisons de distribution diluent l'enveloppe dédiée à la communication numérique en multipliant les mini-boosts sur Facebook (notamment pour les événements créés ville par ville). Mieux vaut plutôt concentrer les frais et les diriger sur une publication stratégique, comme la bande-annonce, pour augmenter son impact. Par ailleurs, toujours du côté des réseaux sociaux, la multiplication des pages consacrées aux films n'est pas, là non plus, toujours stratégique, car les alimenter et constituer une

¹⁶³ Entretien avec Étienne Ollagnier réalisé le 3 décembre 2020, *op. cit.*

¹⁶⁴ « Observatoire de la production cinématographique », mars 2021, CNC

communauté demande du temps. La viralité des réseaux doit être mieux exploitée. Ainsi l'idée de fédérer plusieurs films autour d'une même page apparaît-elle judicieuse. La création de celle intitulée « Les films qui font débat » – née du Facebook de *Merci Patron !* et qui a agrégé entre-temps de nombreux autres films militants – en est un bon exemple : elle réunit aujourd'hui plus de 50 000 abonnés. « Cela permet d'avoir un très gros impact sur nos événements, explique Étienne Ollagnier. Ce sont des outils que l'on construit au sein de Jour2fête et, plus on va agréger de films forts, plus notre communauté va s'amplifier. Il faut jouer de la porosité de certaines d'entre elles autour de nos films. »¹⁶⁵ Dans ce même esprit, peut-être certains distributeurs devraient-ils songer à mutualiser leurs énergies – malgré la concurrence qui sévit – pour constituer une communauté suffisamment large qui bénéficierait à l'ensemble des films qu'ils distribuent. Enfin, sans doute serait-il pertinent de mener une réflexion sur les titres des événements Facebook, qui se ressemblent tous et regorgent des mêmes expressions (« ciné-débat en présence de... », « ciné-rencontre avec... »). Il faut faire preuve d'intelligence et d'originalité dans la manière de s'adresser au public à travers le choix de l'appellation donnée à la séance, en effaçant par exemple le film au profit de la teneur du débat qui lui fera suite. « Lorsqu'un distributeur sort un documentaire et l'accompagne d'un débat, celui-ci devient accessoire du film, raconte Mélanie Simon-Franza. Mais sur la continuation, quand l'exploitation en salles se prolonge dans le temps, il faut faire en sorte que le film devienne accessoire du débat. Sur *#Female Pleasure*, on a organisé des débats thématiques, dont l'un était intitulé "L'affaire Luc Besson", sans mention du film. On avait invité l'actrice Sand Van Roy [qui avait déposé une plainte à l'encontre du réalisateur] accompagnée de son avocate. Pareil pour l'affaire Baupin : on avait notamment invité Sandrine Rousseau et Audrey Pulvar, et la séance s'intitulait "Paroles de femmes invincibles !". Le film n'existe plus dans la manière de vendre la séance, et l'événement devient une sorte de table-ronde. C'est le film qui vient s'ajouter au débat, et non l'inverse »¹⁶⁶, et c'est l'échange proposé à l'issue de la séance qui devient l'élément attractif et vendeur. Une manière intelligente d'attirer des spectateurs « qui sont loin du cinéma, autant géographiquement que dans leur tête »¹⁶⁷, poursuit-elle. Certains vont en effet être davantage attirés par le thème de la table-ronde, mais ils achèteront quand même leur place pour voir le film présenté

¹⁶⁵ Entretien avec Étienne Ollagnier réalisé le 3 décembre 2020, *op. cit.*

¹⁶⁶ Entretien avec Mélanie Simon-Franza réalisé le 13 août 2020, *op. cit.*

¹⁶⁷ *Ibid.*

ensuite, et cela génère des entrées. « C'est une question de formulation, de choix de mots, pour certains assez racoleurs, avoue-t-elle. Mais cela fonctionne très bien. Il faut sortir du lot et arrêter d'employer systématiquement les termes "ciné", "rencontre" ou "projection" dans le titre même des événements. L'idée étant de faire venir des gens non cinéphiles, ne leur vendons pas du cinéma. »¹⁶⁸ Ainsi, de multiples prises existent dans la manière d'envisager la programmation, l'animation en salles, les partenariats, ou encore l'usage des réseaux sociaux, pour accroître la visibilité du documentaire en salles et ses chances de toucher un public élargi.

2. Réflexions autour d'un mode d'exploitation différencié

Le documentaire occupant une position marginale au sein du marché, il semble raisonnable de réfléchir à l'invention d'un autre modèle d'exposition. Ainsi, la question de l'affranchissement de la sortie nationale classique peut se poser. C'est du moins l'idée formulée par Sylvain Pichon, directeur du Méliès à Saint-Étienne, pour qui « le documentaire ne peut être envisagé comme une sortie traditionnelle ».¹⁶⁹ « Je me demande si on expose ces films de la bonne manière, s'interroge-t-il. La logique de la sortie nationale est biaisée, car elle n'a de sens que pour le marché parisien [un film ne peut a priori exister dans la capitale que s'il est daté et accompagné de l'attirail presse et marketing, alors que l'urgence n'est pas forcément la même en province]. Il faut tester des choses, et voir comment on pourrait faire exister le documentaire différemment dans l'esprit des spectateurs, en créant par exemple des rendez-vous, des temps forts durant lesquels ils pourraient se plonger dans ce cinéma comme lors d'un festival. Pour arriver à faire ce chemin de culture vers le documentaire, on pourrait coupler un film qui s'adresse davantage au grand public avec un objet plus pointu, pour aiguïser une curiosité. Il faudrait tendre vers ce mélange, vers cette mise en perspective de plusieurs œuvres. La porte d'entrée ne serait plus seulement le sujet [qui est certes un puissant facteur d'attractivité] mais la forme documentaire en elle-même. »¹⁷⁰ De plus, l'économie gravitant autour du documentaire étant globalement restreinte – à l'exception de quelques fulgurances autour de films lucratifs –, faire un pas de côté en

¹⁶⁸ *Ibid.*

¹⁶⁹ Entretien avec Sylvain Pichon réalisé le 23 novembre 2020, *op. cit.*

¹⁷⁰ *Ibid.*

se situant hors marché peut sembler judicieux. C'est ce que propose Sylvain Pichon : « Les succès comme ceux autour du *Cauchemar de Darwin* ou d'*Être et avoir* ne pourraient plus avoir lieu aujourd'hui, car il y a une multiplication de l'offre, y compris en ligne, poursuit-il. Et le documentaire ne fait réellement vivre ni les salles, ni les distributeurs. Dès lors, à nous de créer une économie autour de lui. On ne prend actuellement pas assez de risques pour défendre des films moins porteurs, et on ne met plus assez en avant nos coups de cœur. Osons autre chose. Certaines salles pourraient par exemple faire alliance avec quelques distributeurs pour organiser des manifestations autour du documentaire, hors des sacro-saintes sorties nationales. Ou bien pourraient-elles également être impliquées très tôt dans la distribution d'un film pour lui trouver le meilleur écho au niveau local, en organisant des prévisionnements pour les salles périphériques de la région. Le cinéma deviendrait une sorte de relais de programmation. »¹⁷¹ Une réflexion qui n'est toutefois sans doute pas près d'être menée par un grand nombre de professionnels, a fortiori dans un contexte de crise.

Finalement, pourquoi et pour qui des films documentaires sortent-ils en salles ? Question aux accents provocateurs, mais qui mérite d'être posée, car le public est souvent très minoritaire et les résultats décevants. La sortie nationale n'a-t-elle d'importance que pour les cinéastes eux-mêmes et leur carrière ? En effet, elle leur offre une visibilité et une reconnaissance critique : l'aspect symbolique est essentiel. Les documentaristes se réjouissent que leurs films soit vus mais, « assez paradoxalement, contrairement aux auteurs de fictions, ils se fichent un peu des chiffres, explique la fondatrice et gérante d'Arizona Distribution, Bénédicte Thomas. Ce qu'ils veulent, c'est être exposés, sauf que nous en face, on ne réalise souvent aucune recette. Ce sont des films qui coûtent de l'argent mais qui n'en rapportent pas, ou très peu ».¹⁷² Peut-être un autre modèle économique serait-il à bâtir, éloigné de la coûteuse sortie nationale. Cela dit, outre le prestige que la sortie en salles confère à l'auteur, le plaisir de l'aventure humaine compte beaucoup. « À chaque fois que l'on sort un documentaire, c'est une rencontre avec un univers, raconte Étienne Ollagnier. C'est vrai de la fiction, mais c'est encore plus vrai du documentaire. Cela fait partie de l'amour que l'on peut avoir pour ce genre. »¹⁷³

¹⁷¹ *Ibid.*

¹⁷² Entretien avec Bénédicte Thomas réalisé le 18 décembre 2020, *op. cit.*

¹⁷³ Entretien avec Étienne Ollagnier réalisé le 3 décembre 2020, *op. cit.*

Revenons aux schémas de distribution et d'exploitation transversaux à explorer. Certains distributeurs ont ainsi mené des expérimentations inédites pour contourner l'habituelle sortie nationale. C'est le cas de la société de distribution Shellac qui s'est associée à la plateforme Tënk à l'occasion des sorties de *Peau d'âme* de Pierre Oscar Levy et Olivier Weller, et de *Retour au palais* de Yamina Zoutat, pour profiter de la porosité entre le petit écran et la salle de cinéma. En effet, pour ces deux documentaires, le directeur de Shellac, Thomas Ordonneau, fit le choix d'une sortie simultanée en DVD et VOD, adossée à des projections événementielles au Nouvel Odéon à Paris en présence des cinéastes, mais aussi de spécialistes et d'invités prestigieux tels que Nicolas Philibert, Alice Diop ou encore Rosalie Varda. L'idée était également d'axer chaque débat sur un angle précis (« Filmer la justice », « Quelle place pour les avocats du XXI^e siècle ? », « L'archéologie de la mémoire », etc.). En parallèle, le film était disponible sur le site de Shellac et sur Tënk. Mais ce modèle de sortie hybride, certes très novateur, ne permit pas d'aboutir à de mirobolantes recettes billetterie en salles.

La société Docks 66 tenta également de mettre sur pied un modèle de distribution alternatif en créant une association nommée Ubuntu Culture, chargée de défendre des films peinant à trouver leur place en sortie commerciale. « Beaucoup d'amis producteurs nous parlaient de films intéressants, diffusés par des télévisions locales, mais pour lesquels ils n'avaient ni le temps ni les compétences pour les distribuer, explique la distributrice Violaine Harchin. Nous sommes donc parties sur l'idée d'une complémentarité de structures, avec Docks 66 d'un côté pour le réseau commercial et le non-commercial, disons "classique" (médiathèques, musées, ...) ; et Ubuntu Culture de l'autre pour des lieux de diffusion ayant une dimension plus "sociale" [prisons, écoles en zone prioritaire, foyers de migrants, etc.]. L'idée [était] d'essayer de mettre en place des mini-tournées au lieu de jouer la carte très risquée de la sortie nationale. Le statut associatif d'Ubuntu [permettait] de solliciter des subventions publiques (DRAC...) et privées (sponsoring, mécénat), et ainsi de financer ces tournées citoyennes. Il existe de vrais couloirs de recettes pour le non-commercial. Derrière cette ambition, notre envie [était] d'aller au-delà du public, relativement homogène socialement, du documentaire en salles. »¹⁷⁴ Mais si ce choix d'une distribution hors-circuits permit de défendre de beaux titres – tels que *La Permanence* d'Alice Diop, ou *Je ne me souviens de rien de*

¹⁷⁴ BOLE Nicolas, « Violaine Harchin : De quoi le métier de distributrice de documentaires est-il le nom ? », *Le Blog documentaire*, 16 juin 2017, *op. cit.*

Diane Sara Bouzgarrou – et connu quelques belles réussites, il ne dépassa guère le stade de laboratoire d’expériences, et ne se pérennisa pas.



Fig.13. Projection-débat (*La Permanence* d’Alice Diop) au café associatif La Commune (Paris, 12^e)
Source : page Facebook d’Ubuntu Culture

D’autres chemins de traverse peuvent également être empruntés pour exploiter différemment le documentaire. C’est ce que Philippe Elusse, fondateur de la coopérative DHR Distribution, veut promouvoir à travers le lancement d’une forme de « slow distribution » sur une très longue durée. « L’idée est de proposer un schéma de sortie en-dehors des règles habituelles, en exposant le film dans une seule salle à la fois, ville après ville, pendant plusieurs mois, voire plusieurs années, explique-t-il. L’équation tient en des termes très simples : au bout de cinq ans, avec ce modèle, le bilan en termes d’entrées et de recettes sera meilleur que si nous étions passés par le circuit classique. Et le charme de l’histoire est que les spectateurs seront, à chaque fois, les seuls au monde à découvrir le film : cela conférera à l’événement une certaine magie. Ce modèle extrême de sortie alternative n’a pas été pensé par dépit, ou “faute de mieux” : nous ne le subissons pas, nous le revendiquons. Nous voulons prôner le ralentissement et l’appliquer à la distribution, en prenant le temps de déployer les choses dans la durée, et en faisant le pari de la déconcentration : on ne commencera pas par Paris, mais par une ville de province. On veut miser sur la rareté pour attirer du monde, un peu comme on travaillerait une tournée de concert, sauf que la star n’est pas le chanteur, mais le film.

La sortie en elle-même sera une espèce d'œuvre, d'épopée. Cependant, on ne fera pas l'économie des aides du CNC demandées habituellement. Nous irons notamment voir du côté des guichets des nouvelles écritures, du transmédia, etc. »¹⁷⁵ Cette proposition ambitieuse témoigne d'une volonté de se soustraire à la loi du marché, de faire exister le documentaire en dehors des modes canoniques de distribution. Toutefois, n'y a-t-il pas un risque d'invisibilité, ou de manque de lisibilité par le public et les professionnels, du fait du caractère très extensif de ce modèle ?

Par ailleurs, à trop batailler pour défendre et inventer de nouvelles formes de diffusion échappant aux contraintes de l'économie, ne risque-t-on pas de créer un nouveau ghetto autour du documentaire, de marginaliser le genre ? « Un cinéma qui n'est pas dans le *circuit* ne peut que rester modeste »¹⁷⁶, écrit Jean-Louis Comolli. D'ailleurs, quid des mécanismes d'aides du CNC qui sont conditionnés par la sortie en salles ? Le marché est organisé de telle sorte que les soutiens financiers octroyés dépendent de la sortie nationale, du nombre de copies annoncé et des frais de sortie avancés. Quid également de la relation à construire avec le public et avec les exploitants ? Car les rendez-vous en salles sont des rendez-vous que le distributeur prend pour le film suivant. Un film sans sortie a une existence qui se réduit à peau de chagrin. Les films directement exploités en VOD n'ont que très peu de presse. Se pose aussi la question du financement du film suivant, de l'intérêt porté par les grands festivals sur un auteur qui n'a pas eu de sortie salles. Toutefois, un film comme *Sankara n'est pas mort* de Lucie Viver – sorti par Météore Films en e-cinéma le 29 avril 2020 pendant le premier confinement – a bénéficié d'une belle exposition grâce à la plateforme La Vingt-Cinquième Heure. Mais économiquement, le circuit n'était pas rentable pour le distributeur, Mathieu Berthon, qui explique s'être « assuré en amont que le CNC maintienne l'aide sélective à la distribution sur ce film, pour nous permettre d'engager des frais de sortie dignes de ce nom, bien que la sortie soit virtuelle ».¹⁷⁷

Dès lors, que penser de cette envie de faire un pas de côté par rapport au documentaire, chez certains distributeurs comme chez certains exploitants ? « Vouloir s'affranchir de la sortie nationale est compréhensible et légitime, mais ce qu'il faut mesurer, c'est la responsabilité que porte l'exploitant dans la vie économique d'un film, détaille Mathieu

¹⁷⁵ Entretien avec Philippe Elusse réalisé le 3 mai 2021

¹⁷⁶ COMOLLI Jean-Louis, *Une certaine tendance du cinéma documentaire*, Ed. Verdier, coll. « La Petite Jaune », 2021, p. 55, *op. cit.*

¹⁷⁷ Entretien avec Mathieu Berthon réalisé le 1^{er} février 2021, *op. cit.*

Berthon. Pas seulement vis-à-vis du distributeur, mais de tous les maillons de la chaîne. Qu'un exploitant veuille organiser une soirée documentaire quand il le souhaite, puis qu'il invite ses spectateurs à s'abonner à Tënk, qui regorge de pépites, c'est son droit le plus strict. Mais la réalité économique d'un film diffusé sur cette plateforme, c'est une cession de droits de 300 €. Donc, à force de raisonner hors marché, ce n'est plus dans les catalogues des distributeurs que les exploitants iront piocher, mais dans ceux des plateformes. En fonctionnant ainsi, il n'y aura plus de distributeurs qui jouent le rôle de filtres. L'exploitant pourra faire sa programmation comme il l'entend, mais il n'aura personne qui travaillera le film en amont, à la fois en presse et en hors-média. »¹⁷⁸ Ainsi, s'il est judicieux de « repenser la place d'une partie de la création cinématographique dans un espace de production et de diffusion non marchand, plutôt que de faire peser toutes les envies de cinéma sur l'économie du cinéma »¹⁷⁹, selon les mots de l'ancien directeur de la Fémis, Marc Nicolas, vouloir s'extraire du marché comporte des dangers, et notamment la mise en péril de tout un pan de la profession. De plus, la salle reste l'espace privilégié de découverte des films et « le déterminant le plus évident pour inscrire une œuvre dans [le] monde de l'art ». ¹⁸⁰ Certains émettent d'ailleurs l'idée d'un modèle de salle entièrement dédiée au documentaire. Mais si cette spécialisation peut s'avérer pertinente par certains aspects (mise en valeur de la richesse cinématographique documentaire, soutien aux auteurs et aux films sur la durée avec un label spécifique, travail de recherche et de développement de publics via une communication innovante, implication des spectateurs dans la programmation, etc.), elle participe à l'enfermement du « genre » dans une case. La création d'institutions culturelles telles que La Cinémathèque du documentaire à la BPI en mai 2017, et du festival Best of Doc en 2019 – qui propose une reprise des meilleurs films documentaires sortis l'année précédente – sont le signe d'une volonté de renforcer la visibilité des œuvres documentaires. Mais bâtir un lieu uniquement axé sur le « genre » peut s'avérer contre-productif, car c'est dans la mixité de la proposition filmique et dans la friction entre les œuvres montrées qu'émergent le sens et la beauté. Du moins cette proposition serait-elle à adapter selon les territoires, car « si, par exemple, Sylvie Buscaïl – qui dirige le Ciné 32 à Auch (Gers) – ne programme que des films très pointus

¹⁷⁸ *Ibid.*

¹⁷⁹ GOLDBRONN Frédéric, « Questions sur le documentaire en salles », *Images documentaires* n°57/58, 2ème et 3ème trimestre 2006, p. 82, *op. cit*

¹⁸⁰ SAUGUET Émilie, « La diffusion des films documentaires. La construction des frontières d'une activité artistique », *Terrains & travaux* n°13, 2017, p. 42

à destination d'un entre-soi, elle perd la dimension sociale qu'une salle généraliste représente, soutient Mathieu Berthon. Ce n'est pas la raison d'être d'un lieu comme celui-ci. En revanche, il pourrait être intéressant d'ouvrir à Paris un lieu avec une programmation très éditorialisée, qui offre de vrais temps de diffusion à des films comme ceux que nous défendons à Météore, ou ceux du catalogue de New Story et d'Arizona. Cela se justifierait davantage ». ¹⁸¹ La diversité dans l'offre proposée reste néanmoins essentielle, même si l'articulation dans la programmation ne peut pas toujours pencher en faveur des films que l'exploitant aime : il est aussi contraint par ceux qu'il doit programmer, dans un souci de rentabilité.

3. Aspects conjoncturels post-Covid : un secteur affaibli par la pandémie, mais une période propice pour « se réinventer »

La crise liée au coronavirus a agi comme un révélateur d'intuitions et d'analyses sur l'exposition des films documentaires en salles. Certains problèmes vont en effet se poser de manière plus crue encore : les films qui souffraient jusque-là de phénomènes d'hyper-concentration, ou de sur-exposition de certains, risquent d'être davantage fragilisés au sein d'un marché encore plus concurrentiel que de coutume. L'absence de régulation va d'autant plus les précariser : sans une intervention du CNC et des pouvoirs publics, ces films seront probablement relégués dans des espaces sous-exposés. L'échec de la mise en place d'un calendrier concerté des sorties en vue de la réouverture des salles – « une autorégulation visant à apaiser la concurrence lors de l'arrivée sur les écrans de près de 450 œuvres [qui] n'a pas convaincu les studios américains et les grands groupes français » ¹⁸² – est en ce sens inquiétant. Indirectement, ce sont les spectateurs qui en souffriront, car il est fondamental de leur offrir un accès à des œuvres cinématographiques variées. Mais la mise en application de mesures coercitives est complexe : formuler des règles de bonne conduite est une chose, mais les faire appliquer en est une autre – à l'image des engagements de programmation, autour desquels gravitent de forts enjeux pour la visibilité des films moins porteurs. Ainsi, la limitation

¹⁸¹ Entretien avec Mathieu Berthon réalisé le 1^{er} février 2021, *op. cit.*

¹⁸² VULSER Nicole, « Cinéma : le calendrier concertés des sorties de films est mort-né », *Le Monde*, 6 mai 2021

de la multidiffusion et la généralisation de la multiprogrammation (en particulier dans les salles parisiennes) semblent encore des projets lointains et difficiles à atteindre. Il apparaît également nécessaire de refonder la manière de produire et de lire certaines données – notamment en privilégiant l’analyse du nombre de spectateurs par séance, et non plus par copie : « On a besoin d’indicateurs qui permettent de repenser avec sérénité le marché, si on veut le corriger dans un sens plus vertueux »¹⁸³, affirme le cinéaste et co-président de l’Acid, Clément Schneider. Ainsi les conséquences de la crise sur la culture en général, et sur l’écosystème cinématographique en particulier sont-elles multiples : entre les exploitations interrompues prématurément par les confinements successifs, le bouleversement du calendrier des sorties et la suprématie de certains films distribués au détriment d’autres, les difficultés en perspective sont nombreuses. « La rotation des films risque d’être accrue, leur visibilité sera moindre. Tous les films vont souffrir »¹⁸⁴, redoutait déjà Alexandre Mallet-Guy, directeur général de Memento Films Distribution, avant l’annonce de la réouverture. Les mastodontes tels que *Black Widow* (Disney), en salles le 7 juillet, ou encore *Fast & Furious 9* (Universal Pictures International France), en salles le 14 juillet, risquent d’éclipser de nombreux films. « Si Disney récupère 1 000 écrans par semaine et les autres studios 400 à 500 chacun, il restera des miettes pour les cinquante autres films »¹⁸⁵, ajoute Étienne Ollagnier, co-président du SDI (Syndicat des distributeurs indépendants). L’angoisse des distributeurs indépendants est grande et les effets sur le long cours seront probablement très durs. Il va s’agir de la survie des uns et des autres. Dans ce contexte incertain, comment préserver la diversité culturelle ? Plus que jamais, le besoin de régulateurs se fait sentir pour maintenir un équilibre – extrêmement fragilisé ces derniers mois. Un abaissement des exigences en termes de nombre de séances, demandés par certains distributeurs, apparaît crucial. De la même façon, la question de la limite du nombre d’écrans pour un même film n’est pas assez fortement posée. « Il faut réfléchir avec les exploitants et les distributeurs à la meilleure façon de ne pas sacrifier toute une partie du cinéma, déclare le documentariste Régis Sauder. Il y a évidemment le cinéma documentaire, mais il y a aussi toute la fiction un peu plus alternative, le cinéma de recherche. (...) [Il faut être attentif à ce qu’il] puisse être

¹⁸³ Table ronde « Retour à la salle », en partenariat avec l’Acid et Documentaire sur grand écran, 17 mars 2021, en ligne [<https://www.cinemadeel.org/film/matinal-2-retour-a-la-salle/>]

¹⁸⁴ VULSER Nicole, « Cinéma : la peur du grand embouteillage pour les plus de 400 films qui attendent leur sortie », *Le Monde*, 30 mars 2021

¹⁸⁵ *Ibid.*

exposé, [financé], et continuer à croire en la possibilité d'une diversité dans les écritures. »¹⁸⁶ La précarisation du financement de la création est également très alarmante.

Néanmoins, cette période tourmentée a aussi vu naître des initiatives et des façons créatives de promouvoir un film documentaire. La naissance de la plateforme d'e-cinéma géo-localisée La 25^e Heure en est probablement un des plus forts exemples. Avec lucidité, le fondateur, Pierre-Emmanuel Le Goff, et son équipe ont su se réinventer et tirer profit des leçons apprises de l'exploitation de films documentaires – la difficulté de les faire vivre sur la durée, et de rémunérer les réalisateurs pour les ciné-débats, à la fois très chronophages et pouvant les freiner dans le développement de nouveaux projets. Ainsi, cette salle de cinéma virtuelle permet d'avoir recours à la visio-conférence, mais aussi de multiplier les rencontres en limitant le temps pris par les intervenants, et en dégageant de l'argent pour les rémunérer. En effet, lors d'une projection « physique » et accompagnée, l'enveloppe sert davantage à payer le transport et le logement du cinéaste. Ici, l'impact carbone est nettement limité, et le temps de déplacement abrogé. « La question s'est d'abord posée pour maintenir les avant-premières de notre film *Les Grands Voisins, la cité rêvée* de Bastien Simon, explique Pierre-Emmanuel Le Goff. Elles se pré-vendaient bien, et le film devait sortir le 1^{er} avril 2020. L'idée était d'abord de faire de l'hybride, et de combler les demi-jauges imposées en salles. Finalement, le modèle s'est développé de manière accélérée à la faveur du premier confinement. Le Luminor a été la première salle à accepter d'être partenaire d'une séance-débat, avec système de *chat* intégré. La géolocalisation permet à chaque cinéma de travailler avec son public dans un périmètre donné – il ne fallait pas ajouter de la concurrence à la concurrence. Pour la séance en ligne du 23 mars 2020, on a vendu 450 tickets, là où, en “en présentiel”, nous étions limités à 220 spectateurs. Le nombre de places, sans plafonnement, permet de repousser les murs. L'outil peut devenir pérenne, car il permet de pallier l'inégalité de l'accès à la culture, notamment pour les public “empêchés” – personnes en Ehpad, dans les hôpitaux, etc. Il pourra aussi renforcer la salle lors de la réouverture en remédiant aux problèmes de jauge. »¹⁸⁷ Certains professionnels et spectateurs manifestent cependant une forme de défiance envers cette plateforme qui, si elle a permis à des films d'exister pendant les 300 jours

¹⁸⁶ FIORILE Thierry, « Cinéma week-end. Régis Sauder : “On a besoin d'espoir, d'utopie et de documenter la période que nous vivons.” » *France Info*, 10 avril 2021

¹⁸⁷ Table ronde « Retour à la salle », en partenariat avec l'Acid et Documentaire sur grand écran, 17 mars 2021, en ligne [<https://www.cinemadureel.org/film/matinale-2-retour-a-la-salle/>], *op. cit.*

de fermeture des salles, éloigne de la salle des films justement faits pour la salle – appelant au débat et à la rencontre. Et, comme le dit Clément Schneider, « la floraison d’offres de substitution [que l’on a vu éclore] pour pallier la fermeture des salles n’a fait qu’exhiber le fait que le cinéma est incommensurable avec tout ce qui pourra se jouer au niveau d’un petit écran ».¹⁸⁸

Fig. 14. Visuel pour l’avant-première virtuelle des *Grands Voisins : la cité rêvée*
 Source : page Facebook de La 25^e Heure

En outre, certains éditeurs de films ont mis à profit cette période pour repenser leur manière d’accompagner les films. C’est le cas de KMBO, qui a eu l’idée de lancer un podcast : chaque épisode radiophonique est consacré à un film à l’occasion de sa sortie en salles, et donne à entendre celles et ceux qui le fabriquent. Un véritable bonus qui enrichit l’envie de voir le film, et approfondit sa vision. Ainsi, pour *I am Greta* de Nathan Grossman – qui sortira le 6 octobre et retrace le combat de Greta Thunberg pour sauver la planète –, plusieurs intervenants ont pris la parole : une jeune activiste pour le climat, une pédagogue spécialisée en transition écologique, mais aussi le réalisateur et militant écologiste Cyril Dion. Une façon originale d’explorer le film en attendant sa sortie.

¹⁸⁸ *Ibid.*

Pour finir, soulignons que pendant les quatre mois de réouverture des salles entre juin et octobre 2020, malgré un contexte de fréquentation fragilisé, la disette de blockbusters permit à certains films – dont des documentaires – de trouver une place inhabituelle sur le marché. Entre deux confinements, le public est revenu, parfois encore plus nombreux pour les séances documentaires. On a assisté à une revalorisation de la place de certaines œuvres dans le box-office, qui ont profité de cet espace vacant, ont bénéficié de combinaisons de sorties plus larges que d'ordinaire, et ont véritablement dynamisé le marché. Ce fut le cas d'*Epicentro* de Hubert Sauper, de *Honeyland* de Tamara Kotevska, d'*Un pays qui se tient sage* de David Dufresne, mais aussi d'*Adolescentes* de Sébastien Lifshitz. Pour ce dernier – empli de tendresse, d'humour, et dont la présence des deux héroïnes à l'écran était magnétique –, le distributeur Ad Vitam a fait le choix de le positionner sur un public cinéphile, cinquantenaire et plus, plutôt féminin, mais il a *in fine* réussi à fédérer différentes classes d'âges de spectateurs : une prouesse, car il est rare qu'un documentaire parvienne à attirer de la sorte plusieurs catégories de publics. Enfin, les séances-débats connurent pendant ces quelques semaines un grand succès, « le mode de projections avec accompagnement et débat [répondant] sans doute au besoin de réflexion collective engendré par la crise sociétale et sanitaire que nous [avons traversée] ». ¹⁸⁹ Toutefois, nous verrons si les résultats observés pendant cette accalmie influenceront la programmation future des salles de cinéma.

¹⁸⁹ « Le Festival “Best of Doc”, une semaine pour fêter le cinéma documentaire », *France Culture*, 2 mars 2021

Conclusion

Ainsi, cette étude nous a permis d'identifier les facteurs pouvant être réunis pour favoriser une meilleure implantation du documentaire sur le marché, et pour renforcer son attractivité en salles. Car s'il s'agit d'un « genre en pleine effervescence créative – [ces films ayant] vu leur place doubler en dix ans à l'affiche des salles françaises (...) –, de nombreuses œuvres d'auteur de qualité ne trouvent pas toujours la visibilité qu'elles méritent dans un panorama très concurrentiel ». ¹⁹⁰ En effet, l'augmentation de la production ne doit pas masquer les difficultés du « genre » : la précarité croissante des documentaristes se conjugue au sous-financement de leurs films qui, pour la plupart, ne trouveraient pas le chemin des salles sans une aide abondante du CNC. Le documentaire a donc gagné en visibilité, mais à quel prix ? C'est un cinéma sous perfusion, qui a besoin d'un important soutien institutionnel – d'autant que les sociétés de distribution qui défendent ces films sont souvent de petites structures dont la trésorerie est réduite –, pour une relative faible rentabilité en bout de chaîne. De plus, la crise liée au Covid-19 risque de renforcer la fragilité du cinéma documentaire. Mais n'est-il pas déjà habitué à la crise ? N'était-il pas le parfait candidat pour exister en cette période troublée ? Ces films sont en effet plus enclins à la débrouille, à l'aventure, au risque, à l'artisanat, mais aussi plus résilients, car davantage ancrés sur le territoire – notamment à travers le travail d'accompagnement effectué par les associations. Cet ancrage local et ce travail en « circuit court » favorisent une plus grande résistance du documentaire. Malgré tout, nombreux sont les parcours de distribution heurtés et les titres ne dépassant pas la barre des 10 000 entrées.

Par ailleurs, la migration de contenus sur internet peut détourner certains spectateurs de la salle. En effet, les documentaires sont vus pour l'essentiel hors des salles de cinéma : ils sont beaucoup consommés sur les plateformes. Jean-Louis Comolli parle d'« une poussée apparemment irrésistible [qui] isole les spectateurs ou les cantonne dans un entre-soi narcissique ». ¹⁹¹ Ainsi Diego Buñuel, ancien directeur des documentaires du groupe Canal et de Netflix, explique-t-il que « les gens aiment le documentaire,

¹⁹⁰ LEMERCIER Fabien, « Naissance du label Oh My Doc ! », *Le Film français*, 18 mai 2021, *op. cit.*

¹⁹¹ COMOLLI Jean-Louis, *Une certaine tendance du cinéma documentaire*, Ed. Verdier, coll. « La Petite Jaune », 2021, p. 43, *op. cit.*

mais [qu'ils] veulent le consommer quand ils sont prêts à le faire ». ¹⁹² « Beaucoup de notre audience se fait en dématérialisé, sur les plateformes de MyCanal par exemple » ¹⁹³, ajoute-t-il. 70 % des abonnés Netflix regardent du documentaire, et plus d'un millier de ces films sont disponibles sur Amazon Prime et Netflix. « En mars 2020, [ce dernier] a annoncé que 147 millions de foyers dans le monde avaient regardé au moins un de ses documentaires au cours de l'année précédente. Des documents comme *The Last Dance* [mini-série retraçant le parcours de Michael Jordan] et *Leaving Neverland* [le documentaire choc sur Michael Jackson] sont des événements culturels massifs. Pourtant, cet âge d'or du documentaire se définit, en partie, par le flou [gravitant autour de sa définition. Ces films] n'ont jamais été aussi populaires, mais cela ouvre la possibilité aux cinéastes d'abuser de la forme au nom du divertissement » ¹⁹⁴, déclare le réalisateur et professeur de journalisme Dan Birman. Car il faut en effet regarder de près quels types de documentaires sont consommés par ce biais : ce sont souvent des séries sensationnalistes ou policières traitant d'affaires criminelles, ou dressant le portrait de personnages hors du commun. Celle sur l'affaire du petit Grégory ou celle intitulée *Au royaume des fauves* [une plongée dans les zoos privés aux États-Unis à travers le personnage sulfureux de l'éleveur de tigres Joe Exotic] ont ainsi battu des records d'audience. Cette dernière avait déjà été regardée par plus de 34 millions de téléspectateurs aux États-Unis dix jours seulement après sa première diffusion. D'autres documentaires de bien plus grande qualité, comme *I Am not Your Negro* de Raoul Peck, se cachent dans les tréfonds de Netflix, et les trouver relève parfois d'un véritable jeu de piste. Cela démontre – s'il était nécessaire de le démontrer – l'importance de l'éditorialisation et du geste de programmation en salles. À l'inverse, l'offre est si débordante sur ce type de plateformes que le téléspectateur est dirigé vers les titres qui concentrent le plus de demande : les algorithmes Netflix sont basés sur des calculs qui traitent le spectateur uniquement comme un consommateur. En outre, les plus grands succès en VOD et SVOD sont généralement les films qui ont également connu un certain succès en salles : dès lors, cela réaffirme d'autant plus la place à défendre des « petits » films au cinéma, qui se trouvent ensuite noyés dans la masse de l'offre

¹⁹² GOUMARRE Laurent, « Gros plan sur le documentaire à l'occasion du festival Cinéma du Réel » dans l'émission « Le Nouveau Rendez-vous », *France Inter*, 20 mars 2018, en ligne [<https://www.franceinter.fr/emissions/le-nouveau-rendez-vous/le-nouveau-rendez-vous-20-mars-2018-0>], *op. cit.*

¹⁹³ *Ibid.*

¹⁹⁴ FUNT Danny, « Television is making more documentaries than ever – but skipping the journalism », *Columbia Journalism Review*, 1^{er} octobre 2020

disponible en ligne. « La raison d’être de la salle est de montrer des films que l’on ne peut voir qu’en salles, affirme en ce sens Mathieu Berthon. Or, cette année, les salles sont restées fermées pendant de longs mois, mais tout le monde a consommé des films. Le souci est que tout un pan de films qui sortent en salles (avec une couverture de programmation étroite) n’arrivent pas à avoir une existence en plateforme. Donc, ces films ne seront visibles dans leur vie qu’en salles. Si j’étais exploitant, cela renforcerait encore plus mon désir de montrer ce type de films, qui n’ont pas d’autre vie possible que la salle. »¹⁹⁵ Quant aux auteurs qui font le choix de sortir leur film uniquement sur des plateformes comme Netflix, ils ne sont plus identifiés par les festivals et disparaissent du champ traditionnel dans lequel on est habitué de voir évoluer les œuvres.

Le documentaire en télévision de rattrapage connaît également un grand engouement du public, en témoigne le succès de *Petite fille* de Sébastien Lifshitz, diffusé le 2 décembre 2020 sur Arte, qui devait initialement sortir en salles. Avec près de 1,4 million de téléspectateurs comptabilisés, le film connut la meilleure audience de l’année pour un documentaire diffusé en *prime time*. Au total, avec le replay, le film a été vu par près de 3,5 millions de spectateurs. Aurait-il rencontré le même succès en salles ? Cela dénote en tout cas le vif intérêt du public pour le documentaire, qui semble peu à peu considéré comme du cinéma à part entière. En outre, de la Médiathèque numérique à la plateforme Les Yeux Doc, l’offre en ligne se multiplie ; or, la fracture numérique est telle dans de nombreuses zones rurales que ces services n’atteignent pas encore un large public. Mais surtout, bien qu’ils permettent de combler un vide pour le public qui n’a pas facilement accès aux cinémas, ils ne remplacent pas l’expérience salle. Il semble en effet essentiel d’affirmer haut et fort la singularité de la salle de cinéma, qui offre une entrée dans la nuit, une plongée dans l’inconnu : ces « lieux-frontières entre le dehors (brutalité/étrangeté des réalités terrestres) et le dedans (virtuel et rêvé) »¹⁹⁶, selon les mots de Jean-Louis Comolli, sont uniques et irremplaçables. « Hormis des exceptions comme Tënk ou MUBI, les plateformes représentent souvent une idée contraire à celle de la programmation : l’accumulation, le culte du “tout disponible”, les logiques de flux..., aux yeux du directeur du Reflet Médicis, Jean-Marc Zekri. Toutes choses que

¹⁹⁵ Entretien avec Mathieu Berthon réalisé le 1^{er} février 2021, *op. cit.*

¹⁹⁶ COMOLLI Jean-Louis, *Une certaine tendance du cinéma documentaire*, Ed. Verdier, coll. « La Petite Jaune », 2021, p. 43, *op. cit.*

certains penseurs ont théorisées sous le terme d’“économie de l’attention”. »¹⁹⁷ Néanmoins, la salle peut encore rassembler physiquement un public autour d’une œuvre et se transformer en véritable espace d’expression collective. C’est ce qui fait tout sa force, et rien ne remplacera l’émotion esthétique transmise dans l’écran d’une salle obscure, ni le plaisir de la rencontre d’une œuvre cinématographique sur grand écran. « Le temps est venu du *refus* de la miniaturisation des films – qui signifie affaiblissement des pouvoirs du cinéma et des facultés imaginantes des spectateurs »¹⁹⁸, soutient Jean-Louis Comolli. « Le petit écran est une cage où les films tournent en rond »¹⁹⁹, poursuit-il, proclamant qu’il faut dire « non » au « monde en modèle réduit, sans épaisseur, hauteur et largeur rétrécies ». ²⁰⁰ Il faut toutefois rester vigilant pour que les salles ne deviennent pas « des salles-ghettos pour public vieillissant et privilégié »²⁰¹, selon les mots de Sylvie Larroque, co-directrice et programmatrice du cinéma d'Art et Essai L'Atalante à Bayonne. Les chiffres de fréquentation sont toutefois très encourageants. Pour la première journée de réouverture, le 19 mai, l’indice de reprise était supérieur à 100 % : la fréquentation totale atteignit 305 000 entrées, soit autant qu’un 22 mai 2019, sans jauge ni couvre-feu. Cependant, la question demeure : « Quel est le sens donné à nos métiers ? Qu’a-t-on envie de voir en salles ? Qu’est-ce que la cinéphilie ? »²⁰², s’interroge Mathieu Berthon. Les salles qui mènent un travail de programmation et d’animation pointu ne sont à l’heure actuelle pas assez protégées vis-à-vis des agressions du marché, ni assez encouragées par des subventions. Néanmoins, il est permis d’espérer que les soutiens financiers vont être renforcés : la création du label Oh My Doc ! est en ce sens un indicateur très positif. Terminons notre analyse sur cette pensée : si le documentaire est encore trop peu présent dans les sélections et les palmarès de manifestations de premier ordre, telles que la Mostra de Venise ou la Berlinale, il s’immisce de plus en plus dans le champ cinématographique et semble avoir de beaux jours devant lui. Avec le temps et les efforts de nombreux

¹⁹⁷ MACHERET Mathieu, « Au Reflet Médicis, écrans et fauteuils attendent dans le noir », *Le Monde*, 28 février 2021

¹⁹⁸ COMOLLI Jean-Louis, *Une certaine tendance du cinéma documentaire*, Ed. Verdier, coll. « La Petite Jaune », 2021, p.19-20, *op. cit.*

¹⁹⁹ *Ibid.*, p. 21

²⁰⁰ *Ibid.*, p. 44

²⁰¹ « Ceux qui font le cinéma », 1^{er} mars 2021, <https://www.lemile-cinema.com/post/l-atalante>

²⁰² Table ronde « Retour à la salle », en partenariat avec l’Acid et Documentaire sur grand écran, 17 mars 2021, en ligne [<https://www.cinemadureel.org/film/matinale-2-retour-a-la-salle/>], *op. cit.*

professionnels, l'engouement pour ce cinéma grandira. « Car il s'agit aussi d'apprendre à être spectateur »²⁰³ de ces œuvres.

²⁰³ COMOLLI Jean-Louis, *Une certaine tendance du cinéma documentaire*, Ed. Verdier, coll. « La Petite Jaune », 2021, p.29, *op. cit.*

Bibliographie

Ouvrages et mémoires

- ARNAL Mikael et SALSON Agnès, « Cinema makers, le nouveau souffle des cinémas indépendants », Ed. Le Blog documentaire éditions, 2019
- CHARLES Astrid, « Une salle dédiée au cinéma documentaire : du bon usage de la spécialisation en faveur de la diversité culturelle », mémoire de fin d'études Fémis, 2015
- COMOLLI Jean-Louis, *Une certaine tendance du cinéma documentaire*, Ed. Verdier, coll. « La Petite Jaune », 2021

Articles de revue

- BLANGONNET-AUER Catherine, introduction à l'article « Le documentaire au box-office », *Images documentaires* n°57/58, 2ème et 3ème trimestre 2006
- BOLE Nicolas, « Violaine Harchin : De quoi le métier de distributrice de documentaires est-il le nom ? », *Le Blog documentaire*, 16 juin 2017
- DUVAL Alexandre, « Salles de cinéma d'aujourd'hui et de demain – Portrait 4/6 : le cinéma le Concorde de Nantes », *La Plateforme* (Pôle Cinéma Audiovisuel des Pays de la Loire), sans date
- ETANCELIN Valentin, « Adolescentes de Sébastien Lifshitz, un OVNI aux César 2021 », *Huffington Post*, 12 mars 2021
- FUNT Danny, « Television is making more documentaries than ever – but skipping the journalism », *Columbia Journalism Review*, 1^{er} octobre 2020
- GENISSEL Benjamin, « Comment les bibliothécaires se mobilisent pour promouvoir le documentaire ? », *Le Blog documentaire*, 4 mars 2021
- GOLDBRONN Frédéric, « Questions sur le documentaire en salles », *Images documentaires* n°57/58, 2ème et 3ème trimestre 2006
- GOLBRONN Frédéric, « Le documentaire de création est-il soluble dans le marché ? » in *Le documentaire, un genre multiforme*, E-dossier de l'INA, 2013
- GRANDADAM Sabine, « Catalina Mesa, réalisatrice colombienne : “un quotidien habité de joie” », *Le Courrier international*, 4 novembre 2017

- Groupe documentaire de la Société des réalisateurs de films (SRF), Tribune « Réconcilions la télévision et le documentaire », *Libération*, 9 mars 2021
- GUERRIN Michel, « “Demain” et “Merci Patron !”, le succès du cinéma de combat », *Le Monde*, 21 avril 2016
- JACQUES Anne-Sophie, « Merci patron : Ruffin décommandé d'Europe 1 », *Arrêt sur images*, 19 février 2016
- KANTCHEFF Christophe, « Dominique Cabrera : “L’essence du cinéma documentaire, c’est l’autre” », *Politis*, 5 mai 2021
- LEMERCIER Fabien, « Naissance du label OH MY DOC ! », *Le Film français*, 18 mai 2021
- MACHERET Mathieu, « Au Reflet Médicis, écrans et fauteuils attendent dans le noir », *Le Monde*, 28 février 2021
- MAL Cédric, « Comment réinventer l’exploitation cinématographique ? », *Le Blog documentaire*, 13 janvier 2015
- MARCADE Nicolas, « A tous ceux qui sont dans le cinéma, l’indépendance et les difficultés », blog *Médiapart*, 20 février 2019
- SAUGUET Émilie, « La diffusion des films documentaires. La construction des frontières d’une activité artistique », *Terrains & travaux* n°13, 2017
- VELY Yannick, « Sébastien Lifshitz : “Le documentaire met en jeu un regard singulier et subjectif” », *Paris Match*, 8 mars 2021
- VULSER Nicole, « Le documentaire gagne les salles », *Le Monde*, 3 janvier 2006
- VULSER Nicole, « Le cinéma, grand blessé du Covid-19 malgré les aides », *Le Monde*, 1^{er} avril 2021
- VULSER Nicole, « Cinéma : la peur du grand embouteillage pour les plus de 400 films qui attendent leur sortie », *Le Monde*, 30 mars 2021
- VULSER Nicole, « Cinéma : le calendrier concertés des sorties de films est mort-né », *Le Monde*, 6 mai 2021
- « Le film “Demain” a dépassé le million de spectateurs », *Le Monde*, 7 mai 2016

Sites internet

- COUTURIER Brice, « Cinéma : l'effet du numérique sur la distribution et l'exploitation en salle » dans « Les Idées claires », *France Culture*, émission du 13 mai 2016, en ligne [<https://www.franceculture.fr/emissions/les-idees-claires/les-idees-claires-vendredi-13-mai-2016>]
- GOUMARRE Laurent, « Gros plan sur le documentaire à l'occasion du festival Cinéma du Réel » dans l'émission « Le Nouveau Rendez-vous », *France Inter*, 20 mars 2018, en ligne [<https://www.franceinter.fr/emissions/le-nouveau-rendez-vous/le-nouveau-rendez-vous-20-mars-2018-0>]
- LIOULT Jean-Luc, *Théorie du film documentaire* (Penser le cinéma documentaire : leçon 3), Canal-U, 2010, en ligne [https://www.canal-u.tv/video/tcp_universite_de_provence/theorie_du_film_documentaire_penser_le_cinema_documentaire_lecon_3.6784]
- MARCAULT Nathalie, « De la production à la distribution d'un premier long métrage documentaire », Films en Bretagne, 6 juillet 2016, en ligne [<http://filmsenbretagne.org/de-la-production-a-la-distribution-dun-premier-long-metrage-documentaire/>]
- MASSON Christine et DELMAS Laurent, « Les comédies d'aventures et d'espionnages de Nicolas Pariser » dans « On aura tout vu », *France Inter*, émission du 30 janvier 2021, en ligne [<https://www.franceinter.fr/emissions/on-aura-tout-vu/on-aura-tout-vu-30-janvier-2021>]
- Table ronde « Circuits de diffusion du documentaire : salles de cinéma, médiathèques et autres lieux », en partenariat avec Images en bibliothèque et le GNCR, 2012, en ligne [<https://vimeo.com/121882943>]
- Table ronde « Le grand écran : chance ou ghetto pour le documentaire? », La Scam, 2013, en ligne [<https://www.dailymotion.com/video/x165cnb>]
- « Ceux qui font le cinéma », 1^{er} mars 2021, <https://www.lemile-cinema.com/post/l-atalante>
- « Le Festival “Best of Doc”, une semaine pour fêter le cinéma documentaire », *France Culture*, 2 mars 2021
- Table-ronde « Les enjeux du financement et de la sortie en salles des documentaires cinématographiques », webinaire dans le cadre de la Semaine des

Arts & Médias, Université Sorbonne Nouvelle, 8 mars 2021, en ligne
[<https://nouvelnormalite.artsetmedias.fr/>]

- Table ronde « Retour à la salle », en partenariat avec l'Acid et Documentaire sur grand écran, 17 mars 2021, en ligne
[<https://www.cinemadureel.org/film/matinale-2-retour-a-la-salle/>]
- Table ronde « Une saison de documentaires en salle de cinéma : Quelles pratiques pour quels films? », en partenariat avec l'Acid et Documentaire sur grand écran, 19 mars 2019, en ligne
[<https://www.cinemadureel.org/actualite/compte-rendu-de-la-matinale-une-saison-de-documentaires-en-salle-de-cinema-queelles-pratiques-pour-queles-films/>]
- Table ronde « Animations : le volet incontournable ? », en partenariat avec l'AFCAE et Boxoffice Pro, 6 avril 2021, en ligne
[https://www.youtube.com/watch?v=H9Xe1gn_Qkk]
- FIORILE Thierry, « Cinéma week-end. Régis Sauder : “On a besoin d’espoir, d’utopie et de documenter la période que nous vivons.” » *France Info*, 10 avril 2021
- « France Culture / Lancement du label Oh My Doc ! », *France Culture*, 18 mai 2021, en ligne [<https://www.franceculture.fr/cinema/france-culture-lancement-du-label-oh-my-doc>]

Rapports

- DE MONDENARD Béatrice, *Écrire et accompagner le cinéma documentaire*, Enquête pour la SCAM, septembre 2016
- GORDEY Serge, LAMOUR Catherine, PINSKY Carlos, PERRIN Jacques, *Le documentaire dans tous ses états. Pour une nouvelle vie du documentaire de création*, mars 2012
- Les études du CNC, *Le marché du documentaire en 2016*, juin 2017
- Les études du CNC, *Le marché du documentaire en 2019*, septembre 2020

Filmographie

- *Être et avoir* de Nicolas Philibert (Les Films du losange, 2002)
- *Bowling for Columbine* de Michael Moore (Diaphana Films, 2002)
- *Fahrenheit 9/11* de Michael Moore (Mars Films, 2004)
- *Super Size Me* de Morgan Spurlock (Diaphana Films, 2004)
- *Le Dernier Trappeur* de Nicolas Vanier (TFM Distribution, 2004)
- *10^e chambre – Instants d’audience* de Raymond Depardon (Les Films du losange, 2004)
- *Camera Kids* de Zana Briski et Ross Kauffman (Jour2Fête, 2005)
- *Grizzly Man* de Werner Herzog (Metropolitan FilmExport, 2005)
- *La Marche de l’empereur* de Luc Jacquet (Buena Vista International, 2005)
- *Le Cauchemar de Darwin* de Hubert Sauper (Ad Vitam, 2005)
- *Le Grand Silence* de Philip Gröning (Diaphana Films, 2006)
- *Elle s’appelle Sabine* de Sandrine Bonnaire (Les Films du paradoxe, 2008)
- *La Vie moderne* de Raymond Depardon (Ad Vitam, 2008)
- *La Danse, le ballet de l’Opéra de Paris* de Frederick Wiseman (Sophie Dulac, 2009)
- *Océans* de Jacques Perrin et Jacques Cluzaud (Pathé, 2010)
- *Les Rêves dansants, sur les pas de Pina Bausch* d’Anne Linsel et Rainer Hoffmann (Jour2Fête, 2010)
- *Boxing Gym* de Frederick Wiseman (Sophie Dulac Distribution, 2011)
- *Tous au Larzac* de Christian Rouaud (Ad Vitam, 2011)
- *La Grotte des rêves perdus* de Werner Herzog (Metropolitan FilmExport, 2011)
- *Sugar Man* de Malik Bendjelloul (ARP Sélection, 2012)
- *Entre les Bras – la cuisine en héritage* de Paul Lacoste (Jour2Fête, 2012)
- *Tahrir, place de la libération* de Stefano Savona (Jour2Fête, 2012)
- *Félins* de Keith Scholey et Alastair Fothergill (Walt Disney, 2012)
- *Sur le chemin de l’école* de Pascal Plisson (Walt Disney, 2013)
- *Des abeilles et des hommes* de Markus Imhoof (Jour2Fête, 2013)
- *Cendres* de Mélanie Pavy et Idrissa Guiro (Docks 66, 2013)
- *À la recherche de Vivian Maier* de John Maloof (Happiness Distribution, 2013)

- *Les Trois Sœurs du Yunnan* de Wang Bing (Les Acacias, 2014)
- *La Cour de Babel* de Julie Bertuccelli (Pyramide, 2014)
- *Les Chèvres de ma mère* de Sophie Audier (Jour2Fête, 2014)
- *National Gallery* de Frederick Wiseman (Sophie Dulac Distribution, 2014)
- *Conversation animée avec Noam Chomski* de Michel Gondry (Shellac, 2014)
- *Mille Soleils* de Mati Diop (Norte Distribution, 2014)
- *Demain* de Mélanie Laurent et Cyril Dion (Mars Films, 2015)
- *En quête de sens* de Nathanaël Coste et Marc de la Ménardière (Kamea Meah Films, 2015)
- *À la folie* de Wang Bing (Les Acacias, 2015)
- *La Permanence* d'Alice Diop (Docks 66, 2016)
- *Les Saisons* de Jacques Perrin et Jacques Cluzaud (Pathé, 2016)
- *La Sociologue et l'Ourson* de Mathias Théry et Étienne Chaillou (Docks 66, 2016)
- *La Mécanique des flux* de Nathalie Loubeyre (Juste Doc, 2016)
- *La Vallée des loups* de Jean-Michel Bertrand (Pathé, 2016)
- *Merci Patron !* de François Ruffin (Jour2Fête, 2016)
- *Free to Run* de Pierre Morath (Jour2Fête, 2016)
- *Fuocoammare, par-delà Lampedusa* de Gianfranco Rosi (Météore Films, 2016)
- *Peau d'âme* de Pierre Oscar Levy et Olivier Weller (Shellac, 2017)
- *En quête des nouveaux herboristes* de Daniel Schlosser (Les Docs du Nord, 2017)
- *Retour au palais* de Yamina Zoutat (Shellac, 2017)
- *Je ne me souviens de rien* de Diane Sara Bouzgarrou (Docks 66, 2017)
- *Vivere* de Judith Abitbol (Norte Distribution, 2017)
- *Les Pépites* de Xavier de Lauzanne (Rezo Films, 2017)
- *Et les mistrales gagnants* d'Anne-Dauphine Julliand (Nour Films, 2017)
- *L'Empereur* de Luc Jacquet (Walt Disney, 2017)
- *L'Intelligence des arbres* de Julia Dordel et Guido Tölke (Jupiter Films, 2017)
- *Ex Libris : The New York Public Library* de Frederick Wiseman (Météore Films, 2017)
- *Titicut Follies* de Frederick Wiseman (Météore Films, 2017)

- *I Am not Your Negro* de Raoul Peck (Sophie Dulac Distribution, 2017)
- *Des figues en avril* de Nadir Dendoune (Mémère Productions, 2018)
- *Terra Franca* de Leonor Teles (Docks 66, 2018)
- *Taste of Cement* de Ziad Kalthoum (Juste Doc, 2018)
- *Libre* de Michel Toesca (Jour2Fête, 2018)
- *Après l'ombre* de Stéphane Mercurio (Docks 66, 2018)
- *Madame Fang* de Wang Bing (Les Acacias, 2018)
- *Ni juge ni soumise* de Jean Libon et Yves Hinant (ARP Sélection, 2018)
- *Blue* de Keith Scholey et Alastair Fothergill (Walt Disney, 2018)
- *Un nouveau jour sur terre* de Peter Webber, Richard Dale et Lixin Fan (Paramount Pictures, 2018)
- *Belinda* de Marie Dumora (New Story, 2018)
- *De chaque instant* de Nicolas Philibert (Les Films du losange, 2018)
- *L'Île au trésor* de Guillaume Brac (Les Films du losange, 2018)
- *Cassandro the Exotico !* de Marie Losier (Urban Distribution, 2018)
- *Derniers jours à Shibati* de Hendrick Dusollier (Météore Films, 2018)
- *Jericó, l'envol infini des jours* de Catalina Mesa (Arizona Distribution, 2018)
- *Lourdes* (Mars Films, 2019)
- *Pahokee, une jeunesse américaine* de Patrick Bresnan et Ivete Lucas (Arizona Distribution, 2019)
- *Still Recording* de Saeed Al Batal et Ghiath Ayoub (Arizona Distribution, 2019)
- *Aïlo : une odyssée en Laponie* de Guillaume Maidatchevsky (Gaumont Distribution, 2019)
- *M* de Yolande Zauberman (New Story, 2019)
- *J'veux du soleil* de François Ruffin et Gilles Perret (Jour2Fête, 2019)
- *La Liberté* de Guillaume Massart (Norte Distribution, 2019)
- *Quelle folie* de Diego Governatori (New Story, 2019)
- *#Female Pleasure* de Barbara Miller (Juste Doc, 2019)
- *Monrovia, Indiana* de Frederick Wiseman (Météore Films, 2019)
- *Adolescentes* de Sébastien Lifshitz (Ad Vitam, 2020)
- *Woman* de Yann Arthus-Bertrand et Anastasia Mikova (Apollo Films, 2020)
- *White Riot* de Rubika Shah (Les Bookmakers / The Jokers, 2020)

- *Honeyland* de Tamara Kotevska (KMBO, 2020)
- *Histoire d'un regard* de Mariana Otero (Diaphana Distribution, 2020)
- *Plogoff, des pierres contre des fusils* de Nicole Le Garrec (Next Film Distribution, 2020)
- *Les Équilibristes* de Perrine Michel (Les Alchimistes Films, 2020)
- *Un pays qui se tient sage* de David Dufresne (Jour2Fête, 2020)
- *Des hommes* d'Alice Odier et Jean-Robert Viallet (Rezo Films, 2020)
- *Epicentro* de Hubert Sauper (Les Films du losange, 2020)
- *Sankara n'est pas mort* de Lucie Viver (Météore Films, 2020)
- *Colette* d'Anthony Giacchino (The Guardian, 2020)
- *City Hall* de Frederick Wiseman (Météore Films, 2020)
- *Les Grands Voisins, la cité rêvée* de Bastien Simon (La 25^e Heure, 2020)
- *Les Chants de l'oubli* de Marianne Hougen-Moraga et Estephan Wagner (Arizona Distribution, 2021)
- *Le Kiosque* d'Alexandra Pianelli (Les Alchimistes Films, 2021)
- *Gunda* de Viktor Kossakovsky (Metropolitan FilmExport, 2021)
- *Nous* d'Alice Diop (Totem Films, 2021)
- *17 Blocks* de Davy Rothbart (Sophie Dulac Distribution, 2021)
- *143 rue du Désert* de Hassen Ferhani (Météore Films, 2021)
- *Solo* d'Artemio Benki (Nour Films, 2021)
- *Douce France* de Geoffrey Couanon (Jour2Fête, 2021)
- *I am Greta* de Nathan Grossman (KMBO, 2021)

- **Annexe n° 1**

Liste des entretiens réalisés

J'ai choisi d'interroger un assez large spectre de professionnels issus du champ de la distribution et de l'exploitation cinématographique. Pour cela, je me suis tournée vers des gérants de cinémas art et essai – car c'est ce tissu de salles qui s'engage le plus fortement dans la défense et la promotion du cinéma documentaire sur notre territoire –, mais aussi vers des programmeurs de circuits afin de croiser leurs regards. Côté distribution, les entretiens furent majoritairement menés avec des représentants de sociétés indépendantes. J'ai également recueilli le témoignage d'un producteur, particulièrement pertinent. Tous ces entretiens, très riches, ne furent pas menés dans les mêmes conditions, mais la plupart furent enregistrés et intégralement retranscrits. J'ai choisi de n'en intégrer que deux en annexe, car la qualité des échanges me parut importante à partager. Je remercie chaleureusement toutes celles et ceux qui ont pris le temps de me faire part de leur expérience et de leur savoir.

- **DISTRIBUTION**

- ARNOLD Roxane, directrice de la distribution chez Pyramide
Questionnaire reçu par mail le 9 décembre 2020

- BERTHON Mathieu, fondateur et gérant de Météore Films
Entretien réalisé dans les bureaux de Météore le 1^{er} février 2021

- BURKEL Cyril, responsable du département « ventes internationales » chez
Metropolitan FilmExport
Entretien réalisé par téléphone le 9 mars 2021

- ELUSSE Philippe, fondateur de la coopérative DHR Distribution
Entretien réalisé par téléphone le 3 mai 2021

- GAMONAL Juliette, responsable marketing et communication aux Films du losange

Entretien réalisé sur Zoom le 9 décembre 2020

- JANAUDY Jean-Fabrice, directeur adjoint des Acacias

Entretien réalisé sur zoom le 8 décembre 2020

- OLLAGNIER Etienne, co-fondateur et gérant de Jour2Fête

Entretien réalisé sur Zoom le 3 décembre 2020

- PELISSIER Jacques, responsable de la distribution chez Juste Doc

Questionnaire reçu par mail le 6 avril 2021

- PERLIÉ Elisabeth, fondatrice et gérante de New Story

Entretien réalisé sur Zoom le 23 novembre 2020

- SIMON-FRANZA Mélanie, fondatrice et gérante de La Grande Distribution

Entretien réalisé dans un café parisien le 13 août 2020

- THOMAS Bénédicte, fondatrice et gérante d'Arizona Distribution

Entretien réalisé sur Zoom le 18 décembre 2020

- VIAL Régine, directrice de la distribution aux Films du losange

Entretien réalisé sur Zoom le 9 décembre 2020

- VICENTE Éric, directeur de la distribution et directeur marketing chez Sophie Dulac Distribution de 2007 à 2014

Entretien réalisé par téléphone le 21 mars 2021

- **EXPLOITATION**

- DAVID Fabien, directeur du cinéma Le Bourguet à Forcalquier

Entretien réalisé sur Zoom le 15 décembre 2020

- PAPILLON Emmanuel, directeur du Louxor à Paris

Entretien réalisé au Louxor le 16 décembre 2020

- PICHON Sylvain, directeur du Méliès à Saint-Étienne

Entretien réalisé sur Zoom le 23 novembre 2020

- PRYBILSKI Romain, directeur des Lobis à Blois

Entretien réalisé sur Zoom le 25 novembre 2020

- ROGER Bertrand, directeur de la programmation du réseau MK2

Entretien réalisé par téléphone le 9 février 2021

- ZAÏANE Walid, adjoint au directeur de la programmation chez UGC

Entretien réalisé par téléphone le 5 janvier 2021

- **PRODUCTION**

- SCHMITT Thomas, producteur et fondateur de La Chambre aux fresques

Entretien réalisé par téléphone le 9 mars 2021

- **Annexe n° 2**

Entretien avec **Fabien David**, directeur et programmeur de la salle unique du cinéma de Forcalquier, Le Bourguet, dans les Alpes-de-Haute-Provence

Comment s'est passée votre arrivée au Bourguet ?

Je suis arrivé en juillet 2016. J'avais quelques ambitions, notamment à l'égard du cinéma documentaire et de patrimoine, au-delà des films d'actualité ou plus évidemment attendus par les spectateurs. Assez vite, compte tenu de la relation qui s'est établie avec eux, j'ai senti que je pouvais proposer des œuvres plus exigeantes, que je n'aurais pas imaginé proposer aussi rapidement, en m'engageant notamment davantage sur le cinéma documentaire. Nous programmons en moyenne un film documentaire par semaine (idem pour le patrimoine) – les deux correspondant parfois, car un film de patrimoine peut être un documentaire, mais c'est plus rare. L'offre est déjà fantastique parmi les films qui sortent, ceux qui circulent en festivals ou que je découvre via des associations comme Documentaire sur grand écran, à laquelle j'ai adhéré dès mon arrivée. Cela s'est donc très vite mis en place sur des goûts personnels, comme avec ce cycle Chris Marker que j'ai lancé six mois après mon arrivée, de janvier à juin 2017. Il a connu un vrai succès, puisque l'on a réalisé 350 entrées, à raison d'une séance par mois. Il y avait entre 50 et 70 spectateurs par séance, c'était formidable. J'avais accueilli divers invités à cette occasion : Bamchade Pourvali (l'un des spécialistes de Marker), Arnaud Lambert pour *Sans soleil* ou encore Pierre Lhomme qui est venu tout un week-end, notamment pour présenter *Le Joli Mai*. Une séance sur deux se faisait en présence d'un invité. Quant à moi, je présente systématiquement tous les films de patrimoine que l'on projette, fictions et documentaires confondus, ce qui contribue grandement à fidéliser les gens et à créer une attractivité autour de ces séances.

Vous saviez donc dès votre arrivée qu'il y avait un public captif et cinéphile ?

Un travail avait été fait auprès du public par mes prédécesseurs pendant leurs vingt-cinq années à la tête de ce mono-écran, mais de nombreux points restaient à améliorer. Ils n'étaient par exemple jamais sur place, ce qui pour moi est un non-sens dans une ville

de 5 000 habitants disposant d'une extraordinaire dynamique associative et culturelle. Forcalquier et ses alentours est un terrain extrêmement favorable pour organiser des choses : je n'ai jamais vu ça ailleurs, et c'est aussi pour cela que j'ai eu envie de présenter un projet ici, en répondant à l'appel lancé par la commune pour une reprise du cinéma dans le cadre d'une délégation de service public. J'ai rencontré en amont les diverses associations locales, qui m'ont toutes fait part de leur frustration de ne pas travailler plus fréquemment avec le cinéma, de ne pas avoir de relation directe avec la salle pour imaginer des choses ensemble. En présentant mon projet pour devenir le nouveau gestionnaire, j'ai mis en valeur ma présence sur place.

Quelle place tient le documentaire dans votre programmation ?

Le cinéma était en déficit lorsque j'ai repris la salle, et j'ai rétabli l'équilibre dès mon arrivée. Depuis, la fréquentation est en hausse constante – et cela alors que la programmation est de plus en plus exigeante. En 2019, on a réalisé 34 325 entrées. On programme entre 80 et 85 % de films Art & Essai. La reconnaissance du travail autour du cinéma documentaire apparaît notamment via les adhésions à Documentaire sur grand écran ou à l'Acid.

Quel soutien vous apportent ces associations ?

Elles m'aident à financer la venue des cinéastes, notamment pour le transport : leurs contributions sont précieuses. Pour les films de patrimoine, l'ADRC (Agence pour le développement régional du cinéma) m'aide aussi sur la prise en charge des frais de déplacement des intervenants. Cinémas du sud & tilt prend parfois en charge la moitié d'une intervention. Je trouve qu'il existe tout de même de belles aides financières. Ce qui reste plus lourd à gérer, c'est l'aspect logistique. Lorsqu'on est seul pour accueillir un invité, c'est compliqué. Ce qui me pèse le plus, c'est de parfois devoir faire deux allers-retours à la gare d'Aix-en-Provence – en plus de toute la coordination à gérer avec les différents partenaires de la soirée. C'est un plaisir, mais c'est très chronophage. C'est donc aussi ça l'avantage de prendre le temps pour monter une soirée : les charges, en termes d'organisation, sont diluées sur la durée. Financièrement, le cinéma se porte bien. Mais il est certain que si je paye tout pour la venue d'un intervenant, la séance sera

à perte même si la salle est pleine. Un partenariat plus local avec une association peut aussi aider sur l'aspect logistique et financier. On a par exemple accueilli Edwy Plenel en avril 2019 pour le film *Depuis Mediapart*. J'avais associé la librairie La Carline – avec laquelle j'aime beaucoup travailler –, et on avait organisé une séance de dédicace à l'issue de la projection : on a pu se partager certains frais, et cela a été un grand soulagement pour moi. Le lendemain, un des libraires a raccompagné Edwy Plenel à la gare. La prise en charge d'un aspect logistique est donc très appréciable lorsqu'on monte un partenariat localement.

Quels sont vos critères de choix pour les films documentaires à programmer ?

Mes choix de programmation se partagent entre les films « de l'actualité » (sorties hebdomadaires) et des envies venues d'ailleurs, par exemple d'associations qui me sollicitent et me laissent carte blanche pour trouver le film adéquat autour d'un thème défini. En général, lorsqu'on me sollicite, je ne dis jamais « non ». Cela souffre peu d'exceptions, mais il faut trouver le bon contexte, le film approprié, le moment opportun qui convient à tous. Cela peut parfois prendre un an pour organiser la séance. Mais en un sens, plus cela prend de temps, et plus on sent que la mobilisation autour de l'organisation de la soirée est forte, que l'information circule. La patience joue souvent en notre faveur : la tension monte et la séance finit par réunir du monde, précisément car elle a pris du temps à s'organiser. Dans mon geste de programmation personnel, j'ai plutôt tendance à partir des films, mais il est essentiel d'être à l'écoute des propositions, en particulier sur un territoire aussi vivant que celui-ci. Ces soirées en partenariat avec des associations locales sont des occasions parfaites pour attirer des spectateurs plus occasionnels, qui sont d'autant plus difficiles à capter sur un film documentaire. Cela les incite à découvrir un film qu'ils ne seraient pas venus voir par eux-mêmes dans d'autres circonstances, et cela suscite un vif intérêt chez eux dans le cadre de leurs activités avec leur association. Ils en parlent autour d'eux, tout le monde est gagnant.

Vous avez par exemple choisi de mettre à l'affiche le film *White Riot* réalisé par Rubika Shah (*Les Bookmakers*, 2020) à l'automne 2020. Pouvez-vous expliquer ce choix de programmation ?

Le film est sorti en août 2020 et, connaissant le public de Forcalquier, je savais que c'était typiquement un film qui allait plaire, car beaucoup d'habitants sont liés à la musique. Au fil du temps, on a une connaissance du public, des tranches d'âge, des goûts culturels, des gens les plus assidus, des réseaux militants... Et le film avait l'avantage de mêler musique et questions militantes, antiracistes. J'ai programmé le film la semaine du 28 octobre pour 4 séances, mais on n'a pu en organiser qu'une seule, car on a dû fermer le jeudi soir (29 octobre). C'était donc l'avant-dernière séance avant le deuxième confinement, et elle a réuni près de 60 spectateurs, ce qui est remarquable. Je pense que beaucoup de gens se sont dépêchés de venir sachant que le cinéma fermait le soir même. On avait également projeté *Billie* de James Erskine (L'Atelier Distribution) la semaine précédente, qui porte aussi une dimension militante en évoquant les discriminations raciales. L'idée était de former un diptyque pendant les vacances de la Toussaint : ces deux films n'ont certes rien à voir dans leur forme, mais un lien thématique les unit. De plus, quand ce type de lien se tisse d'un film à l'autre, cela permet de jouer sur les bandes-annonces. *Billie* a très bien marché la semaine du 21 octobre (200 spectateurs sur 5 séances). En parallèle du succès du film, la diffusion de la bande-annonce de *White Riot* en amont de chaque projection a permis de promouvoir ce dernier, qui touchait un public moins large – la musique de Billie Holiday est plus fédératrice que le punk-rock de la fin des années 1970. Cela me plaisait de mêler musique, position militante et points d'histoire précis.

Pouvez-vous détailler votre politique de programmation du documentaire ?

Comme tous les cinémas comparables au Bourguet, on a un socle de spectateurs réguliers, voire assidus. Mais sur un film plus singulier comme *White Riot*, on peut arriver à toucher un autre public. J'organise souvent deux soirées spéciales par semaine : l'une autour d'un film documentaire le jeudi soir (moins systématique pendant les vacances scolaires), et l'autre autour d'un film de patrimoine le samedi vers 18 h 30. Pour les soirées documentaires, il y a un solide socle de spectateurs que l'on retrouve d'une soirée à l'autre. Ce que j'adore faire – surtout en hiver –, c'est proposer

deux films documentaires avec un repas sur place au milieu de la soirée, en guise d'entracte. J'avais par exemple organisé une soirée au cours de laquelle avaient été projetés *Le Silence des autres* (sorti par Sophie Dulac), et *L'Esprit de la ruche* en présence d'un universitaire d'Aix-en-Provence qui avait apporté des éclairages très précieux sur l'histoire de l'Espagne et le franquisme. Pour le repas, je laisse la gestion à une association qui récupère l'ensemble des recettes : ainsi, cela leur profite aussi économiquement. Les jours suivants, j'organise au moins une séance de rattrapage pour ces films (documentaire ou patrimoine) – voire trois ou quatre, notamment en hiver où il est difficile pour certains spectateurs de se déplacer en voiture à la nuit tombée. On garde généralement les films à l'affiche pendant une semaine. Organiser ces séances spéciales en début de semaine cinématographique (le jeudi pour le documentaire) permet aux œuvres de bénéficier du bouche-à-oreille sur les deux ou trois séances ultérieures.

Je programme aussi des films dont le thème est un peu dur : cela ne représente pas un frein à mon engagement en tant qu'exploitant. Je pense par exemple au documentaire *Les Équilibristes* de Perrine Michel qui se déroule au sein d'un service de soins palliatifs. En revanche, cela justifiera d'autant plus à mes yeux la présence de la réalisatrice pour une rencontre avec le public. Moins le film est facile à aborder, plus il faut le soutenir et imaginer une animation autour. Si l'on a particulièrement aimé une œuvre antérieure de la filmographie d'un cinéaste (en l'occurrence *Lame de fond*), cela justifie que l'on programme son nouveau film en formant, pourquoi pas, un diptyque.

Avez-vous d'autres exemples de films, comme *White Riot*, choisis en fonction de l'appétence du public ?

Dans notre région de Haute-Provence, traversée par des tropismes spécifiques, les habitants sont mus par des intérêts très forts sur certains sujets. À Forcalquier, il existe un attrait particulier pour la botanique et l'ethnobotanique (*étude des relations entre l'Homme et les plantes*). Pierre Lieutaghi, l'un des plus grands spécialistes d'ethnobotanique, habite près de Forcalquier. Il a créé à Mane le prieuré de Salagon, l'un des rares centres français dédiés à l'ethnobotanique. De son côté, la librairie La Carline dispose d'un rayon entier consacré aux plantes. On a donc été amené à organiser des séances spéciales qui intégraient ce thème. J'ai ainsi été contacté par une

anthropologue et on a organisé une séance ensemble début 2020, en partenariat avec le Syndicat des Simples, la Fédération des paysans herboristes et Agribio 04. On avait trouvé un film « à sujet » (*En quête des nouveaux herboristes*, de Daniel Schlosser), et cela a donné lieu à une très belle séance, que l'on a mis un an à monter. On a réussi à mobiliser beaucoup de personnes – des jeunes paysans qui cultivent des plantes rares, des fabricants d'huiles essentielles, des herboristes, des producteurs de plantes sèches... – et chacun a pris part à cette soirée.

Toujours dans cette lignée, connaissant cet intérêt-là dans la région, j'ai aussi programmé en 2017 *L'Intelligence des arbres* de Julia Dordel et Guido Tölke, sorti par Jupiter, qui surfait sur le succès du livre de Peter Wohlleben (*La Vie secrète des arbres*). Les spectateurs me le réclamaient. J'ai cherché les contacts de personnes singulières qui pouvaient intervenir autour de ce documentaire : j'avais envie d'une séance spéciale qui donne lieu à un échange, qui s'émancipe un peu du film, en abordant des aspects laissés de côté par les réalisateurs. Une des libraires de La Carline m'a ainsi permis de contacter un bûcheron, Pascal Menon, dont la démarche militante et alternative est très appréciée dans la région, par rapport à la question des forêts et du traitement réservé aux arbres. En plus du succès probable du film, la communication qu'il a faite autour de lui a rendu la fréquentation exponentielle. À la séance du samedi après-midi en sa présence, la salle (dont la jauge est de 133 places) était pleine une demi-heure avant, avec 50 mètres de queue à l'extérieur. On était embêtés de refuser autant de spectateurs. Pascal Menon est donc revenu le lendemain soir, et la salle était à nouveau archi-pleine. À la séance du lundi, 120 spectateurs étaient présents, et encore plusieurs dizaines pour la quatrième et dernière séance : on a donc réalisé 450 entrées en 4 séances. C'était à la fois lié au succès général du film, mais aussi à cet intérêt très fortement marqué dans la région, et aux réseaux activés grâce à la présence de cet intervenant.

Les distributeurs sont-ils nombreux à vous contacter spontanément pour programmer leurs documentaires ?

Oui. J'ai des affinités particulières avec certains distributeurs comme JHR Films, Les Acacias, ou encore Météore Films. Si l'on prend l'exemple du prochain film d'Hassen Ferhani, *143 rue du Désert*, je n'ai aucune crainte sur le public à mobiliser. J'ai adoré son précédent film *Dans ma tête un rond-point* – que j'avais eu l'occasion de présenter

en 2016 à Hurigny (Saône-et-Loire) dans le cadre du festival La Manufacture d'idées où je travaille en parallèle. Je me réjouis d'organiser une soirée spéciale avec une double projection de ces films, accompagnée d'un repas. J'ai ce projet en tête depuis longtemps. Pour un film comme celui-ci qui a une telle puissance formelle, la perspective d'une soirée consacrée à la découverte d'un cinéaste à travers deux films, suivis d'une rencontre, est particulièrement excitante. Les spectateurs savent qu'il y a un vrai coup de cœur dessus : ils l'interprètent comme cela d'emblée et me font confiance. Il n'y aura pas besoin d'aller mobiliser des réseaux sur tel aspect thématique ou militant : ce serait artificiel. Ce type de soirée réunit au minimum entre 60 et 70 spectateurs.

Ce territoire provençal a-t-il une histoire particulière liée au documentaire ?

Pendant trente ans, entre 1987 et 2017, se sont déroulées près de Forcalquier Les Rencontres Cinéma de Manosque, un très bon festival parrainé par Jean Rouch et animé par Pascal Privet. Il a fait une très belle programmation et accueilli une multitude de cinéastes. Je lui en suis redevable et très reconnaissant, car cela marque un territoire et plusieurs générations, surtout qu'un important travail était mené en lien avec les collèges et lycées de Manosque, dont certains ont découvert ce cinéma très tôt. *Dans ma tête un rond-point* a été projeté en 2016 lors de l'avant-dernière édition. Donc il est évident qu'au moment de l'organisation de cette soirée autour des films d'Hassen Ferhani, je ne manquerai pas de prévenir Pascal Privet avec qui je suis toujours en contact. C'est un autre levier important à activer. Je le sollicite de temps en temps pour des cartes blanches, ou lui propose ponctuellement que l'on anime ensemble une soirée. Il a cette capacité à mobiliser tout ce réseau des anciens spectateurs des Rencontres cinéma.

Comment se compose l'équipe du cinéma, notamment pour permettre cette politique d'animation particulièrement dynamique ?

Nous ne sommes que deux à travailler au Bourguet, et le cinéma tourne sept jours sur sept toute l'année. J'ai avec moi un projectionniste qui travaille 35 heures par semaine, et c'est tout. J'aimerais me libérer davantage pour aller dans des festivals, mais ce n'est

pas simple. Comme je l'expliquais plus haut, j'organise une à deux séances spéciales par semaine auxquelles je suis systématiquement présent. Je suis le seul à pouvoir l'être notamment pour animer et accueillir les invités. Mais j'essaie quand même de me déplacer au moins une fois par mois dans un festival. J'ai par exemple un immense plaisir à me rendre à Lussas chaque été depuis dix ans. On constate d'ailleurs que seulement 10 % environ des films qui y sont sélectionnés font l'objet d'une sortie en salles. Mais la sortie nationale ne va pas conditionner tous mes choix de programmation, au contraire. Je programme aussi des films qui ne connaissent pas de sortie salle : cela permet de nouer des partenariats plus singuliers, ou de choisir un film moins attendu en lien avec une association. Le documentaire permet de prendre des chemins de traverse, parfois inattendus.

Pensez-vous que l'aide que vous apportent les distributeurs au niveau de l'accompagnement des films pourrait être plus importante ?

Cela me paraîtrait difficile pour un distributeur – qui n'est pas sur place – d'être en lien avec les réseaux locaux, et de proposer le nom d'un intervenant pour l'accompagnement d'une séance. Les rares fois où cela arrive, je me montre même plutôt méfiant, car je me dis qu'il y a sans doute un « meilleur » intervenant à solliciter, en défrichant davantage le terrain local. Je n'ai donc pas cette exigence à l'égard du distributeur. Par ailleurs, je sollicite régulièrement les comités de jumelage de la ville, avec l'Espagne et l'Italie. Par ces biais-là, on arrive à toucher des gens qui viennent peu, voire jamais au cinéma. Ces soirées en partenariat avec ces comités fonctionnent très bien, car ils ont un réseau très étendu et communiquent extrêmement bien.

Le Top 3 des films documentaires qui ont le mieux fonctionné en salles en 2019 (*Lourdes*, *J'veux du soleil* et *Aïlo : une odyssée en Laponie*) correspond-il également à des succès dans votre salle ?

Lourdes a été un tout petit succès chez nous. Autant l'ethnobotanique attire le public, autant la religion catholique n'a pas un gros impact ici. On trouve plutôt des spiritualités alternatives, comme à Die où j'étais avant. *J'veux du soleil* a davantage fonctionné. J'avais voulu faire venir le co-réalisateur, Gilles Perret, mais cela n'a pas pu se faire.

Toutefois, comme la mobilisation des Gilets jaunes fut importante dans la région, les séances ont bien fonctionné. Il y a aussi un gros réseau autour de La France insoumise à Forcalquier. J'ai mobilisé ces deux réseaux, et cela a été un beau succès malgré l'absence du co-réalisateur. C'était important de le faire, et ça a marché donc je m'en réjouis, mais ce n'est pas un souvenir particulièrement marquant pour moi. Cela n'a pas suscité une rencontre, ni une convivialité particulières. Il y a eu de bien plus belles soirées.

Quels beaux souvenirs de rencontres gardez-vous en mémoire ?

Nous avons organisé une très belle soirée fin février 2020 en présence de Mariana Otero, qui est venue présenter *Histoire d'un regard*. C'était un très beau débat, suivi d'un repas convivial : c'était super. L'été dernier, on a rouvert le 1^{er} juillet. Je ne me suis pas précipité pour inviter beaucoup de cinéastes, mais j'ai tenu à recevoir Hadrien La Vapeur autour de *Kongo* : on a réuni une cinquantaine de spectateurs. Cela reste un souvenir joyeux, au milieu d'un été compliqué quant à la fréquentation.

Pouvez-vous nous raconter la création du festival Numéro Zéro ?

C'est un festival créé avec l'association La Miroiterie en 2018, qui est largement consacré au cinéma documentaire et à la création radiophonique. Cette association organise depuis dix ans des événements liés au cinéma documentaire dans les communes environnantes – dans des cafés ou des lieux insolites. J'ai découvert Forcalquier grâce à eux, car ils avaient organisé en 2011 une rétrospective intégrale des films de Johan van der Keuken sur quatre week-ends, ce qui était sacrément osé. Nous avons sympathisé et je les avais aidés pour l'organisation. La Miroiterie a en quelque sorte préparé le terrain pour le travail que j'ai continué de mener autour du cinéma documentaire. C'est donc de manière assez logique que l'on a créé en commun le festival Numéro Zéro, peu de temps après mon arrivée.

Il y a très peu de festivals dans les Alpes-de-Haute-Provence, hormis les Rencontres cinématographiques de Digne créées dans les années 1970 par Jean-Pierre Castagna. Numéro Zéro a donc attiré un public d'emblée, sachant que la singularité du festival est

de mettre à égalité création sonore et films : on leur réserve la même place dans le programme. Les séances d'écoute permettent de retrouver une intensité de l'expérience de spectateur-auditeur, qui s'est un peu banalisée au cinéma. On retrouve aussi une densité temporelle liée à cette qualité de l'écoute. Cela nous a amenés à créer en 2019 une résidence de création sonore : on souhaite d'ailleurs créer un fond d'archives documentaires sonores à travers elles – nous accueillons ainsi l'année prochaine l'artiste Iris Kaufmann. Jusqu'à présent, on a trop peu essayé de coupler film et pièce sonore au Bourguet, en dehors du festival. Mais cela prend du temps d'écouter des choses, en plus de regarder des films...

Entretien réalisé sur Zoom le 15 décembre 2020

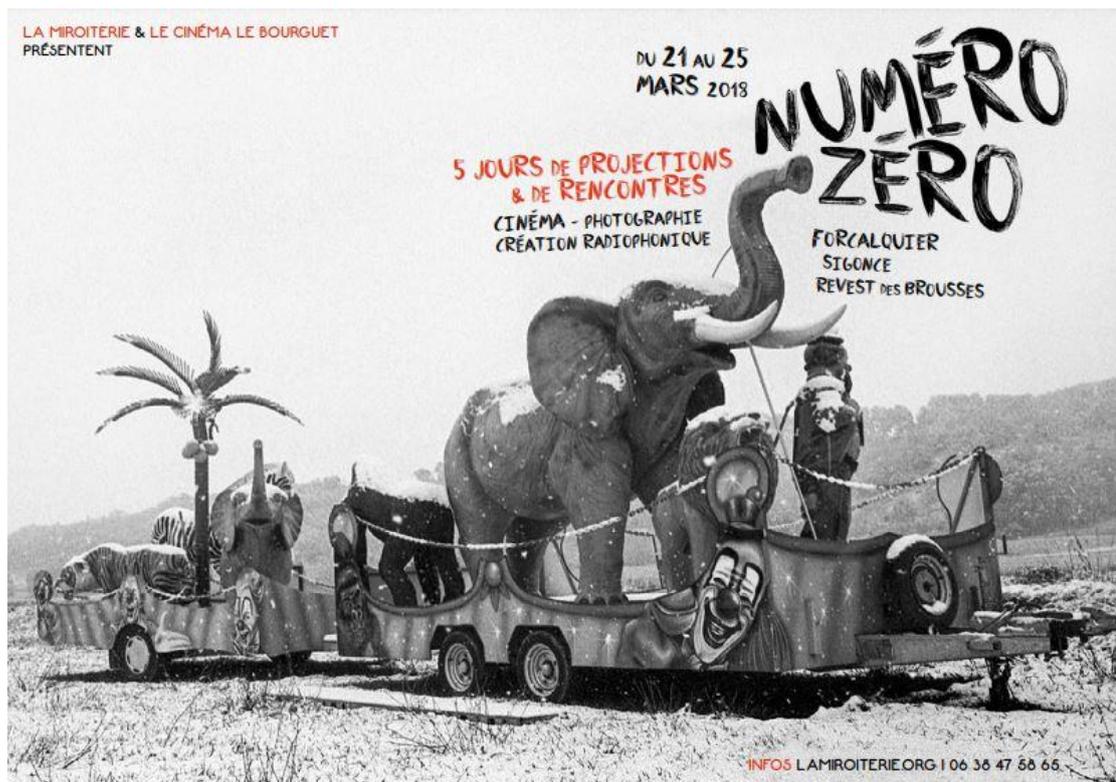


Fig.15. Affiche de la première édition du festival Numéro Zéro